

OSSERVATORIO
SULL'**INTERNAZIONALIZZAZIONE**
DEL SISTEMA PRODUTTIVO
DELL'**EMILIA-ROMAGNA**

Il presente rapporto è stato redatto dall'area Studi e Ricerche dell'Unione Regionale delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna, in collaborazione con l'Assessorato alle Attività Produttive, Sviluppo economico e Piano telematico della Regione Emilia-Romagna

Capitolo 1 e capitolo 2 di Guido Caselli, Matteo Beghelli e Paolo Montesi, con il coordinamento di Ugo Girardi

Capitolo 3 di Andrea Margelli, con la collaborazione di Claudia Degli Esposti ed il coordinamento di Giuseppina Gualtieri

Capitolo 4 di Ruben Sacerdoti e Gianluca Baldoni, con il coordinamento di Morena Diazzi

Capitolo 5 e appendice sui BRICS di Guido Caselli, Matteo Beghelli e Paolo Montesi, con il coordinamento di Ugo Girardi

INDICE

Prefazione	5
Capitolo 1 L'andamento del commercio estero nel 2006 e nel primo trimestre 2007: principali dinamiche	7
1.1 <i>Analisi delle indicazioni emergenti dal primo trimestre 2007</i>	7
1.2 <i>Il contesto di riferimento: lo scenario economico internazionale e nazionale</i>	12
1.3 <i>Le dinamiche dell'export in Emilia-Romagna. Un confronto con le altre regioni</i>	15
1.4 <i>Analisi a livello provinciale</i>	18
1.5 <i>Analisi settoriale</i>	22
1.6 <i>Analisi dei mercati di sbocco</i>	27
Capitolo 2 Commercio estero e quote di mercato	35
2.1 <i>La competitività dell'Emilia-Romagna letta attraverso le quote di mercato</i>	35
2.2 <i>L'importanza delle filiere. Un'analisi delle esportazioni nazionali sul mercato dell'Unione europea</i>	68
Capitolo 3 L'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri: il quadro conoscitivo in Emilia-Romagna	85
3.1 <i>Il contesto internazionale: il ruolo degli Ide come fattore di sviluppo</i>	85
3.2 <i>Le caratteristiche degli Ide in Emilia-Romagna</i>	89
3.3 <i>Gli investimenti delle imprese emiliano-romagnole nel mondo</i>	96
3.4 <i>Conclusioni</i>	103
Capitolo 4 Le politiche di internazionalizzazione del sistema produttivo regionale	107
4.1 <i>Le politiche regionali per l'internazionalizzazione: un quadro d'insieme</i>	107
4.2 <i>L'organizzazione dello SPRINT-ER e l'Accordo tra Regione e Unioncamere Emilia-Romagna</i>	108
4.3 <i>I risultati dell'attività nel periodo 2003-2006</i>	109
4.4 <i>Focus Paese: gli interventi sul mercato cinese</i>	120
Capitolo 5 Programma integrato del sistema camerale per le attività di internazionalizzazione	125
5.1 <i>Collaborazione camerale allo Sportello regionale per l'internazionalizzazione</i>	125
5.2 <i>Progetti di rete del sistema camerale per il 2007</i>	126
5.3 <i>I desk all'estero del sistema camerale dell'Emilia-Romagna</i>	131
Appendice Le esportazioni dell'Emilia-Romagna verso i "BRICS"	135

Prefazione

Nasce il primo rapporto sull'internazionalizzazione del sistema produttivo regionale, che segue le anticipazioni del gennaio del 2007 e fornisce, oltre ad un'analisi degli **andamenti del commercio con l'estero** e degli **investimenti in entrata e in uscita** relativi all'Emilia-Romagna, grazie anche al contributo di Ervet, una chiave di lettura innovativa fondata sulle **quote di mercato nei principali paesi di destinazione** che permette di compiere interessanti passi avanti nel processo di comprensione del posizionamento competitivo delle produzioni regionali nel panorama internazionale.

All'interno della collaborazione tra Regione e sistema camerale - avviato con la firma, nel dicembre 2005, dell'**Accordo di collaborazione** per le attività di internazionalizzazione - è stato istituito l'**Osservatorio regionale dell'internazionalizzazione**, volto ad approfondire la conoscenza delle dinamiche del commercio con l'estero, degli investimenti esteri e delle politiche di supporto ai processi di internazionalizzazione del sistema produttivo regionale. L'attività di analisi avviata nell'ambito dell'Osservatorio dell'internazionalizzazione è raccolta in questo Rapporto annuale, parallelo a quello realizzato congiuntamente da Regione e Unioncamere sull'economia regionale. L'Osservatorio produrrà, inoltre, periodicamente report sintetici, utilizzando gli aggiornamenti delle statistiche ufficiali e degli indicatori sul commercio con l'estero.

Le analisi svolte in queste pagine confermano, come accaduto da oltre tre anni, che le esportazioni dell'Emilia-Romagna registrano saggi di incremento superiori alle altre regioni leader nel commercio con l'estero. I dati relativi al primo trimestre 2007 hanno, infatti, evidenziato la maggior crescita delle esportazioni emiliano-romagnole rispetto, nell'ordine, a Lombardia, Veneto e Piemonte. Un andamento che trova riscontro nelle statistiche sul commercio estero del 2006 e in quelle relative ai due anni precedenti.

La maggiore **dinamicità della nostra regione**, con un peso sull'export nazionale pari al 13%, che la colloca al secondo posto fra le regioni italiane, si traduce in un'effettiva maggiore competitività internazionale delle produzioni emiliano-romagnole, le quali nel corso del 2006 sono cresciute del 10,5% e nel primo trimestre 2007 del 15,6%. Tali risultati sono il frutto di un'ottima performance del settore della meccanica nel suo complesso, con una crescita del 18,6% e dell'andamento sostenuto dell'export in settori come l'abbigliamento, l'alimentare e le altre industrie manifatturiere. L'analisi delle quote di mercato detenute dall'Emilia-Romagna mette in luce che, dove la concorrenza internazionale si gioca sulle filiere produttive, sono stati raggiunti ottimi risultati grazie alla capacità delle imprese impegnate sui mercati internazionali di fungere da *trait d'union* tra la dimensione locale e la dimensione globale. Una concorrenzialità che trae forza dal "fare sistema", come evidenziato dall'analisi degli investimenti diretti esteri delle nostre imprese che si sono dimostrate molto attive in questo ambito, per favorire il processo di internazionalizzazione non solo commerciale ma anche produttiva del sistema regionale.

La Regione Emilia-Romagna ha dato un forte impulso alle politiche per il sostegno dei processi di internazionalizzazione delle imprese grazie soprattutto agli strumenti messi in campo attraverso il proprio Programma Triennale per le attività produttive. Tali strumenti hanno posto un accento particolare sulla promozione delle filiere produttive, sull'aggregazione delle piccole e medie imprese regionali e sull'internazionalizzazione del sistema regionale di innovazione, ricerca, sviluppo.

Un ruolo centrale è stato assegnato allo Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione delle imprese, costituito dalla Regione insieme a ICE, SACE e SIMEST e che, dalla fine del 2006, è stato potenziato attraverso una rete di sportelli creati in collaborazione con il sistema camerale emiliano-romagnolo per favorire il rapporto continuo fra il sistema produttivo e le istituzioni regionali e nazionali.

Per sostenere il miglioramento dei già buoni risultati raggiunti dalla nostra regione in termini di internazionalizzazione è necessario proseguire sulla strada già intrapresa di continua collaborazione tra le istituzioni nazionali e regionali, il sistema camerale, le associazioni produttive e le reti di impresa.

Andrea Zanlari

Presidente Unioncamere Emilia-Romagna

Duccio Campagnoli

Assessore alle Attività Produttive, Sviluppo
economico e Piano telematico
Regione Emilia-Romagna

1. L'andamento del commercio estero nel 2006 e nel primo trimestre 2007: principali dinamiche

1.1 Analisi delle indicazioni emergenti dal primo trimestre 2007

L'ISTAT ha recentemente diffuso i dati relativi all'andamento del commercio estero per il primo trimestre del 2007. Secondo questi dati, l'Emilia-Romagna continua a registrare saggi di aumento del proprio export di assoluto rilievo (+15,6 per cento rispetto allo stesso periodo del 2006) e superiori alla media nazionale (+13,0 per cento).

Tavola 1. Esportazioni per ripartizioni geografiche e regioni. Primo trimestre 2006 e 2007. Valori in Euro

TERRITORIO	1° trimestre 2006	Quota %	1° trimestre 2007	Quota %	Var. % 2007/2006
Piemonte	8.273.058.354	11,0%	8.941.148.612	10,5%	8,1%
Valle d'Aosta	126.448.674	0,2%	200.512.926	0,2%	58,6%
Lombardia	21.440.425.728	28,6%	24.214.752.148	28,5%	12,9%
Liguria	907.007.519	1,2%	1.037.078.547	1,2%	14,3%
Nord Ovest	30.746.940.275	40,9%	34.393.492.233	40,5%	11,9%
Trentino-Alto Adige	1.280.211.168	1,7%	1.422.246.994	1,7%	11,1%
Veneto	10.064.658.813	13,4%	10.913.462.506	12,9%	8,4%
Friuli-Venezia Giulia	2.364.629.769	3,1%	3.085.686.521	3,6%	30,5%
Emilia Romagna	9.529.347.171	12,7%	11.015.469.370	13,0%	15,6%
Nord Est	23.238.846.921	30,9%	26.436.865.391	31,2%	13,8%
Toscana	5.436.922.876	7,2%	6.064.656.454	7,1%	11,5%
Umbria	653.113.422	0,9%	846.731.047	1,0%	29,6%
Marche	2.459.003.218	3,3%	3.261.402.198	3,8%	32,6%
Lazio	2.727.317.112	3,6%	2.865.731.798	3,4%	5,1%
Centro	11.276.356.628	15,0%	13.038.521.497	15,4%	15,6%
Abruzzo	1.562.809.452	2,1%	1.798.917.424	2,1%	15,1%
Molise	165.263.928	0,2%	146.805.124	0,2%	-11,2%
Campania	1.886.216.379	2,5%	2.251.687.420	2,7%	19,4%
Puglia	1.596.202.037	2,1%	1.564.905.438	1,8%	-2,0%
Basilicata	438.592.892	0,6%	420.289.739	0,5%	-4,2%
Calabria	65.034.965	0,1%	85.339.156	0,1%	31,2%
Sud	5.714.119.653	7,6%	6.267.944.301	7,4%	9,7%
Sicilia	1.836.328.964	2,4%	2.143.853.662	2,5%	16,7%
Sardegna	1.025.483.073	1,4%	1.071.529.505	1,3%	4,5%
Isole	2.861.812.037	3,8%	3.215.383.167	3,8%	12,4%
Diverse o non specificate	1.257.888.065	1,7%	1.493.738.630	1,8%	18,7%
ITALIA	75.095.963.579	100,0%	84.845.945.219	100,0%	13,0%

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat

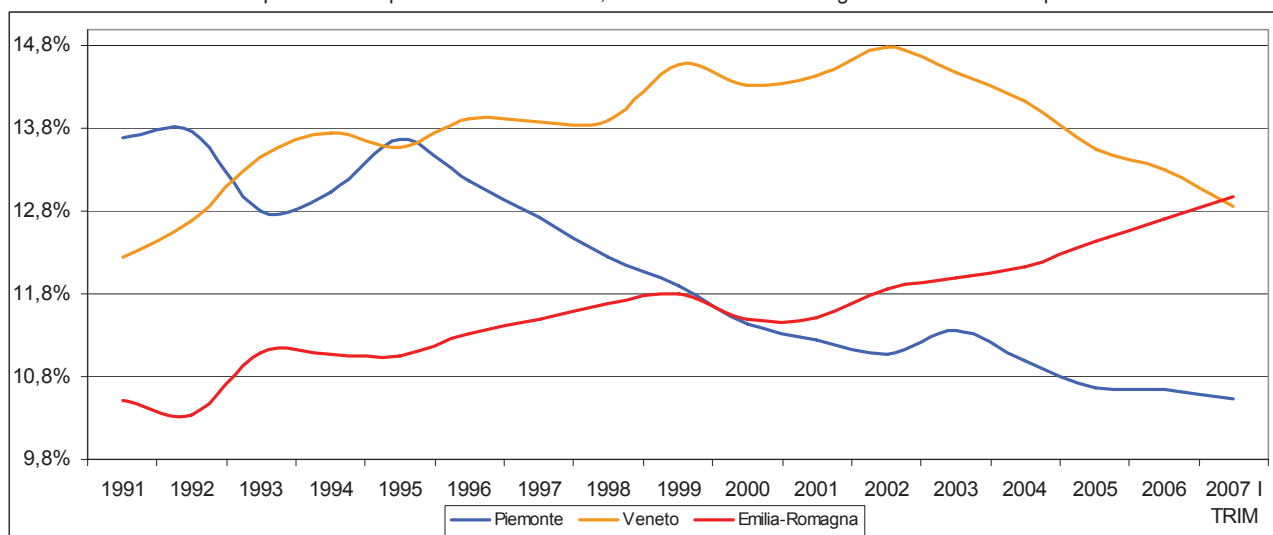
Ordinando le regioni italiane per tasso di crescita è possibile notare che l'Emilia-Romagna è la prima tra le regioni che hanno un peso superiore al 4 per cento sulle esportazioni Italiane. All'Emilia-Romagna spetta, quindi, il primato per la crescita più alta tra le maggiori regioni esportatrici italiane.

Il primato assoluto per tasso di crescita compete, invece, alla Valle d'Aosta (+58,9 per cento, ma con una incidenza sulle esportazioni nazionali pari allo 0,2 per cento). Marche e Friuli-Venezia Giulia si mettono in evidenza per un notevole tasso di crescita (rispettivamente 32,6% e 30,5%) associato ad un peso sulle esportazioni nazionali ragguardevole (rispettivamente 3,8 e 3,6 per cento) se paragonato alla loro dimensione demografica.

Non tutte le regioni riportano un incremento delle esportazioni nel periodo considerato. In particolare, Puglia (-2,0 per cento), Basilicata (-4,2 per cento) e Molise (-11,2 per cento) riportano variazioni negative. Il peso del commercio con l'estero di queste regioni sul totale nazionale è comunque talmente limitato che il calo delle loro esportazioni ha una incidenza sulla variazione complessiva limitata ad uno 0,7 per cento.

Per quel che riguarda il peso delle diverse regioni sulle esportazioni nazionali, durante il primo trimestre dell'anno in corso l'Emilia-Romagna è divenuta la seconda regione esportatrice italiana (con un peso del 13,0 per cento sulle esportazioni italiane) superando il Veneto (12,9 per cento) e collocandosi alle spalle della sola Lombardia (28,5 per cento) che primeggia incontrastata anche grazie al proprio peso demografico. Il processo di avvicinamento e successivamente di sorpasso del Veneto era in atto già da tempo e segue quello avvenuto negli anni passati nei confronti del Piemonte.

Tavola 2. Evoluzione del peso delle esportazioni di Piemonte, Veneto ed Emilia-Romagna sul totale delle esportazioni italiane.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

È possibile scomporre l'aumento delle esportazioni avvenuto nel primo trimestre 2007 in funzione dell'incidenza di ciascuna regione nella determinazione di tale dinamica.

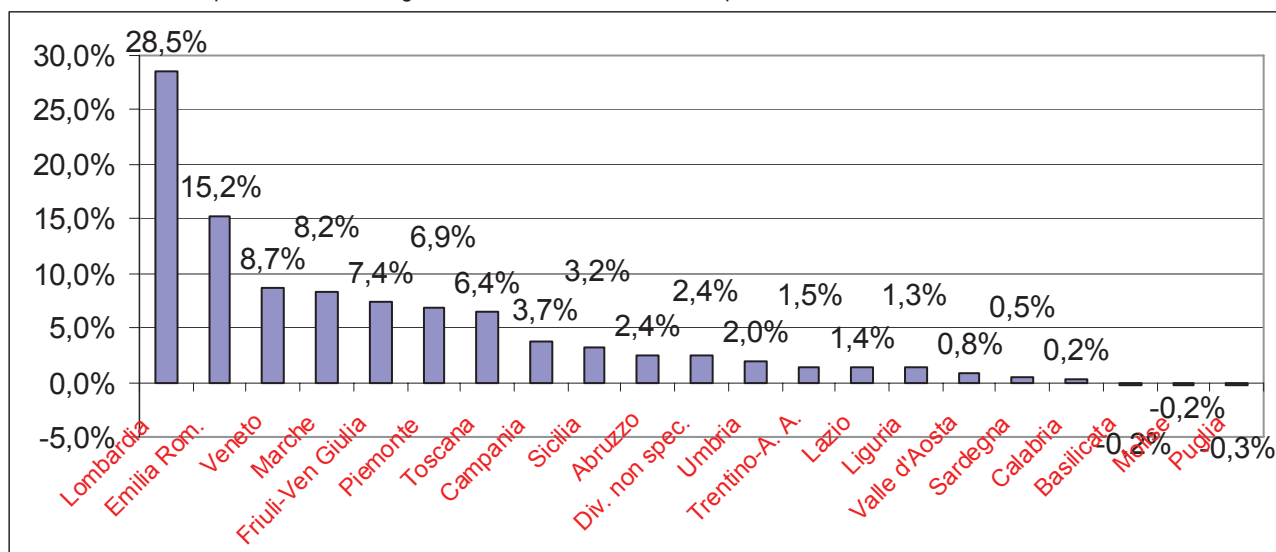
In quest'ottica, la regione che ha influito maggiormente sull'aumento delle esportazioni del primo trimestre 2007 sullo stesso periodo dell'anno precedente è stata la Lombardia con un 28,5 per cento (sostanzialmente lo stesso peso che questa regione ha sul complesso delle esportazioni nel primo trimestre del 2007). L'elevato peso della Lombardia sull'aumento delle esportazioni nazionali va, però, interpretato alla luce della dinamica percentuale delle esportazioni di questa regione che risulta essere inferiore a quella nazionale (12,8 per cento contro il 13,0 per cento). La Lombardia è, quindi, la regione col peso maggiore sull'aumento delle esportazioni nel periodo, anche se le stesse aumentano meno del dato medio nazionale. Questa apparente contraddizione è spiegata, ovviamente, dal peso demografico ed economico della Lombardia nel contesto italiano.

La seconda regione per incidenza sull'aumento dell'export nel primo trimestre 2007 è l'Emilia-Romagna a cui è attribuibile il 15,2 per cento dell'aumento delle esportazioni nazionali. Seguono Veneto (8,7 per cento) Marche (8,2 per cento) Friuli-Venezia Giulia e Piemonte (rispettivamente 7,4 e 6,9 per cento).

Passando all'analisi della composizione geografica di destinazione dell'export regionale ed avendo sempre come orizzonte temporale di riferimento il primo trimestre 2007, il continente europeo si conferma l'area che assorbe la maggior parte delle esportazioni regionali (71,0 per cento per il primo trimestre 2007

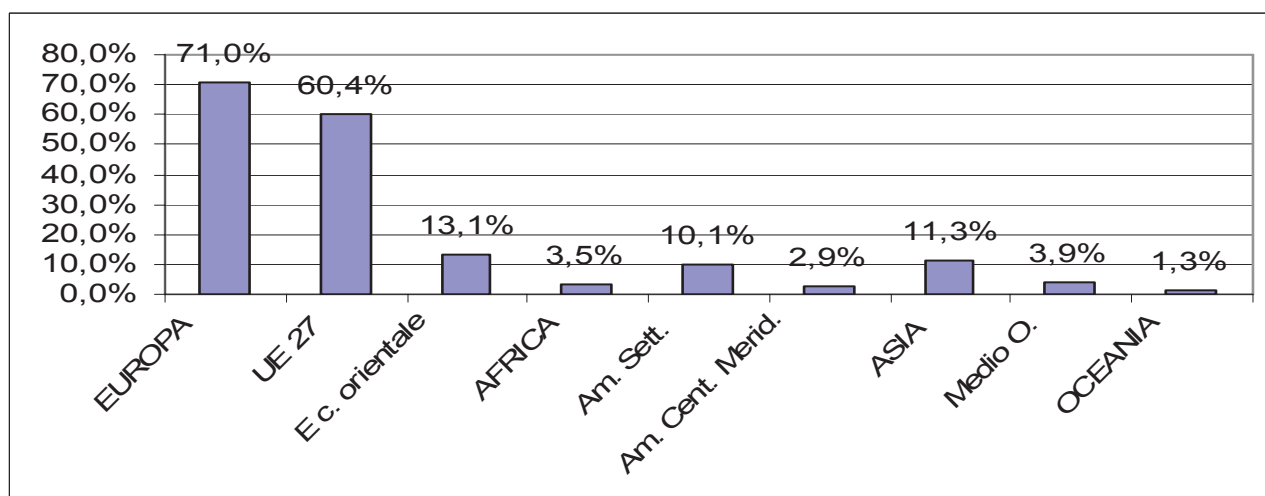
contro il 69,5 per cento della media del 2006). All'interno del continente europeo è l'Unione Europea, nella sua nuova configurazione a 27 paesi, l'area verso la quale si indirizza la maggior parte dell'esportazioni emiliano-romagnole (60,4 per cento per il primo trimestre 2007 contro il 58,5 per cento della media 2006).

Tavola 3. Incidenza percentuale delle regioni italiane sull'aumento delle esportazioni nazionali. Primo trimestre 2007.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Tavola 4. Incidenza delle diverse aree geoeconomiche di destinazione sulle esportazioni emiliano-romagnole del primo trimestre 2007.

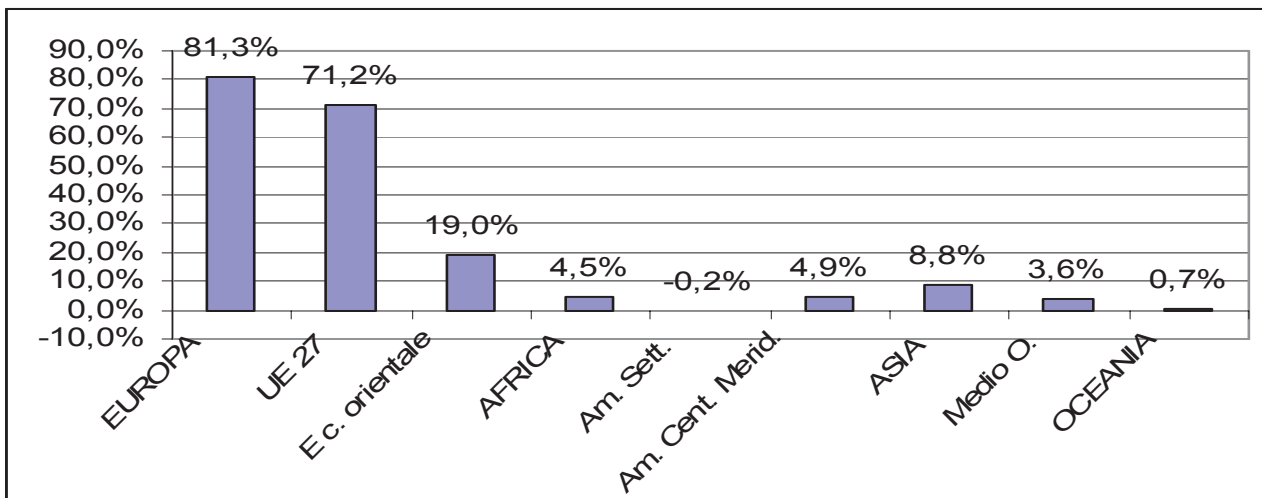


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Tenendo presente che si stanno considerando dati relativi ad un solo trimestre e che, quindi, è rischioso estrapolarne tendenze di lungo periodo, sembra comunque di poter ipotizzare un ulteriore aumento del peso dell'Europa e dell'Unione Europea sulle esportazioni regionali. In aumento rispetto al dato 2006 anche il peso dell'Asia (dall' 11,3 all'11,5 per cento) e del Medio Oriente (dal 3,9 al 4,0 per cento).

L'impressione di cui si è appena dato conto parrebbe trovare conferma dall'analisi del peso delle diverse aree sul solo aumento delle esportazione del primo semestre 2007 (sul primo semestre 2006), così come risulta dal seguente grafico:

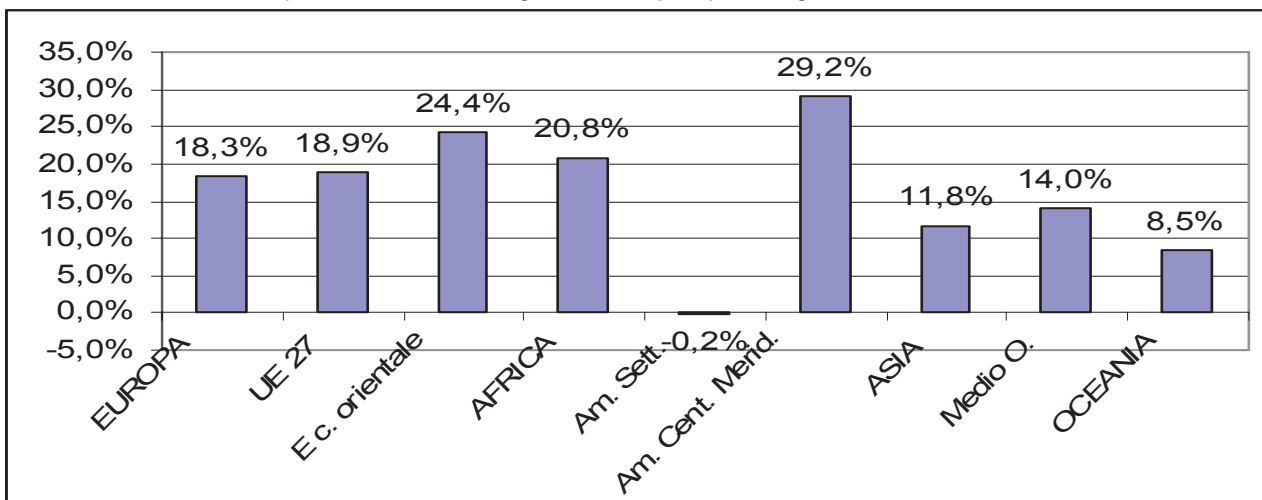
Tavola 5. Peso delle diverse aree geoeconomiche sull'aumento delle esportazioni emiliano-romagnole. Primo trimestre 2007.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Per quel che riguarda la crescita delle esportazioni del primo trimestre 2007, è possibile notare che l'area geoeconomica che evidenzia la miglior performance è l'America centro-meridionale (col 29,2 per cento) in rafforzamento rispetto al risultato registrato per l'anno 2006 sull'anno precedente (17,4 per cento). Sempre molto buona la performance dell'Europa, dell'Unione Europea a 27 e dell'Europa centro orientale (rispettivamente 18,3, 18,9 e 24,4 per cento). Va sottolineata la contrazione dell'esportazioni verso America settentrionale, anche se di limitata intensità, sulla quale gioca sicuramente un ruolo importante l'apprezzamento dell'Euro nei confronti del Dollaro USA al quale stiamo assistendo oramai da diversi mesi.

Tavola 6 Variazione delle esportazioni emiliano-romagnole verso le principali aree geoeconomiche. Primo trimestre 2007.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

I settori produttivi che durante il primo trimestre 2007 si sono dimostrati maggiormente vivaci sono stati gli altri servizi pubblici sociali e personali (+ 160,7 per cento) ed i prodotti petroliferi (+ 75,0 per cento). Entrambi questi settori hanno però un peso molto limitato sulle esportazioni regionali (meno dello 0,15 per cento complessivamente). Considerando i soli settori con un peso superiore al 2 per cento, le performance migliori sono state messe a segno dal settore dei metalli e prodotti in metallo (+ 43,9 per cento), dagli altri prodotti delle industrie manifatturiere (+ 20,3 per cento) e dai mezzi di trasporto (+17,0 per cento). Il settore della meccanica nel suo complesso si distingue per una ottima performance (+18,6 per cento) in ulteriore miglioramento rispetto al risultato registrato nel 2006. I dati del primo trimestre 2007 sembrano quindi indicare un ulteriore miglioramento dei risultati del comparto meccanico che evidenziano di nuovo un risultato migliore della media regionale.

La rilevanza del settore meccanico può essere apprezzata considerando l'apporto del settore all'aumento delle esportazioni: quasi il 70 di questo aumento è ascrivibile al comparto della meccanica (69,7 per cento). Seguono i prodotti tessili, con un peso pari all'8,9 per cento, i prodotti chimici e fibre sintetiche (5,9 per cento) ed i prodotti alimentari (4,1 per cento). A questi settori, considerati complessivamente, è riconducibile l'88,6 per cento dell'aumento delle esportazioni per il periodo in esame.

Tavola 7. Esportazioni emiliano-romagnole in Euro. Primo trimestre 2006 e 2007 a confronto.

Settori	I trim 2006	I trim 2007	Quota I trim 2007	Var % I trim 2007/2006
AA - Agricoltura, caccia e silvicoltura	129.524.924	151.264.800	1,4%	16,8%
BB - Pesca e piscicoltura	7.098.855	8.245.364	0,1%	16,2%
CA - Minerali energetici	84.595	61.119	0,0%	-27,8%
CB - Minerali non energetici	11.243.629	9.607.254	0,1%	-14,6%
DA - Alimentari, bevande, tabacco	617.393.512	677.927.648	6,2%	9,8%
DB - Prodotti tessili ed abbigliamento	880.802.772	1.013.159.678	9,2%	15,0%
DC - Cuoio pelli e similari	192.788.690	214.832.550	2,0%	11,4%
DD - Legno e prodotti in legno	44.693.569	48.166.486	0,4%	7,8%
DE -Carta, stampa ed editoria	79.829.982	84.566.591	0,8%	5,9%
DF - Coke, prodotti petroliferi	3.723.844	6.515.731	0,1%	75,0%
DG - Prodotti chimici e fibre sintetiche	600.341.569	688.105.536	6,2%	14,6%
DH - Gomma e materie plastiche	237.773.207	268.684.344	2,4%	13,0%
DI - Prodotti da minerali non metalliferi	946.265.373	986.455.393	9,0%	4,2%
DJ - Metalli e prodotti in metallo *	680.033.760	978.232.068	8,9%	43,9%
DK - Macchine ed apparecchi meccanici *	3.065.161.546	3.539.078.947	32,1%	15,5%
DL - Macchine elettriche, elettron. ed ottiche *	633.803.500	697.258.090	6,3%	10,0%
DM - Mezzi di trasporto *	1.181.176.145	1.382.072.118	12,5%	17,0%
DN - Altri prodotti delle industrie manifatturiere	210.278.484	253.013.744	2,3%	20,3%
EE - Energia elettrica, gas e acqua	0	0	0,0%	0,0%
KK - Attività informatiche prof. ed imprend.	3.433.693	1.954.324	0,0%	-43,1%
OO - Altri servizi	1.355.518	3.534.320	0,0%	160,7%
RR - Provviste di bordo ed altre	2.540.004	2.733.265	0,0%	7,6%
Totale	9.529.347.171	11.015.469.370	100,0%	15,6%
* settori riconducibili al comparto della meccanica	5.560.174.951	6.596.641.223	59,9%	18,6%

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

1.2 Il contesto di riferimento: lo scenario economico internazionale e nazionale¹

Le realtà del commercio estero emiliano-romagnolo ed italiano vanno analizzate partendo dal più ampio scenario economico mondiale. Secondo il World Economic Outlook del Fondo Monetario Internazionale (aprile 2007) l'output mondiale vedrà una crescita più moderata rispetto al 2006 (che aveva fatto registrare un +5,4 per cento), ma comunque consistente (intorno al +4,9 per cento) sia per il 2007 sia per il 2008. Anche il commercio mondiale è previsto in crescita nel 2007 (+7,0 per cento) e nel 2008 (+7,4 per cento) anche se con saggi inferiore a quello registrato nel 2006 (+9,2 per cento).

La crescita impetuosa dei BRICS, ed in particolare di Cina e India, ha sostenuto i tassi di crescita complessivi in termini di produzione industriale, investimenti e consumi. I dati del FMI relativi ai Paesi emergenti, per l'anno 2006, danno conto di una rilevante crescita di importazioni (+15,0 per cento) ed esportazioni (+10,6 per cento). Per le economie avanzate, i tassi di crescita sono stati inferiori, ma hanno fatto registrare le performance migliori da decenni con un +7,4 per le importazioni ed un +8,4 per le esportazioni.

Le previsioni per il 2007, come detto, vedono un attenuarsi della crescita del volume del commercio mondiale che non modifica sostanzialmente le tendenze relative in atto. Infatti, le importazioni dei paesi sviluppati continueranno a crescere ad un saggio inferiore delle esportazioni (+4,7 per cento le une, +5,5 per cento le altre) mentre le importazioni dei paesi emergenti ed in via di sviluppo continueranno a crescere più velocemente delle esportazioni (+12,5 per cento le prime, +10,4 per cento le seconde).

A livello nazionale, il 2006 è stato definito da più parti come l'"anno della svolta" con una crescita del PIL dell'1,9 per cento, trainata soprattutto da una vigorosa ripresa delle esportazioni. I dati registrano un aumento dell'export italiano pari al 9,0 per cento. Più in particolare, le esportazioni sono cresciute di 7,5 punti percentuali verso i Paesi dell'Unione Europea e dell'11,4 per cento verso i Paesi Extra-UE, a dimostrazione di quanto le economie emergenti attraggano sempre più gli imprenditori italiani e i prodotti del "Made in Italy". Le previsioni di crescita dell'export per il 2007 sono altrettanto positive, ma i livelli di crescita saranno leggermente inferiori a quelli registrati nel 2006 a causa del già citato rallentamento della crescita dell'economia mondiale.

Tavola 8. Graduatoria delle regioni italiane per aumento % dell'export 2006/2005

Rank 2006	Regione	Esportazioni		Rank 2006	Regione	Esportazioni	
		Var % 2006/2005	Quota % 2006			Var % 2006/2005	Quota % 2006
1	Basilicata	55,2%	0,5%	11	Lombardia	9,0%	28,4%
2	Marche	21,1%	3,5%	12	Trentino-Alto Adige	8,9%	1,7%
3	Valle d'Aosta	19,4%	0,2%	13	Piemonte	8,4%	10,6%
4	Sardegna	13,9%	1,3%	14	Veneto	7,8%	13,4%
5	Friuli-Venezia Giulia	13,9%	3,4%	15	Abruzzo	5,5%	2,0%
6	Umbria	13,7%	1,0%	16	Calabria	2,2%	0,1%
7	Toscana	12,0%	7,5%	17	Sicilia	2,0%	2,3%
8	Emilia Romagna	10,5%	12,6%	18	Molise	0,8%	0,2%
9	Campania	9,9%	2,5%	19	Liguria	-1,3%	1,3%
10	Lazio	9,5%	3,7%	20	Puglia	-1,6%	2,0%

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

A livello territoriale, l'aumento più elevato nel 2006 si registra per le regioni del centro Italia (+13,4 per cento) e dell'Italia nord-orientale (+9,6 per cento). Le altre circoscrizioni segnano tassi di poco inferiori alla media nazionale, rispettivamente: +8,5 per cento per l'Italia nord-occidentale, +7,1 per cento per l'Italia meridionale e +6,1 per cento per l'Italia insulare. In conseguenza dell'andamento appena segnalato, il peso

¹ In questo e nei successivi paragrafi del presente capitolo le analisi sono state svolte con riferimento ai dati annuali allo scopo di consentire osservazioni interannuali sia di breve sia di lungo periodo. L'ultimo dato ISTAT a disposizione (in configurazione provvisoria fino alla revisione di fine anno) è, quindi, quello al 31 dicembre 2006 relativo all'intero 2006. Nel precedente paragrafo, invece, l'analisi è stata compiuta sui dati relativi al primo trimestre 2007, ultimo dato ISTAT in assoluto disponibile (anche questo in configurazione provvisoria) allo scopo di dar conto delle ultime tendenze in atto. I confronti in esso espressi sono, quindi, trimestrali e, per uniformità, condotti sul trimestre corrispondente dell'anno precedente.

sulle esportazioni della circoscrizione Nord Est e Centro è in aumento passando, rispettivamente, dal 31,0 al 31,1 per cento e dal 15,1 al 15,7 per cento, mentre le altre circoscrizioni registrano una parallela diminuzione (Italia Nord Occidentale: dal 40,7 al 40,5 per cento; Italia Meridionale: dal 7,6 al 7,4 per cento; Italia Insulare dal 3,7 al 3,6 per cento).

Si conferma, quindi, il primato in termini di esportazioni del Nord-Ovest, che rappresenta il 40,5 per cento complesso delle esportazioni nazionali, seguito dal Nord-Est (31,1 per cento) e dell'Italia Centrale (15,7 per cento). Più limitato il peso dell'Italia meridionale ed insulare.

Tavola 9. Esportazioni per ripartizioni geografiche e regioni. Confronto anno 2005-2006. Valori in Euro.

TERRITORIO	2005	Quota %	2006	Quota %	Var % 2006/2005
Italia Nord-occidentale	122.058.512.337	40,7%	132.478.587.244	40,5%	8,5%
Piemonte	32.017.150.021	10,7%	34.693.561.038	10,6%	8,4%
Valle d'Aosta	493.316.157	0,2%	589.010.891	0,2%	19,4%
Lombardia	85.315.438.060	28,4%	93.019.524.580	28,4%	9,0%
Liguria	4.232.608.099	1,4%	4.176.490.735	1,3%	-1,3%
Italia Nord-orientale	92.830.891.569	31,0%	101.736.467.667	31,1%	9,6%
Trentino-Alto Adige	5.207.850.759	1,7%	5.668.947.038	1,7%	8,9%
Veneto	40.646.614.497	13,6%	43.823.670.131	13,4%	7,8%
Friuli-Venezia Giulia	9.643.352.627	3,2%	10.981.623.953	3,4%	13,9%
Emilia Romagna	37.333.073.686	12,4%	41.262.226.545	12,6%	10,5%
Italia Centrale	45.252.250.899	15,1%	51.317.552.196	15,7%	13,4%
Toscana	21.824.964.042	7,3%	24.447.397.912	7,5%	12,0%
Umbria	2.826.562.052	0,9%	3.213.504.745	1,0%	13,7%
Marche	9.524.396.210	3,2%	11.529.922.303	3,5%	21,1%
Lazio	11.076.328.595	3,7%	12.126.727.236	3,7%	9,5%
Italia Meridionale	22.691.524.206	7,6%	24.298.221.356	7,4%	7,1%
Abruzzo	6.305.542.371	2,1%	6.652.493.660	2,0%	5,5%
Molise	607.298.670	0,2%	611.958.503	0,2%	0,8%
Campania	7.579.182.021	2,5%	8.330.046.285	2,5%	9,9%
Puglia	6.780.961.858	2,3%	6.670.644.879	2,0%	-1,6%
Basilicata	1.099.784.314	0,4%	1.707.378.568	0,5%	55,2%
Calabria	318.754.972	0,1%	325.699.461	0,1%	2,2%
Italia Insulare	11.075.132.072	3,7%	11.750.012.035	3,6%	6,1%
Sicilia	7.266.995.166	2,4%	7.410.665.926	2,3%	2,0%
Sardegna	3.808.136.906	1,3%	4.339.346.109	1,3%	13,9%
Diverse o non specificate	6.015.105.068	2,0%	5.411.517.293	1,7%	-10,0%
ITALIA	299.923.416.151	100,0%	326.992.357.791	100,0%	9,0%

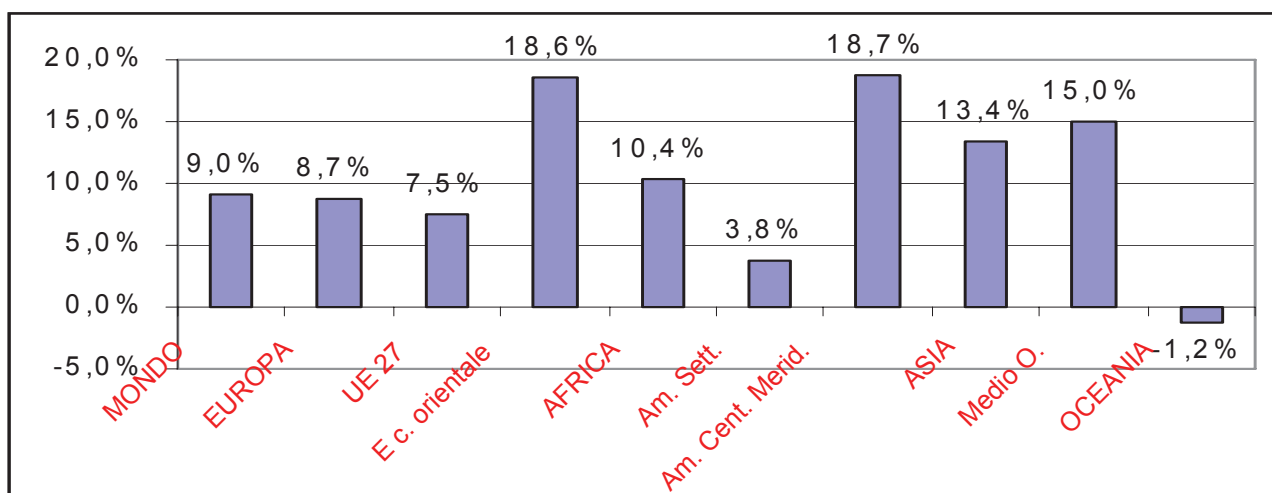
Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Proseguendo con l'analisi per territorio e passando al livello delle singole regioni, emerge che quelle che hanno registrato gli aumenti percentuali maggiori nel corso del 2006 sono state la Basilicata, con un +55,2 per cento, le Marche con +21,1 per cento e la Valle d'Aosta con +19,4 per cento. Queste regioni hanno, però, un peso limitato sulle esportazioni nazionali: ordinando le regioni italiane per performance dell'export si nota che, tra quelle che incidono sull'export nazionale per più del 10,0 per cento, è l'Emilia-Romagna la prima (con un +10,5 per cento di aumento, per un valore di oltre 41,26 miliardi di Euro) seguita dalla Lombardia che ha una percentuale di crescita identica al valore nazionale (+9,0 per cento di aumento, per un valore di poco più di 93 miliardi di Euro).

A fronte dell'aumento medio dell'export nazionale, solamente Puglia e Liguria fanno registrare andamenti negativi a dimostrazione del fatto che la ripresa delle esportazioni è un fenomeno piuttosto diffuso a livello nazionale.

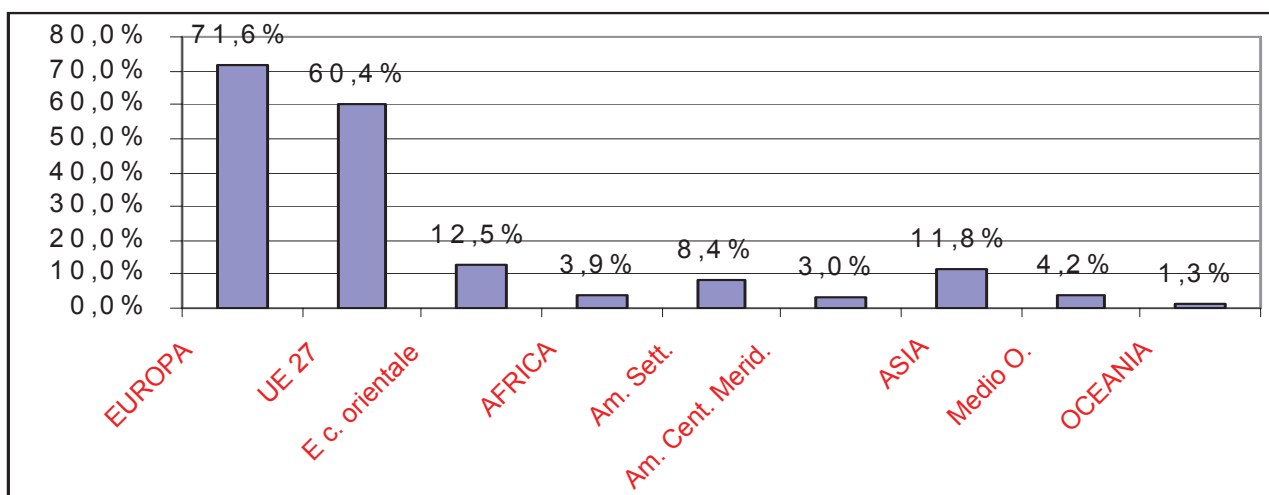
E' possibile notare come delle quattro grandi regioni esportatrici italiane, solo l'Emilia-Romagna evidenzia tassi di crescita delle proprie esportazioni per il 2006 superiori alla media nazionale. La Lombardia, seconda per tasso di crescita fra le grandi, riporta un aumento, come detto, pari alla media nazionale (+9,0 per cento) mentre Piemonte e Veneto riportano tassi di crescita inferiori alla media, rispettivamente pari all'8,4 per cento e al 7,8 per cento.

Tavola 10. Variazione % dell'export Italiano verso le diverse aree geoeconomiche. 2006 su 2005.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Tavola 11. Peso % delle diverse aree geoeconomiche sulle esportazioni italiane. Anno 2006.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

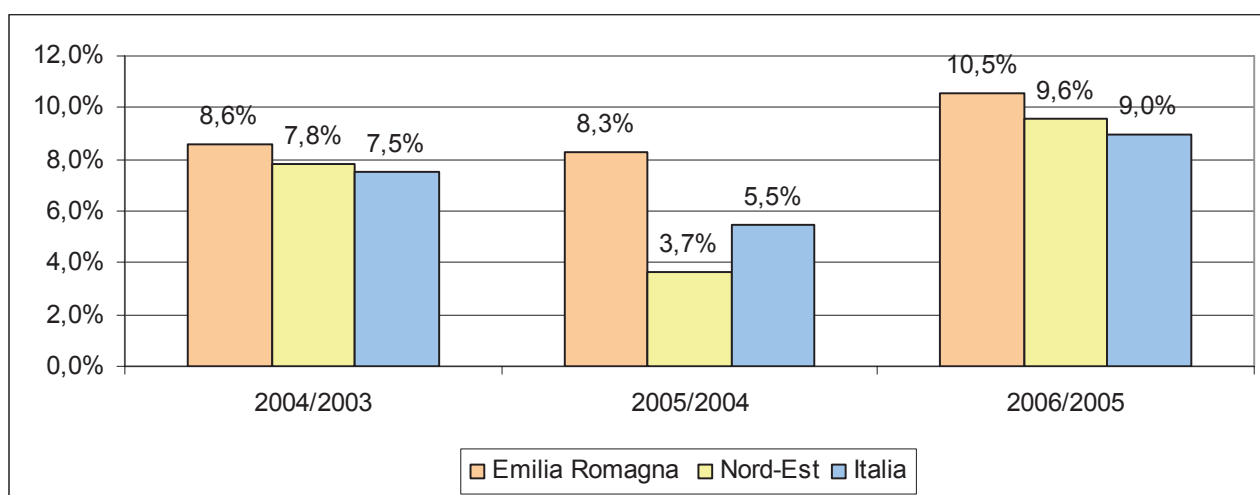
L'aumento del 9 per cento delle esportazioni italiane nel corso del 2006 non si è tradotto in un aumento uniforme verso tutte le aree geoeconomiche. In particolare, mentre l'America Centro Meridionale (+18,7 per cento), l'Europa Centro Orientale (+18,6 per cento), il Medio Oriente (+15,0 per cento), l'Asia (+13,4 per cento) e l'Africa (10,4 per cento) registrano un tasso di crescita superiore alla media nazionale si ha che l'Europa (+8,7 per cento) compresa anche l'Unione Europea a 27 (+7,5 per cento) e l'America Settentrionale (+3,8 per cento) registrano tassi di crescita inferiori. Nel contesto del generale aumento delle esportazioni italiane verso tutte le aree geoeconomiche, va segnalato il calo delle esportazioni verso l'Oceania (-1,2 per cento).

Ponendo attenzione alla composizione dell'export per il 2006 per quel che riguarda l'area geografica di destinazione, è possibile notare come sia l'Europa l'area che assorbe la maggior parte delle esportazioni italiane (71,6 per cento). All'interno di questa, è l'Unione Europea a 27 a rappresentare il maggior mercato di sbocco per le merci nazionali con il 60,4 per cento del totale. Assolutamente di rilievo il ruolo dell'Europa Centro Orientale che, considerata a se stante, assorbe il 12,5 per cento del valore complessivo del commercializzato all'estero. Il secondo continente, dopo l'Europa, è l'Asia che è la meta dell'11,8 per cento delle esportazioni nazionali. Di seguito si trovano l'America Settentrionale (8,4 per cento), l'Africa (3,9 per cento), l'America Centro Meridionale (3,0 per cento) e, da ultimo, l'Oceania con l'1,3 per cento.

1.3 Le dinamiche dell'export in Emilia-Romagna. Un confronto con le altre regioni

Dall'analisi dei dati Istat relativi al commercio estero dell'Emilia-Romagna emerge che le esportazioni regionali nel 2006 hanno segnato un aumento (a valore) pari all'10,5 per cento rispetto allo scorso anno. Il dato si colloca al di sopra della media nazionale (+9,0 per cento) e dell'aggregato del Nord-Est Italia (+9,6 per cento) fenomeno questo che caratterizza gli ultimi tre anni (come mostra la tavola di seguito riportata). Il dato complessivo per il 2006 mostra quindi un'accelerazione rispetto a quanto registrato nel primo semestre (sullo stesso periodo del 2005) quando l'aumento delle esportazioni regionali era pari all'8,6 per cento. Le esportazioni regionali continuano, quindi, a crescere più velocemente di quelle dei contesti di riferimento anche se il differenziale positivo tende ad erodersi in conseguenza della ritrovata dinamicità esportativa del Nord Est e dell'Italia nel suo complesso.

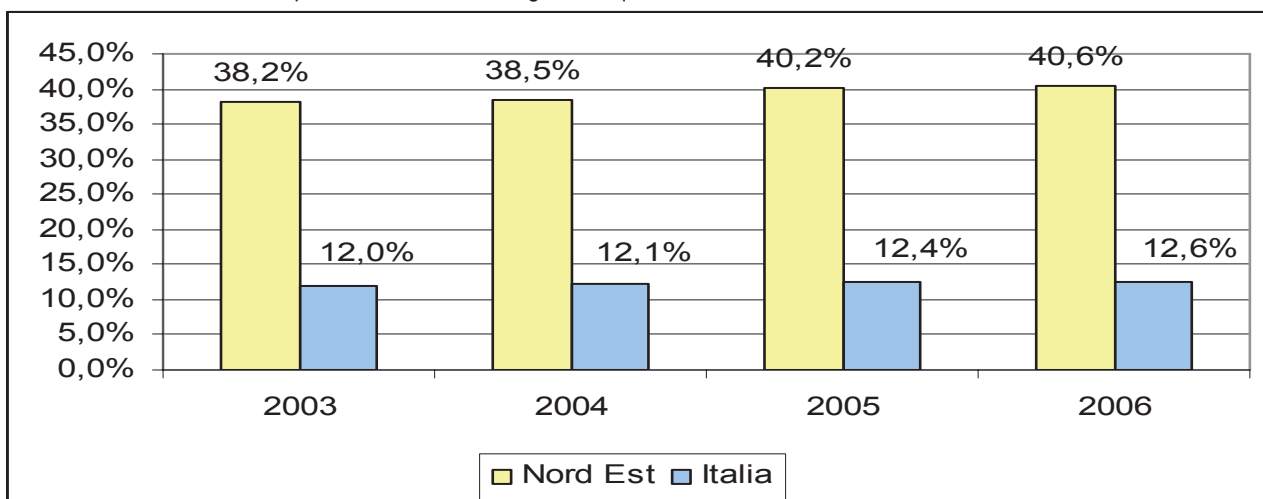
Tavola 12. Variazione % annuale dell'export delle aree indicate. Periodo 2003-2006



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Come conseguenza della maggiore velocità di crescita delle esportazioni regionali, si ha che l'incidenza dell'Emilia-Romagna tende a crescere sia nel contesto della circoscrizione Nord-Est che nei confronti dell'Italia nel suo complesso. Una crescita che, come visto precedentemente con riferimento al primo trimestre 2007, ha portato l'Emilia-Romagna a superare il Veneto e ad essere la seconda regione italiana per valore delle esportazioni.

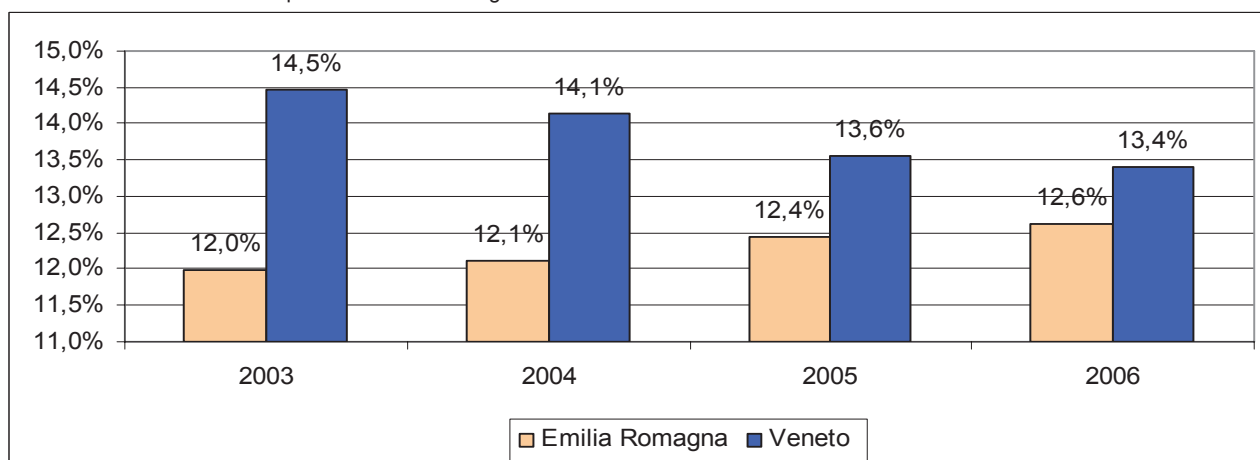
Tavola 13. Incidenza delle esportazioni emiliano-romagnole su quelle del Nord-Est e dell'Italia.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

L'avvicinamento e il successivo sorpasso nei confronti del Veneto è maturato negli ultimi anni – caratterizzati da un andamento economico di sostanziale stagnazione – nei quali le imprese delle due regioni hanno adottato strategie competitive differenti, soprattutto per quanto concerne il processo delocalizzativo. Se si esamina il periodo 2003 – 2006 è possibile notare che l'incidenza dell'export veneto sul totale nazionale è passato dal 14,5 per cento del 2003 al 13,4 per cento del 2006 mostrando un andamento decrescente. Sempre nello stesso periodo, invece, l'incidenza delle esportazioni emiliano-romagnole è passata dal 12,0 per cento del 2003 al 12,6 per cento del 2006 mostrando un andamento crescente.

Tavola 14. Incidenza dell'export dell'Emilia-Romagna e del Veneto sul totale nazionale

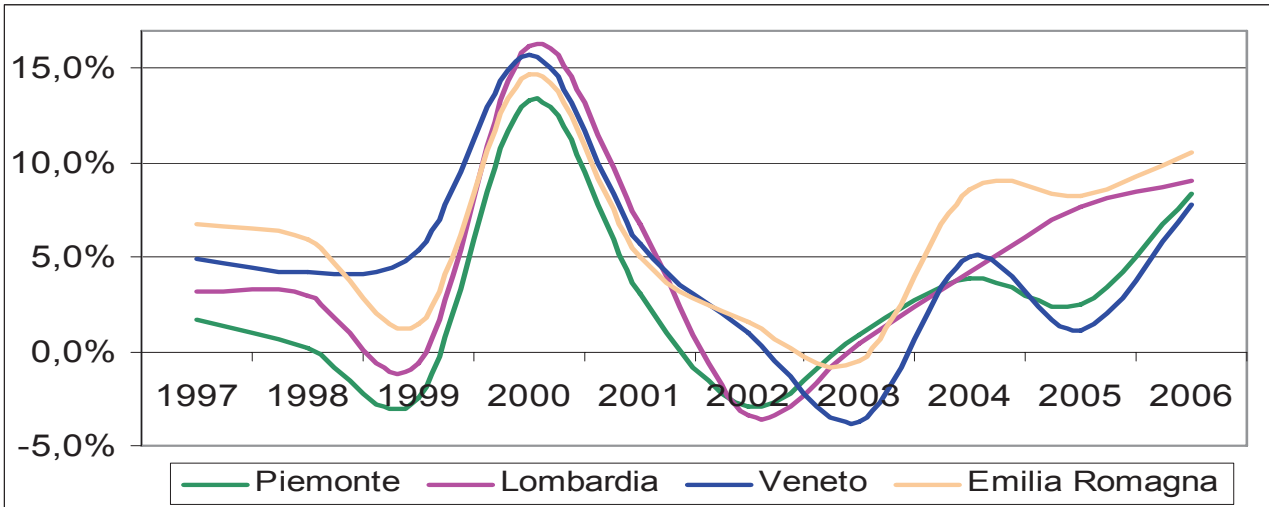


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

I dati relativi al primo trimestre 2007 hanno evidenziato la maggior crescita delle esportazioni emiliano-romagnole rispetto a quelle delle altre regioni italiane export-leader – nell'ordine Lombardia, Veneto e Piemonte. Un andamento che trova riscontro nelle statistiche sul commercio estero del 2006 e in quelle relative ai due anni precedenti.

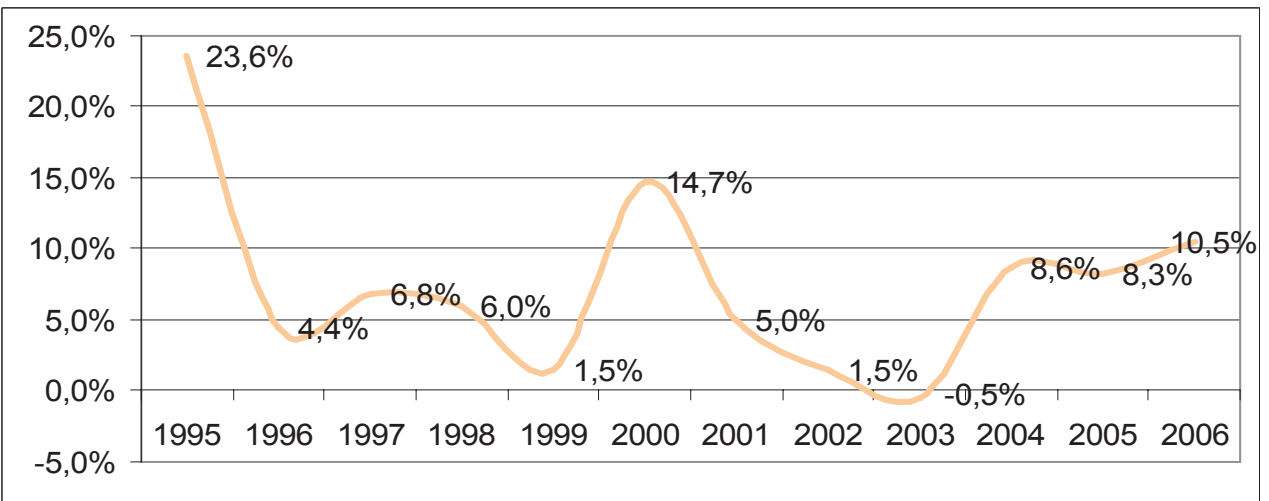
Dunque, da oltre tre anni le esportazioni dell'Emilia-Romagna registrano saggi di incremento superiori alle altre regioni leader nel commercio con l'estero, una tendenza che per essere meglio compresa deve essere analizzata nelle sue componenti provinciali, settoriali e per mercati di destinazione.

Tavola 15. Andamento dei tassi di crescita annuali delle esportazioni delle 4 maggiori regioni esportatrici italiane



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Tavola 16. Andamento del tasso di crescita annuale delle esportazioni dell'Emilia-Romagna

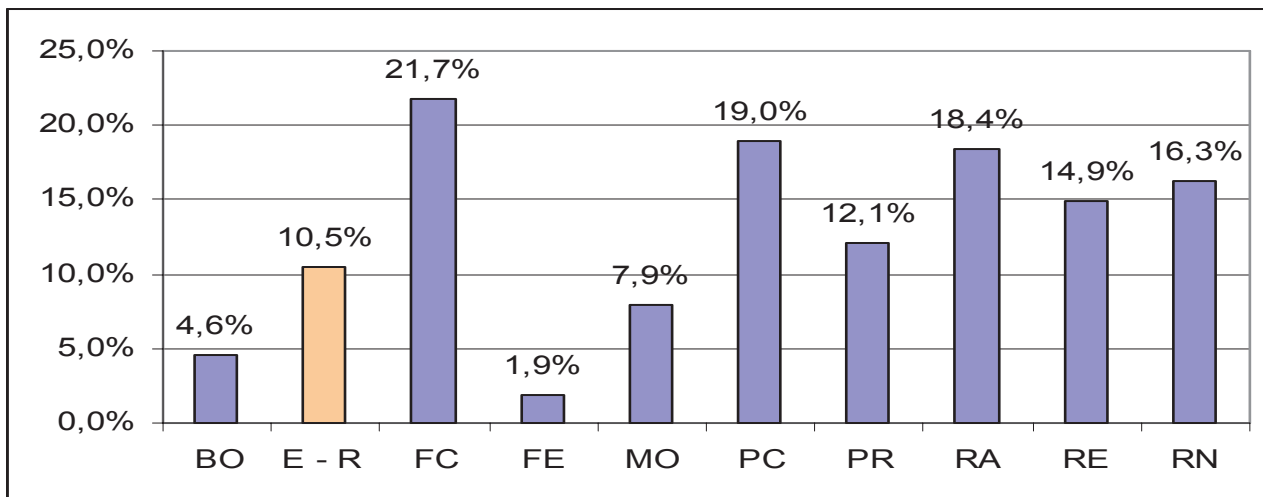


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

1.4 Analisi a livello provinciale

La buona performance esportativa messa a segno dall'Emilia-Romagna nel corso del 2006 non si è tradotta in un aumento uniforme delle esportazioni delle nove province regionali.

Tavola 17. Variazione % delle esportazioni delle province dell'Emilia-Romagna nel 2006. In evidenza il dato regionale.

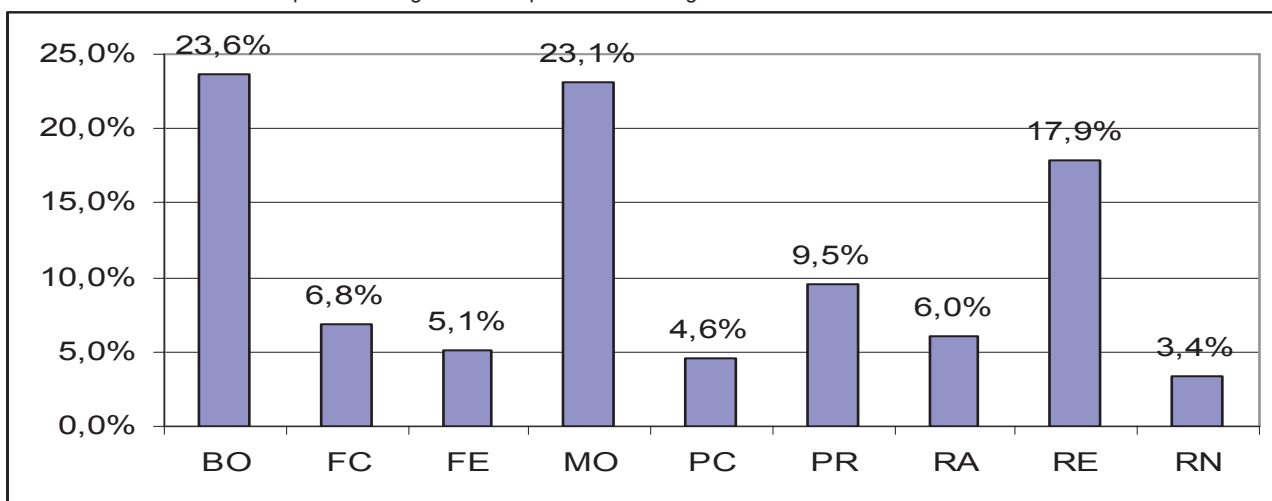


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

In particolare, le province che presentano i risultati migliori sono Forlì-Cesena (+21,7 per cento rispetto al 2005), Piacenza (+19,0 per cento) e Ravenna (+18,4 per cento). Anche Rimini, Reggio Emilia e Parma evidenziano saggi di aumento superiori alla media regionale (rispettivamente: + 16,3, +14,9 e +12,1 per cento) mentre Modena, Bologna e Ferrara, pur facendo registrare una crescita delle proprie esportazioni, si collocano al di sotto della media emiliano-romagnola (rispettivamente +7,9, +4,6 e +1,9 per cento).

Se invece di analizzare la variazione delle esportazioni rispetto all'anno precedente, si prende in considerazione il peso delle diverse province sulle esportazioni nel 2006, è possibile notare, come era logico attendersi, che le due province più "pesanti" della regione sia dal punto di vista demografico che economico (Bologna e Modena) sono quelle che concentrano la maggior parte dell'export regionale. Alle spalle di queste due province si posiziona Reggio Emilia che ha un peso maggiore di quello che la sua consistenza demografica farebbe supporre. Le tre province appena citate rappresentano quasi due terzi delle esportazioni regionali realizzate nel 2006. Seguono Parma (9,5 per cento), Forlì-Cesena (6,8 per cento), Ravenna (6,0 per cento) e Ferrara (5,1 per cento).

Tavola 18. Incidenza sulle esportazioni regionali delle province della regione. Anno 2006

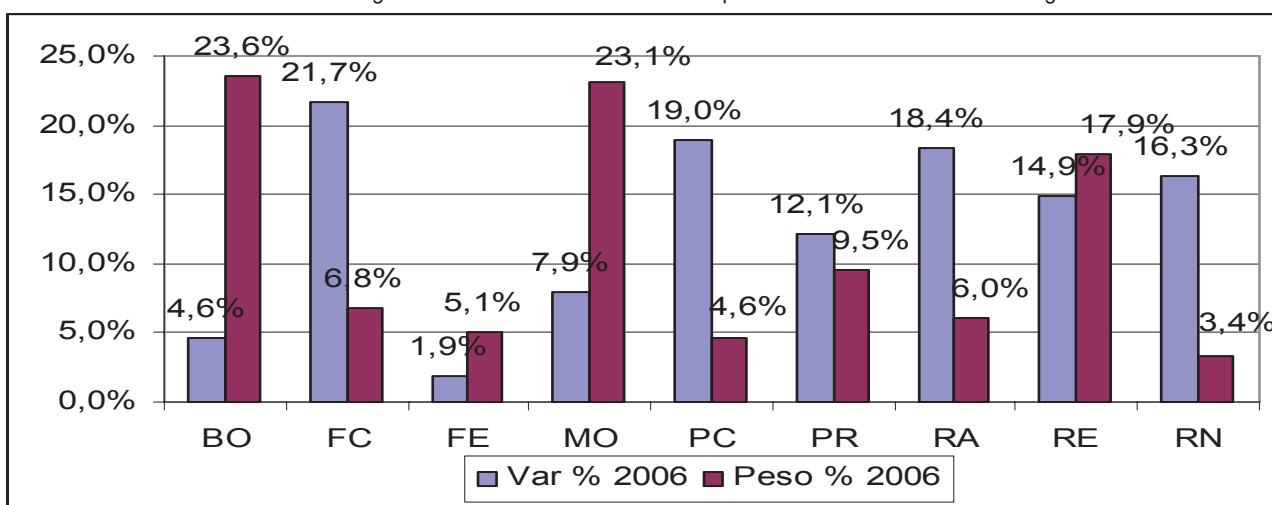


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Chiudono la classifica della province della regione per maggior incidenza sull'export Piacenza (4,6 per cento) e Rimini (3,4 per cento), fenomeno questo riconducibile in parte al limitato peso demografico delle medesime nel contesto regionale, in parte ad una minor presenza dell'industria manifatturiera nella struttura economica locale.

Di particolare interesse il confronto fra le due grandezze appena esaminate (tasso di crescita delle esportazioni provinciali e peso delle province sul dato regionale). Le province di Bologna e Modena, pur essendo quelle con un peso maggiore sull'export regionale, sono fra le province che riportano un tasso di crescita inferiore nel 2006. All'opposto, Piacenza e Rimini sono fra le prime per tasso di crescita ma hanno un peso limitato. La provincia di Forlì-Cesena, pur avendo già una incidenza sulle esportazioni in linea col proprio peso demografico presenta, come detto, il saggio di crescita più alto in regione. Reggio Emilia, terza per peso dell'export, presenta un tasso di crescita superiore alla media regionale. Buone le performance complessive di Piacenza e Ravenna. Parma mantiene le proprie posizioni grazie ad un tasso di crescita superiore alle media regionale. La situazione più penalizzata sembra essere, al momento, quella di Ferrara che coniuga una bassa crescita ad un peso limitato sulle esportazioni.

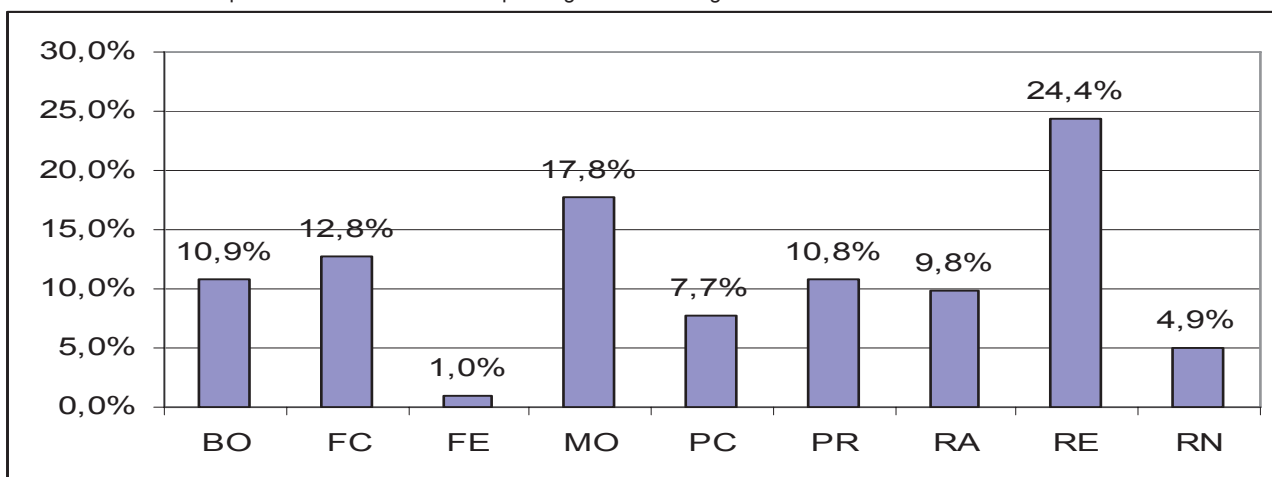
Tavola 19. Province dell'Emilia-Romagna. Confronto fra l'aumento delle esportazioni e incidenza sul totale regionale. Anno 2006.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Se invece del complesso delle esportazioni si concentra l'analisi sul solo aumento subito da queste durante il 2006 (pari a quasi 4 miliardi di Euro) è possibile notare che il combinarsi dei fenomeni sopra descritti (tasso di crescita dell'export provinciale e peso delle province sull'export regionale) fa sì che la provincia col maggior peso sull'aumento delle esportazioni emiliano-romagnole sia Reggio Emilia col 24,4 per cento, seguita da Modena (grazie al peso che essa ha storicamente sulle esportazioni), Forlì-Cesena (grazie soprattutto alla dinamicità dell'export nel 2006) e Bologna (come nel caso di Modena, grazie al peso di questa provincia sull'export complessivo della regione).

Tavola 20. Peso delle province sull'aumento dell'export registrato dalla regione. Anno 2006.



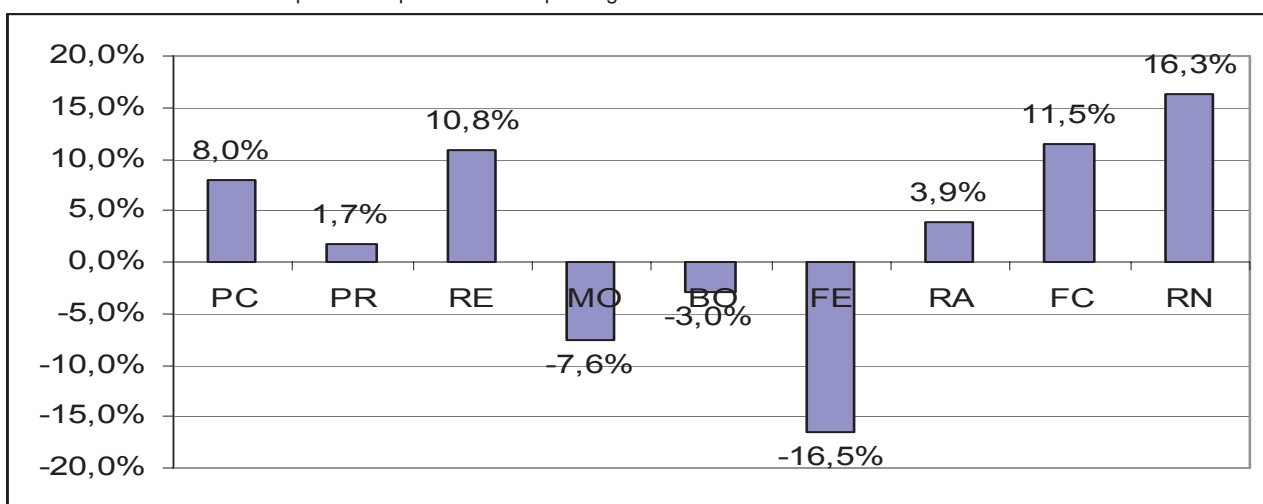
Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

La provincia di Parma col 10,8 per cento ha quasi lo stesso peso sull'aumento delle esportazioni della provincia di Bologna. Seguono poi Ravenna, Piacenza e Rimini e da ultimo Ferrara che, come detto, combina un peso limitato delle proprie esportazioni con il saggio di crescita più basso in regione.

Mantenendo il livello provinciale come orizzonte geografico di riferimento per l'analisi ma spostando quello temporale sull'arco di 10 anni è possibile rintracciare alcune tendenze di fondo. Dal 1997 al 2006 il peso delle esportazioni della province di Bologna, Modena e Ferrara sul totale regionale è diminuito (rispettivamente: -3,0, -7,6 e -16,5 per cento) mentre è aumentato il peso di tutte le altre province: dall'1,7 per cento di Parma al 16,3 per cento di Rimini passando per il 3,9 per cento di Ravenna, l'8,0 per cento di Piacenza, il 10,8 per cento di Reggio Emilia e l'11,5 per cento di Forlì-Cesena.

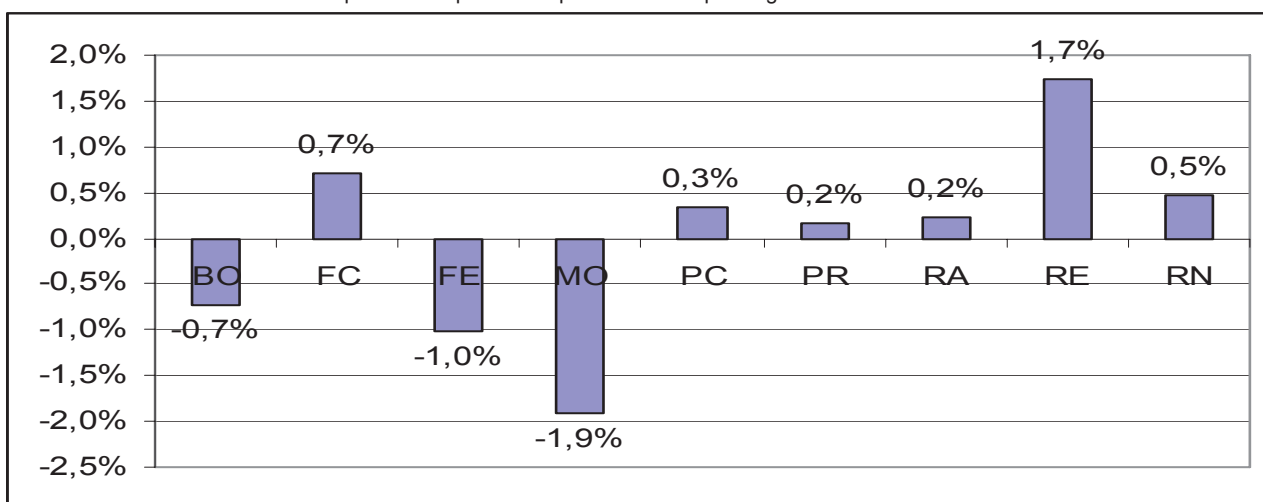
Prendendo in esame la variazione assoluta in punti percentuali dell'incidenza della province sull'export regionale nell'arco temporale considerato emerge che la variazione positiva più consistente è quella realizzata dalla provincia di Reggio Emilia (+1,7 punti percentuali) seguita da quella di Forlì-Cesena (+0,7 punti percentuali). La maggior perdita di quote è, invece, quella subita dalla provincia di Modena (-1,9 punti percentuali) seguita dalla provincia di Ferrara (-1,0 punti percentuali).

Tavola 21. Variazione % del peso delle province sull'export regionale. Variazioni % intervenute nel decennio 1997-2006.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.




Tavola 22. Variazione assoluta in punti % del peso delle province sull'export regionale. Anni 1997-2006 a confronto.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Il risultato delle variazioni appena descritte è che Bologna, Forlì-Cesena e Ravenna guadagnano posizioni nella graduatoria regionale delle province, mentre Modena e Ferrara arretrano. Le altre province mantengono invece inalterata la propria posizione nell'arco del decennio 1997 - 2006.

Tavola 23. Graduatoria delle province esportatrici dell'Emilia-Romagna. Confronto 1997 – 2006.

Provincia	Peso 2006	Peso 1997	Rank 2006	Rank 1997	Variazione Rank	
Bologna	23,6%	24,3%	1	2	1	
Modena	23,1%	25,0%	2	1	-1	
Reggio Emilia	17,9%	16,1%	3	3	0	
Parma	9,5%	9,4%	4	4	0	
Forlì-Cesena	6,8%	6,1%	5	6	1	
Ravenna	6,0%	5,8%	6	7	1	
Ferrara	5,1%	6,1%	7	5	-2	
Piacenza	4,6%	4,2%	8	8	0	
Rimini	3,4%	2,9%	9	9	0	

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

1.5 Analisi settoriale

Il primo aspetto che è possibile considerare analizzando la composizione settoriale dell'export dell'Emilia-Romagna è la differente dinamicità evidenziata dai singoli settori produttivi nel 2006 rispetto all'anno precedente. I settori che hanno presentato tassi di incremento più elevati afferiscono al comparto del terziario e, in particolare, riguardano le transazioni commerciali relativi alla voce "altri servizi" (+119,9 per cento) e alle "attività informatiche e professionali" (+ 43,9 per cento). Entrambi questi settori hanno però ancora un peso limitato sulle esportazioni emiliano-romagnole (inferiore al 0,05 per cento) ne consegue che il loro sostenuto aumento percentualmente si è tradotto in un aumento in termini assoluti piuttosto contenuto. Prendendo in considerazione settori con un peso sulle esportazioni superiore allo 0,5 per cento, eccelle l'aumento delle esportazioni petrolifere (+ 28,7 per cento) e del settore della carta (+27,2 per cento). Segue il settore dei prodotti in metallo (appartenente al comparto meccanico) che presenta un aumento del 27,2 per cento (con un peso tutt'altro che trascurabile sulle esportazioni regionali pari al 7,8% per cento).

Tavola 24. Esportazioni emiliano-romagnole in Euro. Anni 2005 e 2006 a confronto.

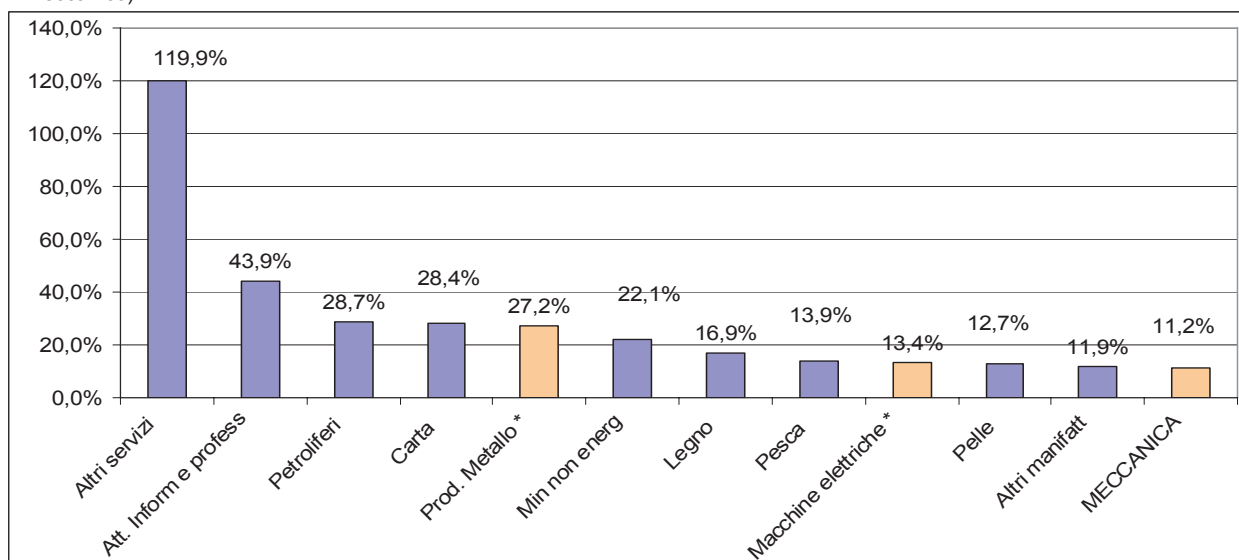
Settori	2005	2006	Quota % 2006	Var, % 2006/2005
AA - Agricoltura, caccia e silvicoltura	597.327.211	633.538.982	1,5%	6,1%
BB - Pesca e piscicoltura	33.291.133	37.916.903	0,1%	13,9%
CA - Minerali energetici	490.933	314.110	0,0%	-36,0%
CB - Minerali non energetici	32.262.637	39.402.210	0,1%	22,1%
DA - Alimentari, bevande, tabacco	2.535.077.742	2.792.652.403	6,8%	10,2%
DB - Prodotti tessili ed abbigliamento	3.000.160.200	3.277.146.974	7,9%	9,2%
DC - Cuoio pelli e similari	632.261.723	712.286.592	1,7%	12,7%
DD - Legno e prodotti in legno	153.826.050	179.886.092	0,4%	16,9%
DE -Carta, stampa ed editoria	279.769.981	359.225.250	0,9%	28,4%
DF - Coke, prodotti petroliferi	23.414.959	30.130.510	0,1%	28,7%
DG - Prodotti chimici e fibre sintetiche	2.354.792.291	2.562.425.000	6,2%	8,8%
DH - Gomma e materie plastiche	961.382.218	1.020.141.468	2,5%	6,1%
DI - Minerali non metalliferi	3.623.424.167	3.917.108.989	9,5%	8,1%
DJ - Metalli e prodotti in metallo *	2.519.545.040	3.205.890.662	7,8%	27,2%
DK - Macchine ed apparecchi meccanici *	12.417.092.144	13.592.330.005	32,9%	9,5%
DL - Macchine elettriche, elettroniche ed ottiche *	2.687.400.232	3.047.770.444	7,4%	13,4%
DM - Mezzi di trasporto *	4.601.884.335	4.868.592.956	11,8%	5,8%
DN - Altri prodotti delle industrie manifatturiere	851.045.253	952.095.490	2,3%	11,9%
EE - Energia elettrica, gas e acqua	0	0	0,0%	0,0%
KK - Attività informatiche profess. ed imprendit.	12.191.886	17.547.749	0,0%	43,9%
OO - Altri servizi	2.008.169	4.416.760	0,0%	119,9%
RR - Provviste di bordo ed altre	14.425.382	11.406.996	0,0%	-20,9%
Totale	37.333.073.686	41.262.226.545	100,0%	10,5%

* settori riconducibile al comparto della meccanica 22.225.921.751 24.714.584.067 59,9% 11,2%

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

I settori riconducibili al comparto della meccanica (metalli e prodotti in metallo, macchine ed apparecchi meccanici, macchine elettriche – elettroniche ed ottiche e mezzi di trasporto) mostrano, in media, una dinamica superiore al dato regionale (11,2 per cento contro il 10,5 per cento) anche se la dinamica interna al comparto non è uniforme poiché si va dal +27,2 per cento del settore dei prodotti in metallo al +5,8 per cento dei mezzi di trasporto passando dal +13,4 per cento delle macchine elettriche, elettroniche ed ottiche e dal +9,5 per cento delle macchine ed apparecchi meccanici. Si ha, quindi, che, mentre i prodotti in metallo e le macchine elettriche - elettroniche ed ottiche crescono più velocemente della media regionale, le macchine ed apparecchi meccanici ed i mezzi di trasporto crescono con saggi inferiori.

Tavola 25. Variazione % 2006/05 dei settori che crescono più della media regionale (in evidenza i settori riconducibili al comparto meccanico).

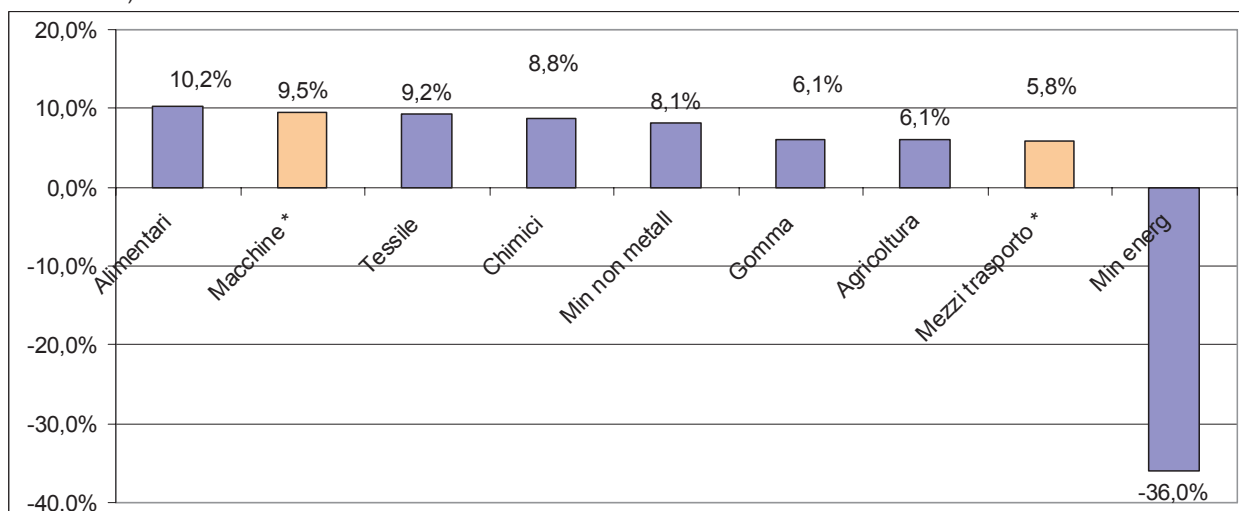


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Non tutti i settori presentano aumenti delle esportazioni nel 2006. In particolare il settore della lavorazione di minerali non energetici fa registrare una diminuzione del commercializzato estero pari al 36 per cento. Va, però, precisato che tale settore ha un peso estremamente marginale sulle esportazione emiliano-romagnole (0,0008 per cento). Si può quindi affermare che l'aumento delle esportazioni nel corso del 2006 ha interessato la quasi totalità dei settori produttivi anche se, ovviamente, con intensità diversa.

Fra i settori che evidenziano un aumento inferiore alla media regionale vanno citati, per il peso che questi hanno sull'export emiliano-romagnolo, il settore delle macchine (+9,5 per cento con un peso pari al 32,9 per cento) e i mezzi di trasporto (+5,8 per cento con un peso pari all'11,8 per cento).

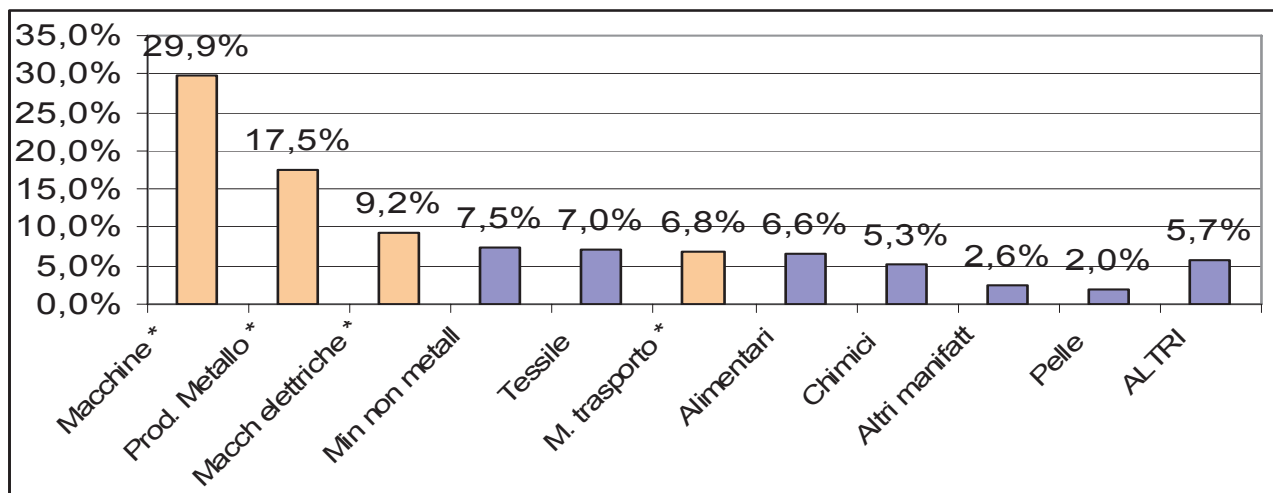
Tavola 26. Variazione % 2006/05 dei settori che crescono meno della media regionale (in evidenza i settori riconducibili al comparto meccanico).



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Per quel che riguarda la composizione settoriale dell'export regionale, anche nel 2006, la meccanica continua ad avere il maggior peso. Raggruppando, infatti, tutti i settori riconducibili ad essa si arriva al 59,9 per cento del valore complessivo delle esportazioni, in linea con quanto registrato nel 2005 (59,5 per cento). Seguono nella graduatoria dell'incidenza sull'export i prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (9,5 per cento) – settore che incorpora il comparto della ceramica – i prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento (7,9 per cento), l'alimentari, bevande, tabacco (6,8 per cento) ed il settore chimico (6,2 per cento). I settori fin qui nominati hanno un peso complessivo sull'export regionale superiore al 90 per cento.

Tavola 27. Peso % dei diversi settori sull'aumento delle esportazioni dell'Emilia-Romagna nel 2006. In evidenza i settori meccanici.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Se invece di considerare l'ammontare complessivo dell'export emiliano-romagnolo, si prende in esame il solo aumento rispetto al 2005, si può notare che, come atteso, questo è dato per la maggior parte dai settori riconducibili alla meccanica (che hanno un peso complessivo pari al 63,3 per cento). Seguono poi i prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (7,5 per cento) ed il tessile abbigliamento (7 per cento). Poiché il peso della meccanica sull'aumento delle esportazioni è superiore a quello che essa ha sulle esportazioni complessive, l'incidenza del comparto risulta in ulteriore aumento.

Tavola 28. Primi 10 settori per peso sulle esportazione emiliano-romagnole 2006 e 1997 a confronto.

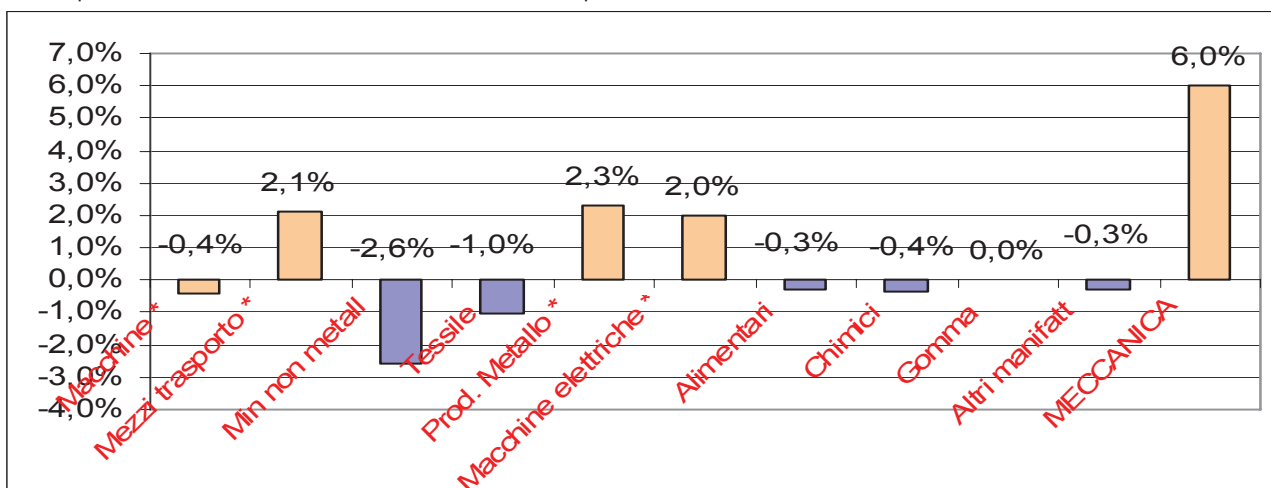
Settori	Peso 2006	Peso 1997	Rank 2006	Rank 1997	Variazione Rank	
Macchine *	32,9%	33,3%	1	1	0	
Mezzi trasporto *	11,8%	9,7%	2	3	1	
Min non metalliferi	9,5%	12,1%	3	2	-1	
Tessile-Abbigliamento	7,9%	9,0%	4	4	0	
Prod. Metallo *	7,8%	5,5%	5	7	2	
Macchine elettriche *	7,4%	5,4%	6	8	2	
Alimentari	6,8%	7,0%	7	5	-2	
Chimici	6,2%	6,6%	8	6	-2	
Gomma	2,5%	2,5%	9	10	1	
Altri manifatt	2,3%	2,6%	10	9	-1	
Totale primi 10 settori	95,1%	93,6%				
* settori riconducibili alla meccanica	59,9%	53,9%				

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Il fenomeno della progressiva concentrazione delle esportazioni regionali verso la meccanica non è nuovo. Confrontando le esportazioni 2006 con quelle registrate 10 anni prima (1997) è possibile notare che il peso dei settori riconducibili al comparto meccanico è aumentato di ben 6 punti percentuali, passando dal 53,9 per cento del 1997 al 59,9 per cento del 2006. Occorre sottolineare che il comparto della meccanica non presenta un andamento uniforme al suo interno poiché non tutti i settori dei quali si compone manifestano lo stesso andamento.

In particolare, nel decennio considerato si registra una crescita dell'incidenza sul totale export regionale del settore delle macchine elettriche – elettroniche ed ottiche (dal 5,4 per cento del 1997 al 7,4 per cento del 2006), del metallo e prodotti in metallo (dal 5,5 per cento del 1997 al 7,8 per cento del 2006), dei mezzi di trasporto (2,1 punti percentuali in più). Al contrario le macchine ed apparecchi meccanici registrano una diminuzione assoluta della propria incidenza pari a 0,4 punti percentuali.

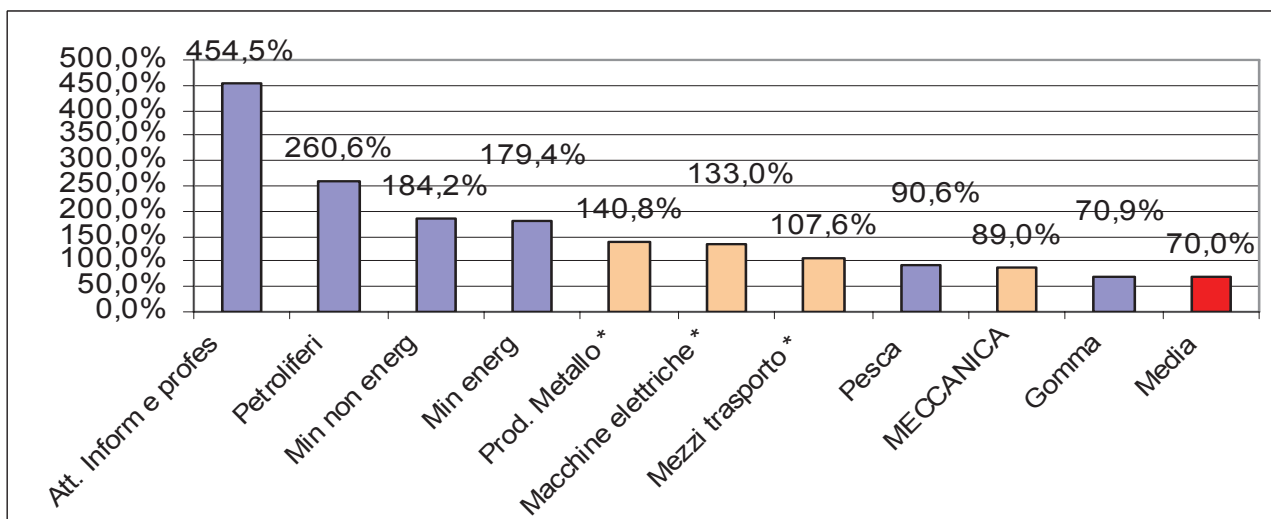
Tavola 29. Variazioni assolute (1997-2006) in punti percentuali del peso sulle esportazioni dei primi 10 settori per incidenza sull'export nel 2006. In evidenza i settori riconducibili al comparto meccanico.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Nel decennio preso in considerazione (1997 – 2006) l'aumento (in valore) registrato dalle esportazioni dell'Emilia-Romagna è stato complessivamente pari al 70 per cento. I settori che hanno messo a segno le variazioni maggiori sono stati quelli delle attività professionali (+454,4 per cento), quello petrolifero (260,6 per cento) e quello dei minerali non energetici (+184,4 per cento). Tutti questi settori, però, hanno un peso sulle esportazioni regionali molto limitato (al di sotto dello 0,1 per cento). Se si considerano i comparti con un valore export apprezzabile, le performance più significative sono, ancora una volta, ascrivibili ai settori appartenenti al comparto della meccanica, con una crescita complessiva dell'89 per cento.

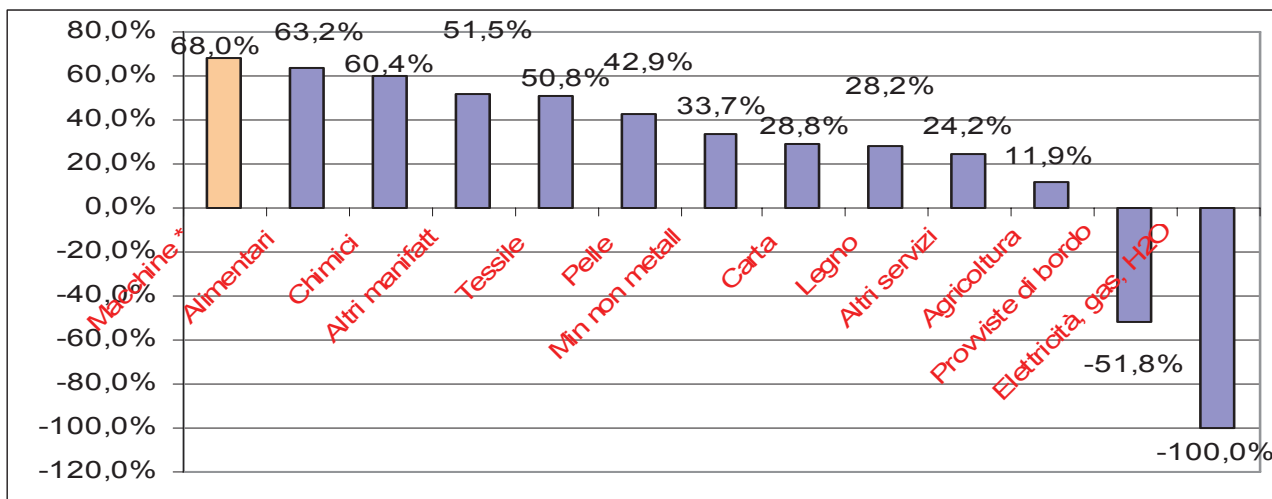
Tavola 30. Variazione % delle esportazioni emiliano-romagnole nei settori produttivi che aumentano più della media. Periodo 1997- 2006.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

A tale risultato concorre l'aumento del 140,8 per cento del settore dei metalli e prodotti in metallo, del 133,0 per cento del settore delle macchine elettriche - elettroniche ed ottiche, del 107,6 per cento dei mezzi di trasporto e del 68,0 per cento del settore delle macchine ed apparecchi meccanici. In ragione superiore alla media regionale crescono anche il settore della pesca (+90,6 per cento) e quello della gomma e materie plastiche (+70,9 per cento). La pesca ha un peso sull'export 2006 dello 0,1 per cento mentre gomma e materie plastiche hanno una incidenza più significativa pari al 2,5 per cento.

Tavola 31. Variazione % delle esportazioni emiliano-romagnole nei settori produttivi che aumentano meno della media. Periodo 1997-2006.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

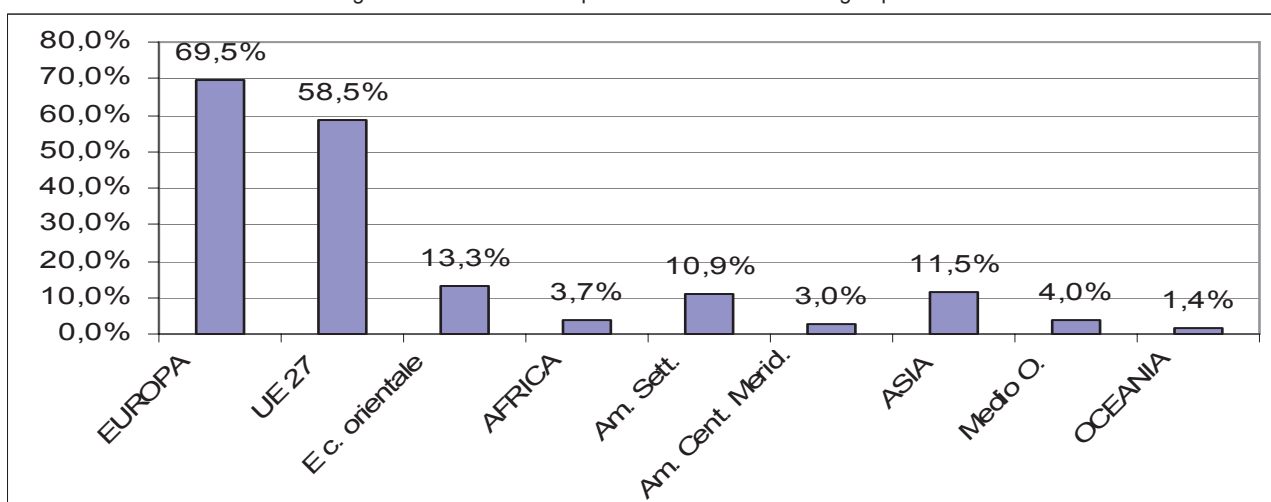
Spostando l'attenzione sui settori che dal 1997 al 2006 hanno registrato una crescita inferiore alla media regionale, è possibile notare come molti di questi abbiano pesi non trascurabili sull'export dell'Emilia-Romagna. E' il caso dei prodotti alimentari (+63,2 per cento con un peso al 2006 pari al 6,8 per cento), dei prodotti chimici e fibre sintetiche (+60,4 per cento ed un peso del 6,2 per cento), dei minerali non metalliferi (+33,7 per cento e 9,5 per cento di peso) e prodotti tessili ed abbigliamento (+50,8 per cento e 7,9 per cento di peso). Esiste anche un settore per il quale le esportazioni sono calate in valore assoluto. Si tratta del settore dell'elettricità, gas ed acqua le cui esportazioni si sono azzerate.

Dall'analisi dei dati del commercio estero sembra, dunque, delinearsi un processo di ulteriore specializzazione verso il comparto meccanico. Tuttavia, per una più approfondita valutazione delle dinamiche settoriali delle esportazioni dell'Emilia-Romagna occorre osservare i tassi di variazione congiuntamente alle tendenze internazionali: settori che evidenziano una forte crescita possono in realtà presentare una modesta competitività globale, al contrario produzioni con saggi in incremento non elevati possono risultare estremamente concorrenziali. All'osservazione delle esportazioni è necessario aggiungere quella delle quote di mercato, analisi che sarà condotta nel secondo capitolo del presente lavoro.

1.6 Analisi dei mercati di sbocco

Analizzando le esportazioni dell'Emilia-Romagna dal punto di vista dei mercati di sbocco, il primo aspetto che può essere preso in considerazione riguarda la percentuale con la quale le stesse si ripartiscono tra le diverse aree geoeconomiche. Prendendo a riferimento le esportazioni (in valore) per il 2006, risulta che la maggior parte delle stesse sono dirette verso il continente europeo (69,5 per cento). In particolar modo, il 58,5 per cento delle nostre esportazioni si dirige verso l'Unione Europea nella sua nuova configurazione a 27 paesi. Dietro l'Europa, a grande distanza, si posiziona il continente americano che accoglie il 13,9 per cento delle esportazioni regionali. In terza posizione l'Asia con l'11,5 per cento, seguita a sua volta dall'Africa (3,7 per cento) e dall'Oceania (1,4 per cento). L'Europa Centro Orientale, considerata a se stante, riveste una considerevole importanza nelle esportazioni regionali poiché ne accoglie ben il 13,3 per cento. All'interno del continente americano, come c'era da attendersi, il peso maggiore sulle nostre esportazioni è attribuibile alla parte settentrionale che da sola ne assorbe il 10,9 per cento.

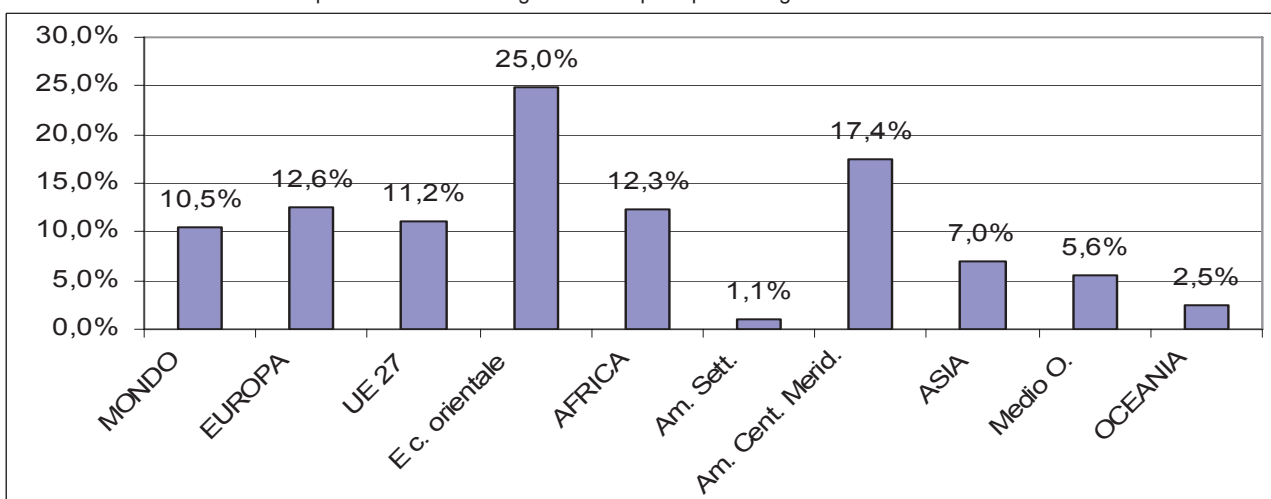
Tavola 32. Peso delle diverse aree geoeconomiche sulle esportazioni dell'Emilia-Romagna per l'anno 2006. In maiuscolo i continenti.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Se si focalizza l'attenzione alla variazione subita dalle esportazioni nel 2006 è possibile analizzare la dinamicità del nostro export nei confronti delle diverse aree geoeconomiche. L'Europa Centro Orientale è l'area che ha visto la crescita più intensa facendo registrare un +25,0 per cento sul 2005. Alle spalle dell'Europa Centro Orientale si colloca l'America Cento Meridionale nei confronti della quale la nostra regione evidenzia un aumento dell'export pari al 17,4 per cento.

Tavola 33. Variazione % dell'export dell'Emilia-Romagna verso le principali aree geoeconomiche 2006 / 2005

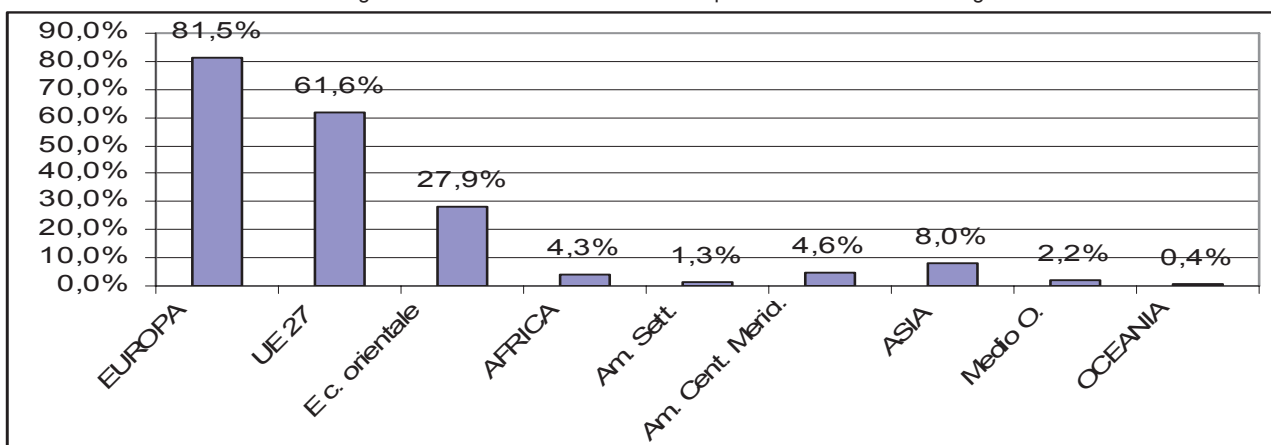


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Riportano tassi di crescita superiori alla media 2006 (+10,5 per cento) anche le esportazioni verso L'Europa nel suo complesso (+12,6 per cento), l'Africa (+12,3 per cento) e l'Unione Europea a 27 (+11,2 per cento). L'UE a 25 ha fatto registrare una crescita del 10,9 per cento. Il divario di quest'ultima con l'UE a 27 mette in luce l'importanza in termini commerciali dei due nuovi entranti, Romania e Bulgaria. Crescono invece meno della media le esportazioni verso l'Asia (+7,0 per cento, compreso il Medio Oriente +5,6 per cento), l'Oceania (+2,5 per cento) e l'America Settentrionale (+1,1 per cento). Va notato che le esportazioni regionali, pur con i differenziali appena descritti, riportano aumenti verso tutte le macro aree geoeconomiche.

Una possibile analisi che dia conto contemporaneamente sia del peso complessivo che le diverse aree di destinazione hanno sul nostro export, sia della diversa dinamicità delle medesime è quella condotta relativamente alla composizione del solo aumento delle esportazioni registrato nel 2006 (mentre in precedenza è stata analizzata la composizione del valore complessivo delle esportazioni per l'anno passato).

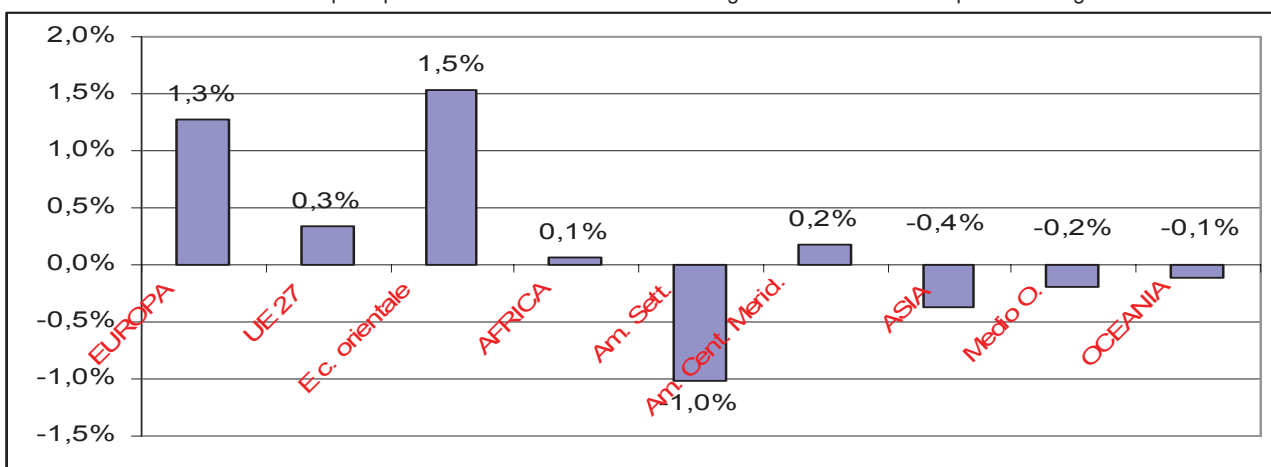
Tavola 34. Peso delle diverse aree geoeconomiche sull'aumento delle esportazioni dell'Emilia-Romagna 2006 / 2005.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

L'Europa, che come visto rappresenta il 69,5 per cento delle esportazioni emiliano-romagnole per il 2006, ha un peso dell'81,5 per cento sull'aumento registrato per lo stesso periodo. Il combinarsi di questi fattori determina la crescita dell'incidenza di quest'area sulle esportazioni regionali nel corso del 2006. Tendenza analoga per l'UE a 27 (61,6 per cento), per l'Europa Centro Orientale (27,9 per cento), per l'Africa (4,3 per cento) e l'America Centro Meridionale (4,6 per cento). In situazione opposta si trovano le esportazioni verso le altre ripartizioni geografiche, con una conseguente contrazione della loro incidenza sulla commercializzazione all'estero della regione.

Tavola 35. Variazioni assolute in punti percentuali dell'incidenza delle aree geoeconomiche sulle esportazioni regionali 2006 / 2005.

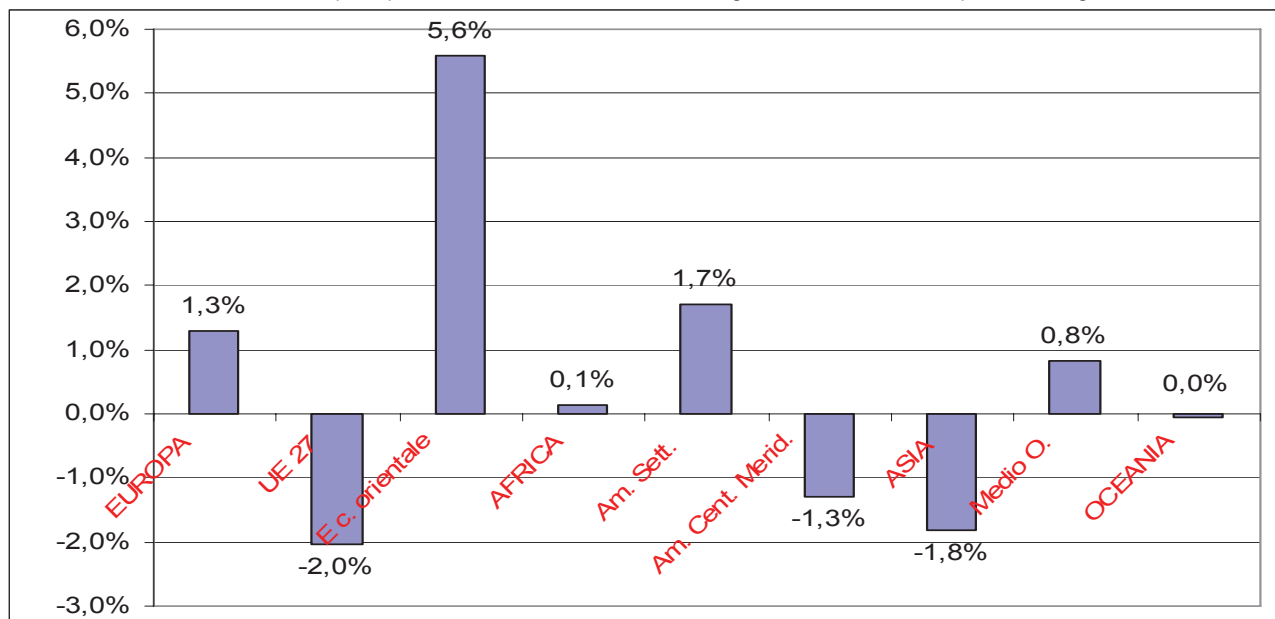


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Adottando un'ottica di più lungo periodo è possibile analizzare quali siano state le evoluzioni più significative nella composizione dell'export regionale verso le diverse aree economiche intervenute negli ultimi 10 anni (1997 – 2006).

L'aumento del peso dell'Europa registrato nel 2006 non è un fenomeno di breve periodo, infatti, dal confronto decennale risulta che essa ha aumentato la propria incidenza sulle esportazioni regionali di 1,3 punti percentuali. Tale aumento è però il risultato di una dinamica non uniforme delle esportazioni verso l'intero Vecchio Continente. In particolare, mentre le esportazioni verso l'UE (a 27) hanno segnato una diminuzione di 2,0 punti percentuali, quelle verso l'Europa Centro Orientale hanno avuto un incremento di 5,6 punti, in conseguenza della sempre maggiore apertura di questa parte del continente al commercio mondiale dopo la caduta dei regimi comunisti.

Tavola 36. Variazioni assolute in punti percentuali dell'incidenza delle aree geoeconomiche sulle esportazioni regionali 2006 - 1997



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Nei confronti del continente americano le esportazioni regionali mostrano nel breve periodo (2006 su 2005) un andamento opposto a quello del lungo periodo (2006 su 1997). In particolare il peso delle esportazioni verso l'America Settentrionale risulta in aumento di 1,7 punti nel passaggio dal 1997 al 2006. All'opposto, le esportazioni verso l'America Centro Meridionale risultano in contrazione nell'orizzonte temporale di lungo periodo (-1,3 punti) ed in leggero aumento nell'ultimo anno (0,2 punti).

Andamento dissonante fra breve e lungo periodo anche per le esportazioni verso il Medio Oriente che mostrano un aumento nel lungo periodo (0,8 punti) ed una contrazione nell'ultimo anno (-0,2 punti percentuali).

L'Asia presenta invece un andamento uniforme sia nel breve, sia nel lungo periodo con un calo nel decennio pari a 1,8 punti percentuali e nell'anno a 0,4 punti percentuali. Lo stesso dicasi per l'Africa che fa registrare un leggero aumento pari allo 0,1 per cento sia nell'ultimo anno che nel decennio 1997 – 2006.

L'Oceania registra una variazione nulla nel decennio ed un leggero calo nell'ultimo anno (-0,1 punti percentuali).

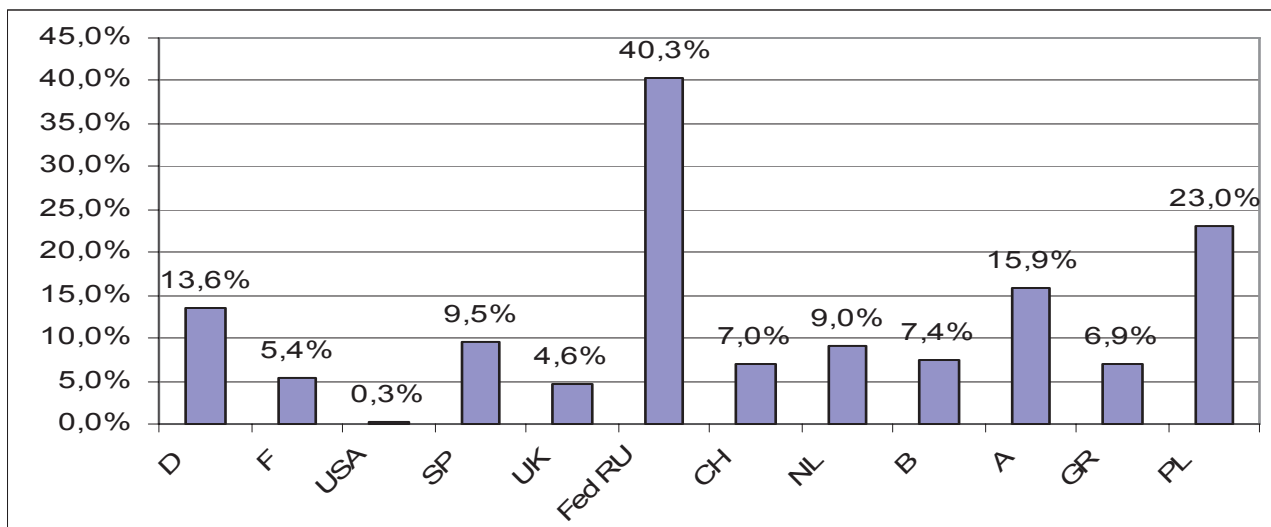
Se si passa ad un livello di analisi più specifico è possibile esaminare la dinamica delle esportazioni regionali verso i singoli paesi.

Prendendo in considerazione l'ammontare complessivo del valore delle esportazioni per il 2006 emerge che il maggior partner commerciale dell'Emilia-Romagna è la Germania che assorbe il 12,2 per cento dell'export regionale. A seguire si collocano, nell'ordine, la Francia (11,2 per cento), gli Stati Uniti (9,9 per cento), la Spagna (6,9 per cento) e la Gran Bretagna (6,1 per cento).

Se invece di considerare il valore assoluto delle esportazioni per il 2006 si passa a considerare le performance esportative verso i diversi paesi, si nota che fra i primi 10 partner commerciali della nostra regione, il paese verso il quale l'export è aumentato percentualmente di più nell'ultimo anno è stata la Federazione Russa (+40,3 per cento) seguita, a lunga distanza, da Polonia (+23,0 per cento), Austria (+15,9 per cento) e Germania (+13,6 per cento). Fra i primi dieci partner, quello che registra una dinamica più

contenuta sono gli Stati Uniti nei confronti dei quali l'export regionale è aumentato nei dodici mesi considerati di un esiguo 0,3 per cento. Tale dinamica risente sicuramente dell'apprezzamento dell'Euro nei confronti del Dollaro USA che rende le nostre merci meno competitive oltre Atlantico.

Tavola 37. Variazione % dell'export emiliano-romagnolo verso i primi 10 partner commerciali 2006 / 2005.



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Tavola 38. I primi 20 partner commerciali dell'Emilia-Romagna

Rank 2006	Paese	Peso 2006	Var 2006-2005
1	Germania	12,2%	13,6%
2	Francia	11,2%	5,4%
3	USA	9,9%	0,3%
4	Spagna	6,9%	9,5%
5	Gran Bretagna	6,1%	4,6%
6	Federazione Russa	3,5%	40,3%
7	Svizzera	2,8%	7,0%
8	Paesi Bassi	2,5%	9,0%
9	Belgio	2,5%	7,4%
10	Austria	2,4%	15,9%
11	Grecia	2,1%	6,9%
12	Polonia	2,0%	23,0%
13	Turchia	1,9%	17,0%
14	Giappone	1,7%	-0,9%
15	Cina	1,5%	17,2%
16	Portogallo	1,5%	51,8%
17	Romania	1,4%	16,3%
18	Australia	1,1%	3,5%
19	Svezia	1,1%	8,4%
20	Canada	1,0%	9,6%
Totale		75,2%	

Allargando la visuale ai primi 20 partner commerciali della nostra regione, si osserva che nei confronti di un solo paese viene registrata una dinamica negativa dell'export per i 12 mesi in esame. Si tratta del Giappone verso il quale le esportazioni dell'Emilia-Romagna hanno accusato una diminuzione dello 0,9 per cento nel corso del 2006. Va però notato che l'incidenza dell'export verso questo paese sul totale regionale è limitato all'1,7 per cento. Possiamo quindi dire che l'espansione delle esportazioni registrata nel 2006 ha interessato la quasi totalità dei principali partner commerciali della nostra regione.

Per quel che riguarda più da vicino il fenomeno dei paesi BRICS (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica: 5 paesi che hanno attirato l'attenzione degli studiosi nell'ultimo periodo a seguito di una notevole crescita economica), si può notare che due di questi sono fra i primi 20 partner commerciali dell'Emilia-Romagna. Si tratta, in primo luogo, della Federazione Russa che è arrivata ad essere il sesto partner commerciale dell'Emilia-Romagna nel corso del 2006, con una incidenza sulle esportazioni pari al 3,5 per cento e il maggior tasso di aumento fra i primi 10 partner commerciali regionali, pari al 40,3 per cento. Il secondo dei paesi BRICS che incontriamo nella graduatoria in esame è la Cina, quindicesimo partner commerciale della regione con una quota di assorbimento delle esportazioni pari all'1,5 per cento ed un tasso di aumento per il 2006 pari al 17,2 per cento.

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Tavola 39. I primi 10 paesi per tasso crescita export regionale 2006

Rank 2006	Paese	Peso 2006	Var 2006-2005
1	Montenegro	0,029%	352,4%
2	Kosovo	0,011%	135,0%
3	Serbia	0,237%	81,5%
4	Uganda	0,012%	70,5%
5	Armenia	0,033%	59,2%
6	Lituania	0,211%	56,4%
7	Portogallo	1,462%	51,8%
8	Argentina	0,268%	49,1%
9	Andorra	0,010%	47,0%
10	Cile	0,265%	41,8%
Totale		2,539%	

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Argentina. Si tratta infatti di paesi che stanno conoscendo tassi di sviluppo elevati e che hanno grosse potenzialità di crescita.

Tavola 40. I primi 20 paesi per var % export ER 2006 e peso >0,5%

Rank 2006	Paese	Peso 2006	Var 2006-2005
1	Portogallo	1,5%	51,8%
2	Fed. Russa	3,5%	40,3%
3	Ucraina	0,7%	37,3%
4	Bulgaria	0,5%	29,4%
5	India	0,7%	21,8%
6	Brasile	0,7%	21,3%
7	Slovenia	0,7%	20,5%
8	Sudafrica	0,6%	18,0%
9	Cina	1,5%	17,2%
10	Turchia	1,9%	17,0%
11	Romania	1,4%	16,3%
12	Irlanda	0,5%	16,0%
13	Austria	2,4%	15,9%
14	Germania	12,2%	13,6%
15	Danimarca	1,0%	12,8%
16	Hong Kong	0,8%	12,8%
17	Corea del Sud	0,7%	12,2%
18	Emirati Arabi Uniti	0,8%	10,9%
19	Egitto	0,6%	10,9%
20	Ungheria	1,0%	10,8%
Totale		33,6%	

Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Cambiando l'angolo di osservazione e prendendo in considerazione i paesi verso i quali le esportazioni emiliano-romagnole sono cresciute maggiormente nel corso del 2006, emerge come alcuni paesi abbiano registrato tassi di aumento anche molto elevati. Si tratta, per lo più, di Paesi con un peso sulle esportazioni ancora molto limitato, alcuni dei quali non acquisiranno probabilmente mai una importanza determinante nell'ambito delle esportazioni emiliano-romagnole. E' il caso del Montenegro, del Kosovo, dell'Armenia, della Serbia e della Lituania, paesi con una dinamica economica interessante ma di dimensioni limitate. Più interessante l'aumento registrato dal Portogallo (+51,8 per cento) che rappresenta già il sedicesimo partner commerciale della regione. Interessante anche il fatto che le esportazioni emiliano-romagnole aumentino considerevolmente (anche se partendo da incidenze molto limitate) nei confronti di Cile e

Modificando ancora la visuale di osservazione, è possibile combinare i criteri di analisi finora utilizzati ed esaminare i Paesi che presentano i maggiori tassi di crescita tra quelli con un peso sulle esportazioni regionali superiore allo 0,5 per cento. In questo modo vengono isolati quei Paesi nei confronti dei quali le esportazioni dell'Emilia-Romagna hanno dimostrato nel corso del 2006 le performance più elevate e che, allo stesso tempo, assorbono una quota significativa delle nostre esportazioni.

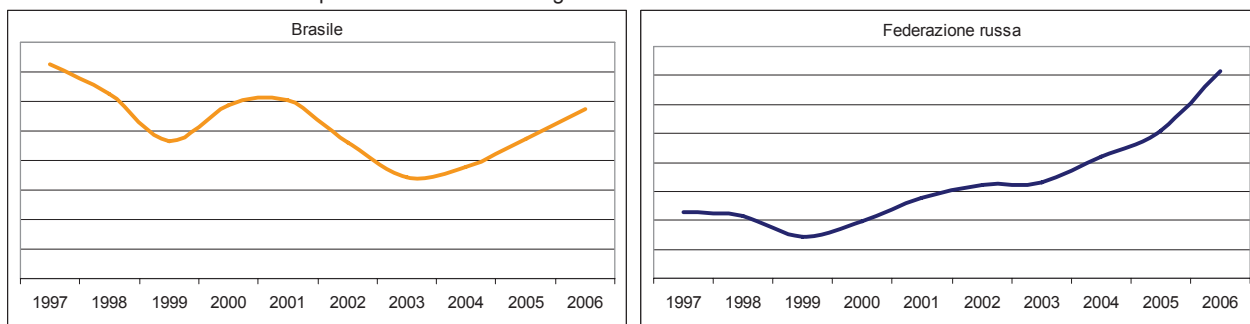
Tra questi Paesi si trova al primo posto (in un ordinamento basato sul tasso di crescita delle esportazioni registrato nel 2006) il Portogallo. Seconda, terza e quarta posizione sono occupate da paesi dell'Est Europa, cioè, nell'ordine, dalla Russia, dall'Ucraina (che presenta un +37,3 per cento ed un peso dello 0,7 per cento) e della Bulgaria (paese di recente ingresso nell'Unione Europea che mostra un aumento del 29,4 per cento ed una incidenza dello 0,5 per cento).

Fatto significativo che merita di essere messo in luce è che tutti i paesi così detti BRICS sono fra le prime 10 posizioni di questa graduatoria. In particolare, oltre alla Russia, si colloca l'India (in quinta posizione con un aumento dell'export regionale del 21,8 per cento ed un peso pari allo 0,7 per cento), il Brasile (in sesta posizione col 21,3 per cento di aumento e lo 0,7 per cento del peso), il Sudafrica (in ottava posizione con un aumento del 18,0 per cento ed un peso dello 0,6 per cento) e la Cina (con un aumento del 17,2 per cento ed un peso dello 0,5 per cento).

Un'altra evidenza che merita di essere sottolineata è che i Paesi così identificati, caratterizzati da tassi di crescita elevati, hanno un peso complessivo del 33,6 per cento il che significa che oltre 1/3 delle esportazioni della regione è indirizzato verso questi Paesi. Positivo per la situazione economica dell'Emilia-Romagna che il maggior cliente, la Germania, sia presente in questa graduatoria al quattordicesimo posto con un aumento del 13,6 per cento.

Volendo analizzare più da vicino l'andamento delle nostre esportazioni verso i paesi BRICS, è possibile vedere come si siano sviluppate nel tempo le esportazioni (in valore) verso ciascuno di questi paesi.

Tavola 41. Andamento delle esportazioni emiliano-romagnole in valore assoluto verso Brasile e Russia. Periodo 1997 - 2006

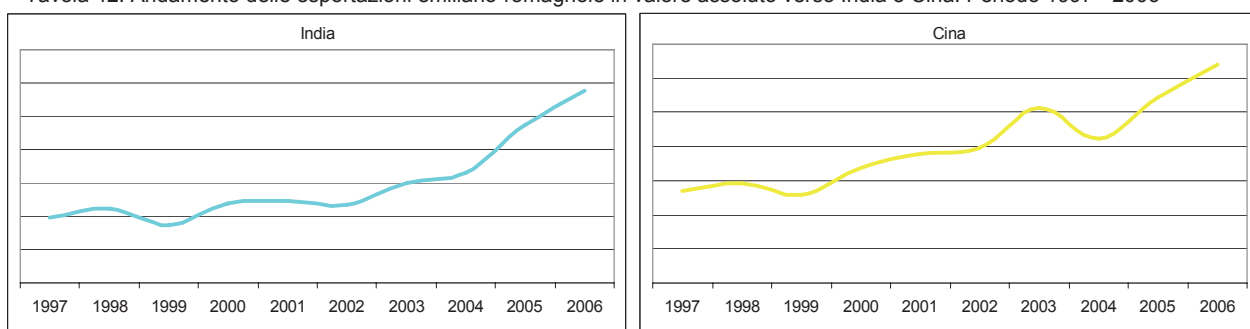


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Per quel che riguarda il Brasile, è possibile notare che le esportazioni della regione hanno avuto negli ultimi 10 anni un andamento altalenante, sicuramente condizionato dall'alternarsi di situazioni economiche positive e negative per il paese sud-americano. In particolare, nell'orizzonte temporale di riferimento (1997 – 2006), il massimo valore delle esportazioni è stato raggiunto nel 1997. Dopo tale anno le esportazioni hanno subito una contrazione fino al 1999 per poi riprendere nel biennio 2000 – 2001 e subire una ulteriore battuta di arresto fino al 2003. Da quell'anno l'aumento delle esportazioni è stato ininterrotto fino al 2006. L'attuale fase di crescita ha riportato le esportazioni vicino ai valori registrati nel 2001 ma si è ancora lontani dal massimo registrati nel 1997.

Spostando l'attenzione sulla Russia ed avendo come orizzonte temporale di riferimento sempre il decennio 1997 – 2006, è possibile notare come, dopo un iniziale andamento negativo per il triennio 1997 – 1999, le esportazioni abbiano sempre fatto registrare aumenti di anno in anno, anche se con un periodo di sostanziale stabilità tra il 2002 ed il 2003, fino al 2006, ultimo anno preso in analisi. Dal 2003 in poi si nota un'accelerazione nell'aumento del tasso annuo di crescita.

Tavola 42. Andamento delle esportazioni emiliano-romagnole in valore assoluto verso India e Cina. Periodo 1997 - 2006

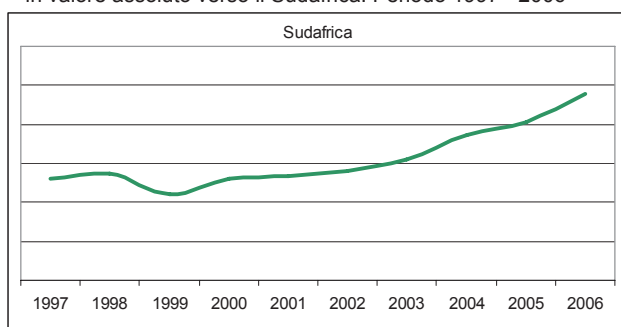


Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Per quel che riguarda l'India, le esportazioni emiliano-romagnole si sono caratterizzate per un susseguirsi di alti e bassi nel periodo dal 1997 al 2000, dopo il quale esse hanno fatto segnare un aumento alternato a periodi di stabilità fino al 2003. Dal 2004 in poi la crescita sembra essere più marcata e decisa.

La dinamica delle esportazioni regionali verso la Cina si caratterizza per una tendenza all'aumento che conosce eccezioni solo nel 1999 e nel 2004. Anche nei confronti della Cina come dell'India, la dinamica esportativa dell'Emilia-Romagna sembra aver imboccato la strada di una crescita più sostenuta e decisa dopo il 2004.

Tavola 43. Andamento delle esportazioni emiliano-romagnole in valore assoluto verso il Sudafrica. Periodo 1997 - 2006



Fonte: Elaborazione Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat.

Per quel che riguarda l'evoluzione delle esportazioni della regione verso il Sudafrica nell'ultimo decennio, emerge che a fronte di una sostanziale stabilità per il periodo che va dal 1997 al 2002 (che ha però conosciuto anche momenti di calo come nel 1999) si assiste, dal 2002 in poi, ad un periodo ininterrotto di crescita fino al 2006 che però non mostra saggi annuali particolarmente elevati.

L'appendice del presente lavoro riporta una serie di schede tecniche relative ai paesi BRICS che consentono una analisi anche merceologica delle esportazioni emiliano-romagnole verso questi paesi emergenti.

2. Commercio estero e quote di mercato

2.1 La competitività dell'Emilia-Romagna letta attraverso le quote di mercato

Le analisi sulle esportazioni delle province e delle regioni italiane, generalmente condotte sulla base dei dati di fonte ISTAT, forniscono informazioni sulla capacità dei singoli territori di commercializzare all'estero le proprie produzioni. Lo studio dei tassi di variazione e la composizione del portafoglio export – sia settoriale sia in termini di mercati di riferimento – costituiscono dunque importanti tasselli per misurare la concorrenzialità internazionale dei singoli territori. Tuttavia, esportare di più non significa necessariamente essere maggiormente competitivi. Una valutazione della competitività deve tenere conto anche della dinamica commerciale dei mercati di destinazione. Occorre prendere in esame un ulteriore tassello, le quote di mercato detenute¹.

Se non è possibile affermare con certezza che un aumento delle esportazioni determina una maggiore competitività, nemmeno la perdita di quote di mercato in presenza di una crescita dell'export è elemento sufficiente per sostenere la tesi contraria, cioè quella di una minore concorrenzialità delle nostre imprese sui mercati esteri.

Per una corretta interpretazione del fenomeno occorre capire se la minor dinamica delle esportazioni è legata ad una struttura produttiva ed organizzativa insufficiente per sostenere un'attività commerciale all'estero più intensa, o se, invece, la perdita di quote di mercato è dovuta ad una effettiva minor concorrenzialità delle merci made in Italy. La lettura dei dati riportati nei capitoli seguenti mostra come non esista un'unica risposta, alcuni prodotti si sono rivelati particolarmente concorrenziali su tutti i mercati, da quelli delle economie avanzate a quelli dei Paesi in via di sviluppo, crescendo sia in termini di esportazioni che di quote di mercato acquisite. Altri beni esportati si sono rivelati competitivi solo su alcune aree, altri ancora solo per le produzioni provenienti da province che hanno adottato differenti strategie di mercato e iniziative commerciali verso specifiche aree.

Questo studio, partendo dall'incrocio delle statistiche relative alle esportazioni e quelle inerenti le quote di mercato, intende fornire alcuni spunti di riflessione su come si stia evolvendo la concorrenzialità dell'Emilia-Romagna sui mercati esteri, attraverso un'analisi per macrosettori e un confronto con le altre province e regioni italiane.

2.1.1 Uno sguardo d'insieme

Il commercio estero mondiale dal dopoguerra ad oggi si presenta in continua espansione, nel 1948 il valore delle esportazioni era di circa 58 miliardi di dollari, nel 2006 si sono superati i 12 mila miliardi di dollari. Una crescita che ha avuto come principali attori diversi Paesi, riflettendo le profonde trasformazioni sociali, economiche e politiche degli ultimi sessanta anni.

Nel 1948 quasi un quarto delle esportazioni mondiali provenivano dagli Stati Uniti, oggi la quota di mercato detenuta dai prodotti americani non arriva al nove per cento. Nel 1970 Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Francia, Canada, Italia e Paesi Bassi controllavano esattamente la metà delle esportazioni mondiali, nel 2006 la loro quota è scesa al 36 per cento. Dal 1986 Stati Uniti e Germania si alternano alla guida della graduatoria dei principali Paesi esportatori, leadership messa fortemente a rischio dalla dirompente ascesa della Cina. Se la tendenza registrata negli ultimi tre anni verrà confermata nei prossimi mesi, entro il 2008 la Cina diventerà il principale Paese esportatore mondiale.

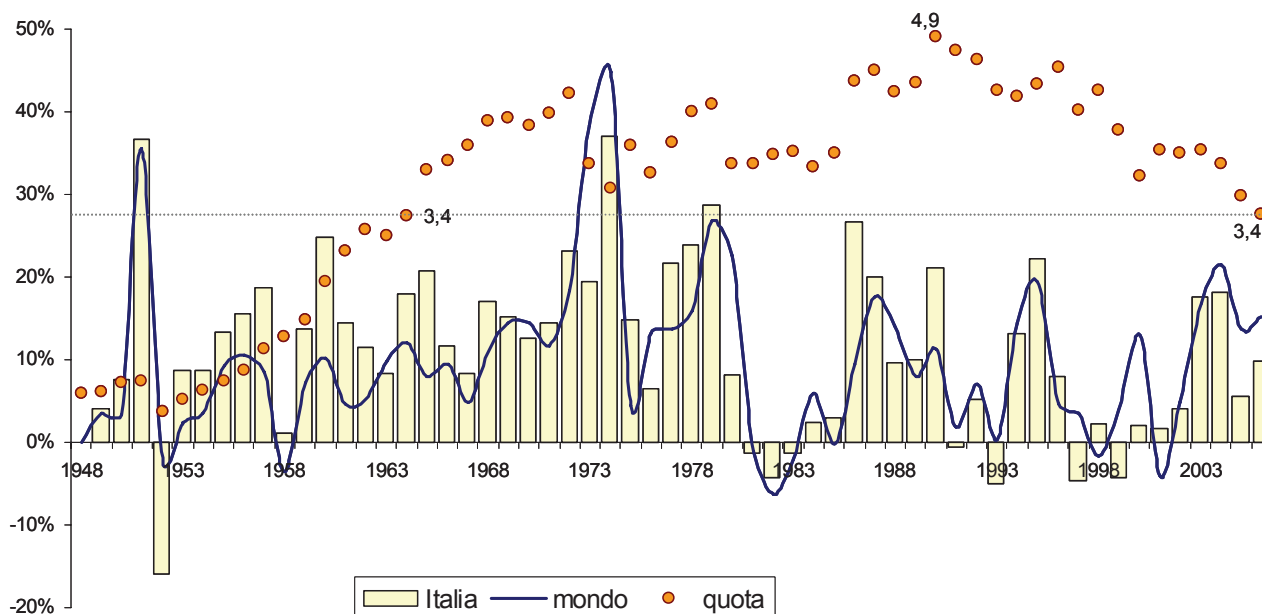
L'andamento delle esportazioni italiane risulta essere determinato sia dalla situazione economica nazionale sia dal quadro congiunturale internazionale. Dal dopoguerra fino alla fine degli anni sessanta l'Italia ha assunto un ruolo sempre più rilevante nel quadro commerciale mondiale, passando da una quota inferiore al due per cento al 4,4 per cento del 1972. Il decennio successivo si è caratterizzato per la tensione

¹ In questo studio le quote di mercato sono state calcolate incrociando i dati ISTAT con quelli WTO (World Trade Organization). Per la quota detenuta a livello mondiale e nei singoli Paesi (o aree geografiche) sono stati utilizzati i dati 2002 a confronto con quelli 2006. Per i dati settoriali sono stati utilizzati i dati 2002 e i dati 2005 (per alcuni Paesi africani e asiatici l'ultimo dato disponibile è relativo al 2004). Per questa ragione l'andamento riscontrato sul totale mondiale e per ripartizione geografica non è direttamente confrontabile con quello dei singoli settori.

nell'area del golfo Persico e per i conseguenti shock petroliferi che hanno avuto un forte impatto nelle dinamiche esportative.

Nel 1990 l'Italia deteneva il 4,9 per cento delle quote di mercato mondiali, il livello più elevato raggiunto negli ultimi sessant'anni. Da allora ha preso avvio una progressiva perdita di posizioni, fino a giungere al 3,4 per cento del 2006, lo stesso valore che si era registrato nel 1964.

Tavola 1. Variazione delle esportazioni italiane e mondiali e Incidenza delle esportazioni italiane sul totale mondiale. Anni 1948-2006



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati WTO

Nell'ultimo quinquennio la perdita di quote della produzione italiana è stata rilevante, superiore al mezzo punto percentuale, da 3,92 per cento a 3,40 per cento, con dinamiche differenti a livello regionale. L'Emilia-Romagna nel 2002 deteneva lo 0,47 per cento del mercato mondiale, quota scesa allo 0,43 per cento nel 2006. La prima regione italiana è la Lombardia, con una quota prossima all'uno per cento, di cui quasi la metà attribuibile alla provincia di Milano.

Tavola 2. Italia e quote di mercato sul totale dei prodotti. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta. Anno 2006.

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	3,396	1	Milano	0,424
1	Lombardia	0,966	2	Torino	0,176
2	Veneto	0,455	3	Brescia	0,126
3	Emilia-Romagna	0,428	4	Vicenza	0,126
4	Piemonte	0,360	5	Bergamo	0,121
5	Toscana	0,254	6	Bologna	0,101
6	Lazio	0,126	7	Modena	0,099
7	Marche	0,120	8	Treviso	0,097
8	Friuli-Venezia Giulia	0,114	9	Varese	0,088
9	Campania	0,087	10	Verona	0,079
10	Sicilia	0,077	11	Reggio Emilia	0,077

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tra le regioni leader nelle esportazioni italiane l'Emilia-Romagna segna la flessione più contenuta, -8,1 per cento in termini di quote di mercato; la Lombardia perde il 12,8 per cento, il Veneto il 21,8 per cento, il Piemonte il 17,3 per cento.

Tra le province emiliano-romagnole solo Piacenza registra un incremento delle quote di mercato nel periodo 2002-2006. Le flessioni maggiori riguardano le due province più importanti in termini di export, Modena e Bologna. Se si considerano le prime 10 province italiane per quota di mercato detenuta a livello mondiale, l'unica che mostra una crescita è Brescia, mentre, includendo nell'analisi tutte le province, quella

che evidenzia il saggio di incremento più elevato è Taranto, andamento dovuto alla forte crescita delle esportazioni del comparto siderurgico e, all'interno di esso, dalla presenza di una impresa di grandi dimensioni.

Può essere interessante spostare l'analisi dal dato aggregato della quota detenuta a livello mondiale alla percentuale relativa alle principali aree geografiche.

Il mercato principale per l'Emilia-Romagna è rappresentato da quello dell'Unione europea composta dai primi 15 Paesi aderenti²; la metà delle esportazioni regionali sono commercializzate al suo interno. In termini di quote di mercato l'Emilia-Romagna detiene lo 0,70 per cento, nel 2002 la percentuale era dello 0,79 .

L'uno per cento circa delle importazioni effettuate dai Paesi dell'Africa settentrionale e occidentale provengono dall'Emilia-Romagna, percentuale di poco superiore a quella posseduta dalle imprese emiliano-romagnole nel mercato europeo extra-UE. Con riferimento ai Paesi, Albania, Eritrea, Seychelles, Grenada e Libia sono quelli dove l'Emilia-Romagna detiene quote di mercato superiori al due per cento. Nel caso di piccoli Paesi, come le Seychelles, con un modesto volume di beni commercializzati appare evidente come le quote di mercato siano ascrivibili agli scambi commerciali di poche imprese; in questi casi, più che di competitività dell'intero sistema territoriale è corretto parlare della capacità di alcuni imprenditori di raggiungere specifici mercati.

Tavola 3. Totale dei settori per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2006, variazione 2002-2006 delle quote, del valore assoluto export e dell'incidenza del settore sul totale export provinciale.

	Quota 2002	Quota 2006	Var.% Quota 02/06	Var.% Export 02/06
Italia	3,922	3,396	-13,4	21,6
Emilia-Romagna	0,466	0,428	-8,1	29,4
Bologna	0,113	0,101	-10,4	26,2
Ferrara	0,023	0,022	-3,4	36,1
Forlì-Cesena	0,030	0,029	-3,7	35,7
Modena	0,117	0,099	-15,3	19,3
Piacenza	0,018	0,020	6,9	50,5
Parma	0,044	0,041	-8,0	29,6
Ravenna	0,026	0,026	-2,7	37,0
Reggio Emilia	0,079	0,077	-2,8	36,9
Rimini	0,016	0,014	-8,6	28,7

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 4. Emilia-Romagna e quote di mercato sul totale dei prodotti, Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta. Anno 2006.

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	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	Mondo	0,428	6	Croazia	1,872
7	Africa centrale, orientale e meridionale	0,389	7	Malta	1,842
8	Australia e Oceania	0,387	8	Grecia	1,747
9	America settentrionale	0,252	9	Cipro	1,713
10	America centrale e del sud	0,227	10	Moldavia	1,621
11	Altri Paesi dell'Asia	0,122	11	Tunisia	1,575

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

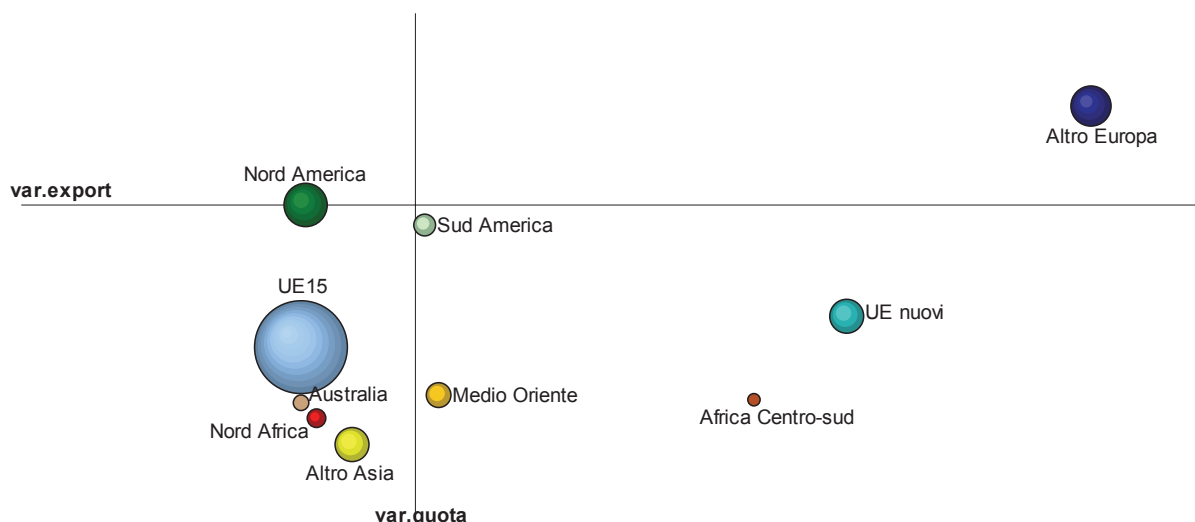
² L'Unione europea a 15 Paesi comprende: Austria (dal 1995), Belgio, Danimarca, Finlandia (dal 1995), Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia (dal 1995). I Paesi di nuova entrata nell'Unione Europea sono: dal 2004 Malta, Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Slovenia, Cipro; dal 2007 Bulgaria e Romania

Nel quinquennio preso in esame l'Emilia-Romagna aumenta le proprie esportazioni in misura più elevata (rispetto a quanto registrato complessivamente dalla regione verso il mondo) nei Paesi dell'Europa non appartenenti all'Unione europea, nell'Africa centro-meridionale, nei Paesi dell'Unione europea di nuova entrata (gli ultimi 12 che si sono aggiunti), nel Medio Oriente e nel sud America. La maggior dinamica delle commercializzazioni all'estero si traduce in una crescita della quote di mercato solamente nei mercati dell'area europea extra-UE, mentre registra una flessione in tutte le altre aree geografiche, soprattutto nei mercati asiatici.

Tra tutte le regioni italiane, le uniche che guadagnano quote di mercato a livello mondiale sono Sicilia, Sardegna e Valle d'Aosta, un incremento determinato sia dal modesto volume iniziale di beni commercializzati, sia – nel caso delle regioni insulari – della forte crescita dei prodotti legati all'industria petrolifera.

Tra le prime sette regioni maggiormente export-oriented solo l'Emilia-Romagna riesce a guadagnare quote di mercato almeno verso un'area (Altri Paesi europei, mentre resta sostanzialmente invariato il mercato dell'America settentrionale), le altre sei regioni registrano flessioni in tutte le macroripartizioni geografiche.

Tavola 5. Totale dei settori e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2006) e per variazione dell'export (2002-2006). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 6. Totale dei settori. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato per area geografica. Tra parentesi la quota di mercato 2006

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Sicilia (0,076) Sardegna (0,045) Valle d'Aosta (0,006)
Unione Europea a 15	Sardegna (0,073)
Paesi nuovi entrati UE	Trentino-Alto Adige (0,085) Basilicata (0,028) Molise (0,013)
Altri Paesi d'Europa	Emilia-Romagna (0,916) Sicilia (0,101)
Africa Settentrionale e Occidentale	Molise (0,025) Basilicata (0,021)
Africa centrale, orientale e meridionale	Basilicata (0,016) Calabria (0,014) Trentino-Alto Adige (0,014) Valle d'Aosta (0,002)
America settentrionale	Sicilia (0,057) Trentino-Alto Adige (0,033) Liguria (0,019) Sardegna (0,016)
America centrale e del sud	Umbria (0,075) Sicilia (0,021) Valle d'Aosta (0,003) Basilicata (0,001)
Vicino e medio oriente	Sicilia (0,157) Friuli-Venezia Giulia (0,112) Sardegna (0,070) Trentino-Alto Adige (0,034) Molise (0,007)
Altri Paesi dell'Asia	Puglia (0,017) Basilicata (0,001)
Australia e Oceania	Liguria (0,061) Umbria (0,011) Sardegna (0,005) Calabria (0,003)

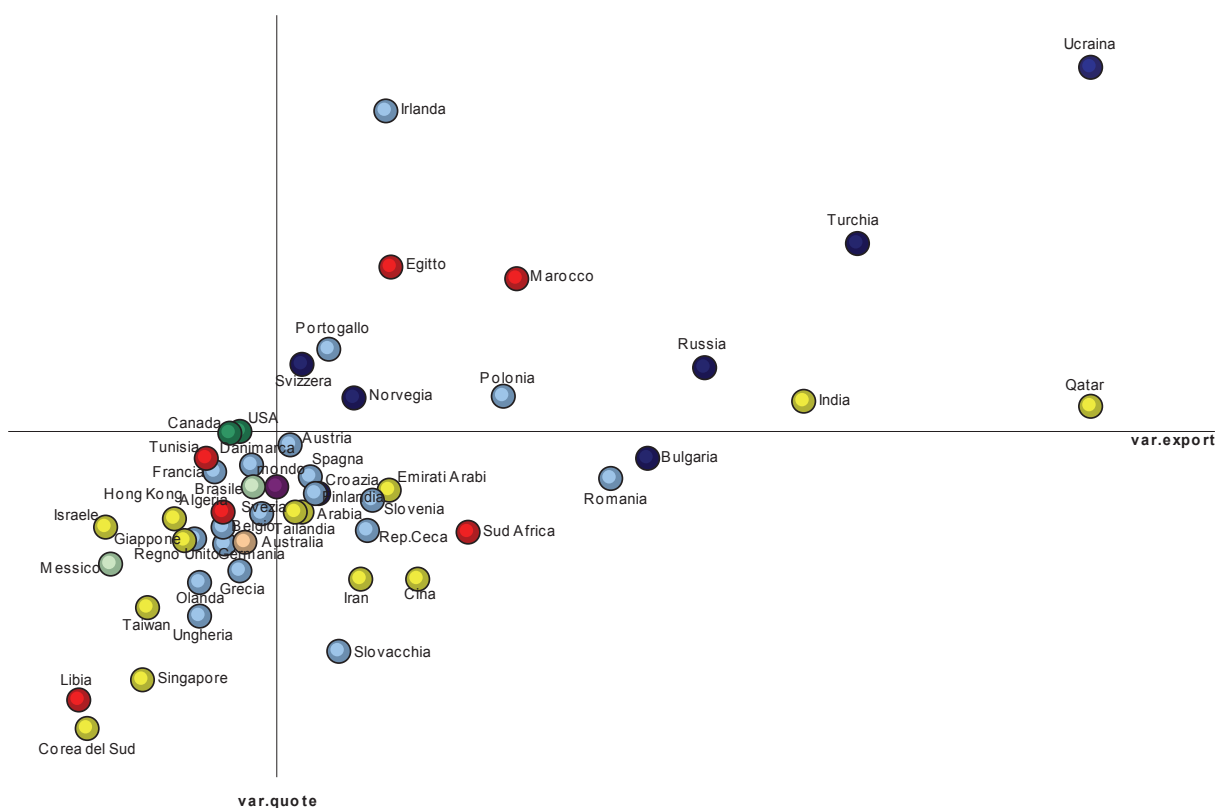
Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 7. Totale dei settori. Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. Tra parentesi la quota di mercato 2006

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Unione Europea a 15	Portogallo (1,150) Irlanda (0,383) Lussemburgo (0,358)
Paesi nuovi entrati UE	Malta (1,842) Cipro (1,712) Polonia (0,854) Lituania (0,574) Estonia (0,500)
Altri Paesi d'Europa	Russia (1,109) Svizzera (1,025) Ucraina (0,865) Turchia (0,728) Islanda (0,575) Norvegia (0,355)
Africa Settentrionale e Occidentale	Egitto (1,415) Marocco (0,759) Sudan (0,676) Ghana (0,461) Mali (0,170) Niger (0,135)
Africa centrale, orientale e meridionale	Eritrea (2,626) Congo (Rep. Dem. Ex Zaire) (0,718) Tanzania (0,685) Gabon (0,616) Ruanda (0,524) Uganda (0,245) Kenia (0,245) Madagascar (0,219) Mozambico (0,177) Namibia (0,104) Zimbabwe (0,103) Comore (0,084) Zambia (0,044) Botswana (0,028) Swaziland (0,024)
America centrale e del sud	Grenada (2,201) Panama (0,420) Argentina (0,410) Cile (0,360) Perù (0,243) San Vincenzo (0,237) Barbados (0,221) Guatemala (0,160) Guyana (0,139) Antigua e Barbuda (0,129) Haiti (0,119) Saint Kitts (Christopher) e Nevis (0,076) Bahamas (0,059)
Vicino e medio oriente	Oman (0,590) Qatar (0,555) Bahrein (0,335)
Altri Paesi dell'Asia	Armenia (0,793) Pakistan (0,434) Kazakistan (0,417) India (0,210) Sri Lanka (0,206) Myanmar (0,061) Mongolia (0,056) Afganistan (0,026) Laos (0,013) Cambogia (0,010)
Australia e Oceania	Isole Salomone (1,086) Polinesia Francese (0,406) Vanuatu (0,190) Samoa Americane (0,014)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 8. Totale dei settori e primi 50 Paesi per quota export. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2006) e per variazione dell'export (2002-2006). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale.

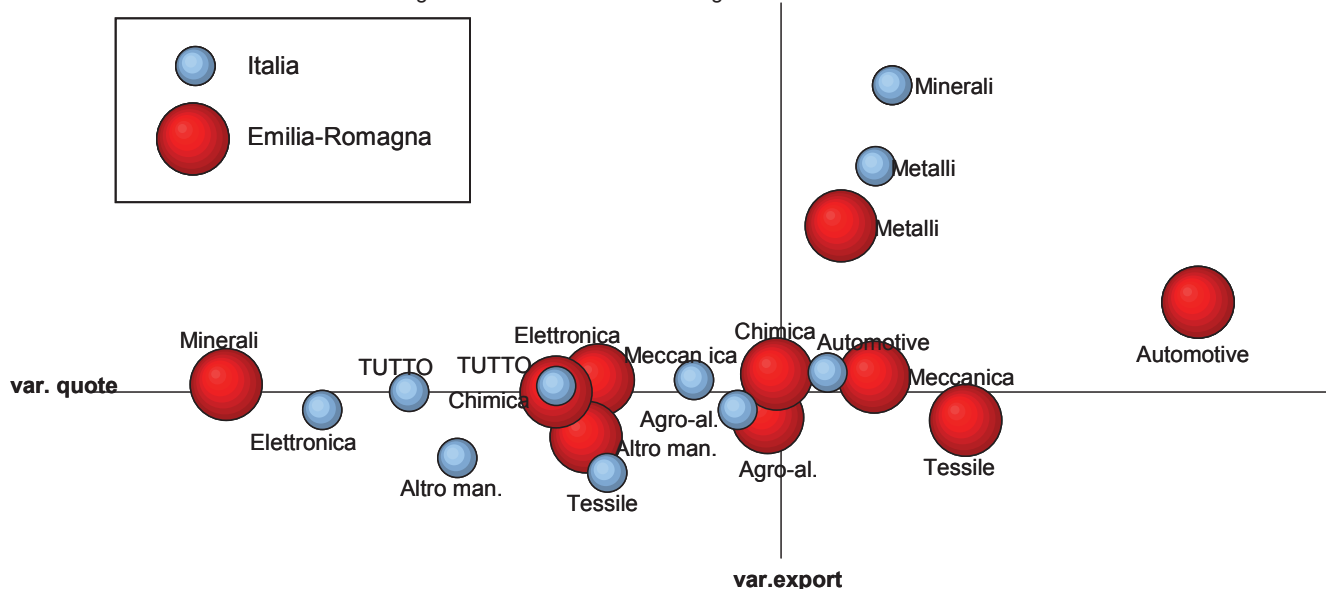


Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

All'interno delle singole aree geografiche emergono comportamenti differenti, in 65 Paesi (sui 201 considerati, quelli più rilevanti a livello nazionale in termini di commercio estero) l'Emilia-Romagna incrementa la propria quota di mercato. Tra i Paesi appartenenti all'Unione europea le esportazioni emiliano-romagnole acquisiscono nuove quote di mercato in Portogallo, Irlanda e Lussemburgo. Di rilievo i risultati ottenuti in mercati in forte crescita o di grande interesse in prospettiva futura: Russia, Turchia, Egitto, Argentina, Cile, India. Tra i Paesi denominati "BRICS" (Brasile, Russia, India, Cina e Sud Africa) Russia e India registrano un incremento delle quote di mercato sospinto da un aumento delle esportazioni particolarmente sostenuto. L'export verso il Sudafrica e la Cina, nonostante una crescita considerevole, evidenzia una perdita in termini di quote, così come in calo risulta la quota detenuta in Brasile, alla quale si associa una dinamica esportativa abbastanza contenuta.

Da sottolineare l'andamento del mercato statunitense: nonostante una crescita delle esportazioni dell'Emilia-Romagna inferiore a quella riscontrata mediamente sulla totalità dei Paesi, si registra una sostanziale stabilità della quota di mercato.

Tavola 9. Italia ed Emilia-Romagna a confronto. Esportazioni per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media nazionale o regionale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Il confronto dei dati Istat con quelli del Wto consente di determinare le quote di mercato per alcuni macrosettori³. L'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote nel settore delle automobili e componenti per automobili (automotive), nel comparto del tessile-abbigliamento, nella meccanica e nella lavorazione dei metalli. L'Italia presenta variazioni positive per l'industria estrattiva ed energetica, i metalli e l'automotive.

Nei prossimi capitoli verranno tracciate, per grandi linee, le dinamiche dei singoli settori per area geografica.

2.1.2 Industria estrattiva ed energetica⁴

L'industria estrattiva ed energetica rappresenta un comparto marginale per le esportazioni dell'Emilia-Romagna, la sua incidenza sul totale commercializzato all'estero dalla regione è pari solamente allo 0,2 per cento (3,6 per cento l'incidenza nazionale).

Complessivamente le esportazioni nazionali del settore incidono per l'uno per cento di quanto commercializzato a livello mondiale. Sicilia e Sardegna le principali regioni, l'Emilia-Romagna, undicesima

³ Come ricordato nella nota 1, alla data di questo studio la disaggregazione settoriale non è disponibile per l'anno 2006 ma solamente per il 2005; per tale ragione la dinamica complessiva sui singoli Paesi, calcolata sui dati 2006, può differire dalla sommatoria derivante dai singoli settori

⁴ il settore dell'industria estrattiva ed energetica comprende minerali energetici minerali non energetici energia elettrica, gas e acqua petrolio e prodotti petroliferi

nella graduatoria delle regioni maggiormente esportatrici di prodotti dell'industria estrattiva ed energetica pesa per lo 0,005 per cento.

Sono l'Africa settentrionale e il Medio oriente le aree nelle quali le esportazioni regionali ottengono le quote di mercato maggiori, in particolare in Iran lo 0,259 per cento delle importazioni proviene dall'Emilia-Romagna. In altri termini, ogni 100mila euro di beni dell'industria estrattiva commercializzati in Iran, 259 euro attengono a prodotti esportati da imprese emiliano-romagnole.

Tavola 10. Italia e quote di mercato sui prodotti dell'industria estrattiva ed energetica. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	1,009	1	Siracusa	0,354
1	Sicilia	0,401	2	Cagliari	0,254
2	Sardegna	0,257	3	Roma	0,090
3	Lazio	0,091	4	Milano	0,049
4	Lombardia	0,070	5	Novara	0,031
5	Piemonte	0,041	6	Messina	0,030
6	Liguria	0,036	7	Genova	0,023
7	Toscana	0,034	8	Venezia	0,022
8	Veneto	0,028	9	Taranto	0,021
9	Puglia	0,026	10	Livorno	0,019
10	Friuli-Venezia Giulia	0,009	11	Caltanissetta	0,016

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 11. Industria estrattiva ed energetica per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	0,9705	1,0091	4,0	109,5	3,61	87,9
Emilia-Romagna	0,0089	0,0052	-41,0	19,1	0,15	1,8
Bologna	0,0007	0,0006	-14,6	72,3	0,07	42,8
Ferrara	0,0000	0,0000	-7,4	86,9	0,00	39,9
Forlì-Cesena	0,0002	0,0000	-81,8	-63,4	0,02	-67,1
Modena	0,0017	0,0014	-15,8	69,8	0,17	53,5
Piacenza	0,0001	0,0000	-74,5	-48,5	0,03	-59,3
Parma	0,0006	0,0004	-31,6	38,0	0,13	19,4
Ravenna	0,0039	0,0019	-51,7	-2,5	0,97	-15,8
Reggio Emilia	0,0015	0,0007	-50,6	-0,3	0,12	-16,3
Rimini	0,0001	0,0001	-24,2	53,0	0,07	38,3

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 12. Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti dell'industria estrattiva ed energetica. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

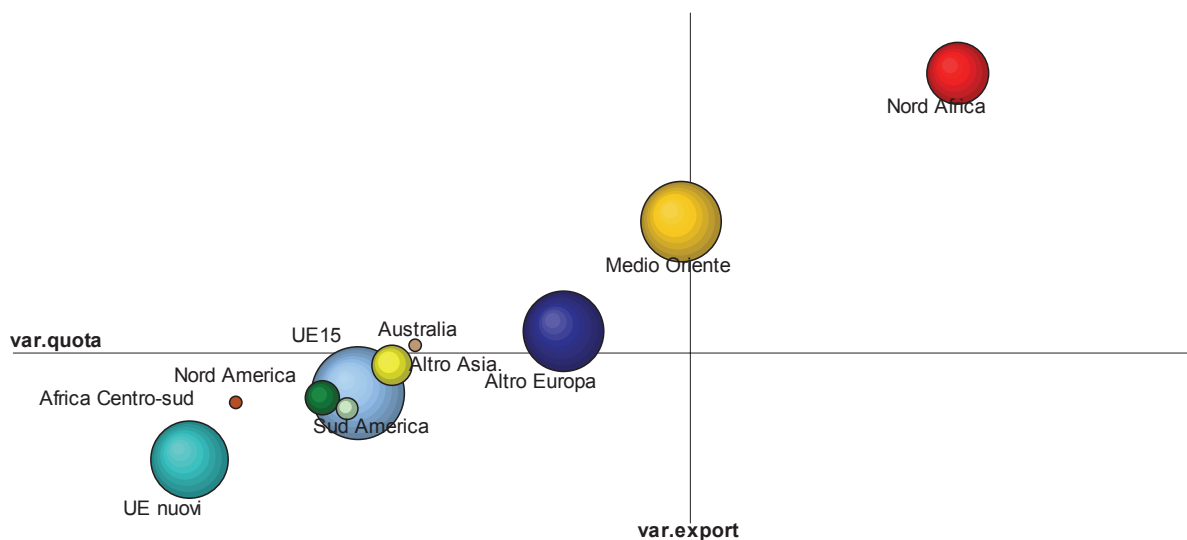
Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Africa Settentrionale e Occidentale	0,058	1	Iran	0,259
2	Vicino e medio oriente	0,045	2	Tunisia	0,092
3	Altri Paesi d'Europa	0,013	3	Libano	0,062
4	Paesi nuovi entrati UE	0,008	4	Svizzera	0,053
5	Mondo	0,005	5	Malta	0,052
6	Unione Europea a 15	0,004	6	Bulgaria	0,051
7	Africa centrale, orientale e meridionale	0,003	7	Marocco	0,050
8	America centrale e del sud	0,002	8	Croazia	0,046
9	Altri Paesi dell'Asia	0,001	9	Senegal	0,037
10	Australia e Oceania	0,001	10	Slovenia	0,035
11	America settentrionale	0,000	11	Algeria	0,032

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Nel periodo 2002-2005 l'Italia ha guadagnato quote di mercato non solo su singole aree geografiche ma anche considerando il commercializzato mondiale, solamente nei Paesi di nuova entrata nell'Unione europea e nell'Australia-Oceania non si è registrata una crescita della presenza italiana. Da sottolineare l'espansione dei beni nazionali sul mercato dell'Africa settentrionale ed occidentale - dove il 12,6 per cento delle importazioni di prodotti del settore provengono dall'Italia – e verso il Medio Oriente, area nella quale l'Italia detiene il 4,5 per cento del mercato. In entrambi i casi il principale partner è rappresentato dalla Sicilia, Siracusa in particolare.

La crescita italiana in termini di quote di mercato costituisce una tendenza positiva che ha interessato molte regioni, tra le quali Lombardia e Piemonte. Al contrario l'Emilia-Romagna, se si eccettua l'Africa settentrionale, riduce la sua già esigua quota in tutte le aree geografiche considerate. L'industria estrattiva ed energetica rappresenta dunque un settore di scarsa rilevanza per l'export emiliano-romagnolo e, in controtendenza a quanto riscontrato a livello nazionale, in progressiva contrazione.

Tavola 13. Industria estrattiva ed energetica e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 14. Industria estrattiva ed energetica. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato per area geografica. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	ITALIA (1,009) Sardegna (0,256) Lazio (0,090) Lombardia (0,069) Piemonte (0,041) Liguria (0,036) Puglia (0,025) Friuli-Venezia Giulia (0,009) Molise (0,000)
Unione Europea a 15	ITALIA (1,036) Sardegna (0,368) Lombardia (0,107) Lazio (0,105) Puglia (0,063) Liguria (0,039) Friuli-Venezia Giulia (0,011) Calabria (0,000) Basilicata (3,050)
Paesi nuovi entrati UE	Lazio (0,758) Friuli-Venezia Giulia (0,117) Piemonte (0,059) Liguria (0,043) Toscana (0,021) Campania (0,003)
Altri Paesi d'Europa	ITALIA (1,703) Sicilia (0,536) Piemonte (0,434) Sardegna (0,298) Lazio (0,123) Marche (0,032) Toscana (0,031) Veneto (0,029) Liguria (0,027) Friuli-Venezia Giulia (0,009)
Africa Settentrionale e Occidentale	ITALIA (12,58) Sicilia (10,61) Lazio (0,376) Liguria (0,139) Piemonte (0,067) Emilia-Romagna (0,058) Trentino-Alto Adige (0,052) Veneto (0,050) Abruzzo (0,000)
Africa centrale, orientale e meridionale	ITALIA (0,687) Sicilia (0,434) Piemonte (0,007) Friuli-Venezia Giulia (0,001)
America settentrionale	ITALIA (0,349) Sardegna (0,080) Liguria (0,038) Lazio (0,014) Piemonte (0,003) Marche (0,001) Abruzzo (0,000) Umbria (5,014)
America centrale e del sud	ITALIA (0,761) Sicilia (0,561) Sardegna (0,527) Liguria (0,085) Toscana (0,067) Piemonte (0,013) Marche (0,000) Trentino-Alto Adige (0,000)
Vicino e medio oriente	ITALIA (4,517) Sicilia (4,211) Sardegna (1,920) Lazio (0,328) Liguria (0,273) Marche (0,236) Piemonte (0,040) Friuli-Venezia Giulia (0,005) Umbria (0,000)
Altri Paesi dell'Asia	ITALIA (0,059) Sicilia (0,034) Lombardia (0,003) Sardegna (0,003) Piemonte (0,002) Marche (0,001) Lazio (0,000) Liguria (0,000) Basilicata (0,000)
Australia e Oceania	Lazio (0,002) Puglia (0,001) Sicilia (0,000)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Risulta essere limitato anche il numero dei Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna riesce a conquistare nuove quote di mercato, 29 su 201. Tra questi, solo verso il Libano, la Tunisia e la Svizzera le imprese regionali detengono una quota apprezzabile, seppur modesta.

Tavola 15. Industria estrattiva ed energetica. Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Unione Europea a 15	Austria (0,006) Regno Unito (0,002) Belgio (0,002) Paesi Bassi (0,001)
Paesi nuovi entrati UE	Polonia (0,007) Cipro (0,004) Lettonia (0,004) Lituania (0,000)
Altri Paesi d'Europa	Svizzera (0,053) Albania (0,016) Russia (0,009)
Africa Settentrionale e Occidentale	Tunisia (0,091) Algeria (0,031)
Africa centrale, orientale e meridionale	Camerun (0,009)
America settentrionale	Canada (0,000)
America centrale e del sud	Venezuela (0,028) Argentina (0,016) Costa Rica (0,001)
Vicino e medio oriente	Libano (0,061) Arabia Saudita (0,008) Emirati Arabi Uniti (0,008) Giordania (0,000)
Altri Paesi dell'Asia	Sri Lanka (0,006) Malaysia (0,006) Cina (0,001) Pakistan (0,000) Filippine (0,000) Singapore (0,000) Giappone (0,000)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

2.1.3 Agro-alimentare⁵

L'Emilia-Romagna è la seconda regione italiana per esportazioni di prodotti agroalimentari, con una quota di mercato sul commercializzato mondiale dello 0,45 per cento. Al primo posto la Lombardia con 0,50 per cento, mentre la quota detenuta complessivamente dall'Italia è del 2,93 per cento.

Tra le province ai primi posti si collocano Cuneo, Milano e Verona; Parma e Modena sono tra le prime dieci province italiane, rispettivamente al quinto e al settimo posto.

⁵ Il settore agro-alimentare è composto dai prodotti dell'agricoltura, della pesca, dell'industria alimentare e del tabacco.

Tavola 16. Italia e quote di mercato sui prodotti agro-alimentari. Top ten regioni e province per quota di mercato. Anno 2005.

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	2,930	1	Cuneo	0,204
1	Lombardia	0,500	2	Milano	0,192
2	Emilia-Romagna	0,450	3	Verona	0,173
3	Piemonte	0,397	4	Salerno	0,114
4	Veneto	0,373	5	Parma	0,113
5	Campania	0,227	6	Bolzano	0,098
6	Toscana	0,199	7	Modena	0,090
7	Trentino-Alto Adige	0,162	8	Bari	0,090
8	Puglia	0,129	9	Torino	0,080
9	Sicilia	0,097	10	Pavia	0,074
10	Lazio	0,084	11	Napoli	0,066

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Oltre l'8 per cento delle esportazioni complessive dell'Emilia-Romagna appartiene al comparto agro-alimentare, percentuale che assume valori ancora superiori a Parma (22,7 per cento), Ravenna (16,8 per cento) e Forlì-Cesena (15,5 per cento). Nell'intervallo temporale tra il 2002 e il 2005 le province emiliano-romagnole che hanno acquisito nuove quote di mercato sono state Modena e Reggio Emilia; in leggera flessione le altre province regionali, con contrazioni più accentuate a Ferrara, Piacenza e Bologna. Complessivamente l'Emilia-Romagna mantiene sostanzialmente invariata la quota di mercato mondiale detenuta (-0,5 per cento), a fronte di una modesta diminuzione (-1,6 per cento) del totale Italia.

Le aree territoriali verso le quali l'Emilia-Romagna detiene le quote di mercato più rilevanti sono quelle europee. Lo 0,89 per cento delle importazioni agro-alimentari dell'Unione europea a 15 riguarda prodotti emiliano-romagnoli, percentuale che scende allo 0,72 nei 12 Paesi di nuova entrata nell'Unione europea e allo 0,54 negli altri Paesi europei. È importante sottolineare che quasi i tre quarti delle esportazioni agro-alimentari dell'Emilia-Romagna sono commercializzate all'interno dell'Unione europea a 15 Paesi.

I principali fruitori dell'export dell'Emilia-Romagna, sempre in termini di quote di mercato, sono Malta, l'Albania e la Grecia. Tra i principali mercati di riferimento l'Emilia-Romagna detiene l'1,5 per cento del mercato francese, l'1,37 per cento di quello tedesco.

Tavola 17. Agro-alimentare per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	2,9781	2,9302	-1,6	7,7	6,88	-3,4
Emilia-Romagna	0,4519	0,4497	-0,5	9,0	8,48	-6,9
Bologna	0,0455	0,0394	-13,3	-5,0	2,98	-21,3
Ferrara	0,0341	0,0291	-14,7	-6,6	9,87	-30,1
Forlì-Cesena	0,0527	0,0507	-3,8	5,4	15,47	-5,5
Modena	0,0783	0,0901	15,1	26,0	7,17	14,0
Piacenza	0,0177	0,0146	-17,1	-9,2	6,51	-28,3
Parma	0,1140	0,1129	-1,0	8,5	22,71	-6,2
Ravenna	0,0536	0,0500	-6,6	2,3	16,79	-11,6
Reggio Emilia	0,0469	0,0547	16,7	27,8	5,99	7,3
Rimini	0,0091	0,0080	-11,5	-3,1	4,75	-12,4

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

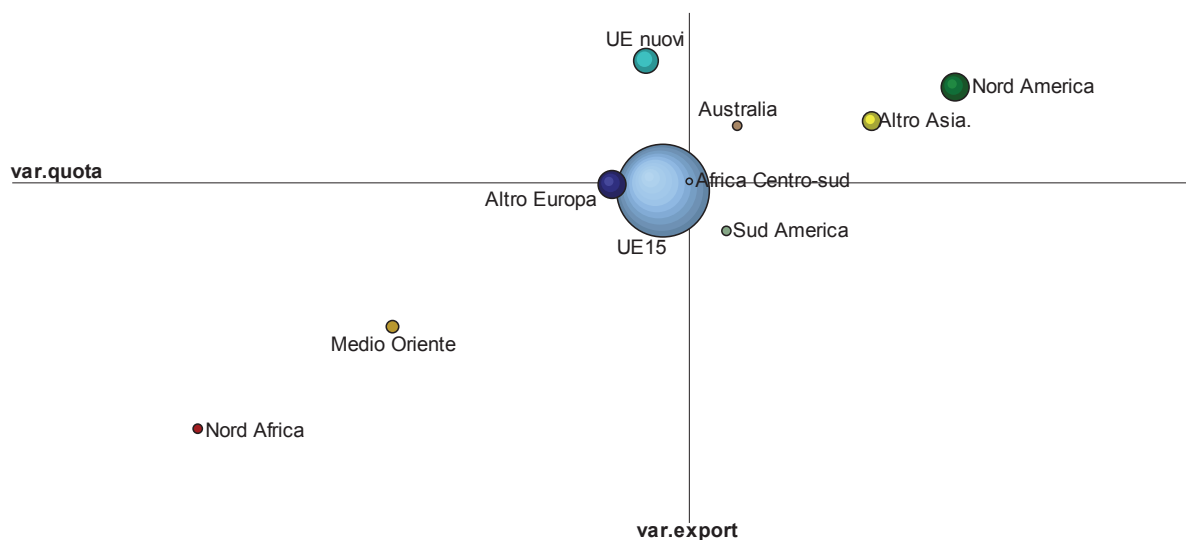
Tavola 18. Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti dell'agro-alimentare. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Unione Europea a 15	0,895	1	Malta	4,486
2	Paesi nuovi entrati UE	0,723	2	Albania	3,887
3	Altri Paesi d'Europa	0,539	3	Grecia	2,194
4	Mondo	0,450	4	Slovenia	2,080
5	Africa centrale, orientale e meridionale	0,425	5	Croazia	2,027
6	Australia e Oceania	0,293	6	Francia	1,526
7	America settentrionale	0,221	7	Germania	1,374
8	Africa Settentrionale e Occidentale	0,141	8	Austria	1,093
9	Vicino e medio oriente	0,111	9	Svizzera	1,089
10	America centrale e del sud	0,092	10	Ungheria	1,044
11	Altri Paesi dell'Asia	0,071	11	Romania	0,920

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Mentre nelle aree europee l'Emilia-Romagna perde, seppure in misura non elevata, alcune quote di mercato, si evidenzia una forte crescita verso il mercato dell'America settentrionale, determinato da un saggio di crescita delle esportazioni particolarmente accentuato, ben al di sopra di quello registrato complessivamente dal settore (le esportazioni emiliano-romagnole verso il mondo nel periodo 2002-2005 sono aumentate del 9 per cento, quelle verso l'America settentrionale del 33,5 per cento). Nell'area formata dai Paesi di nuova entrata nell'Unione europea un incremento delle esportazioni ancora superiore, 40,4 per cento, non è stato sufficiente per contrastare una riduzione delle quote di mercato.

Tavola 19. Agro-alimentare e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

La presenza emiliano-romagnola risulta essere in crescita anche nel mercato australiano, asiatico e sud americano, anche se l'incidenza di queste aree è modesta, complessivamente il 5 per cento delle esportazioni regionali sono dirette verso i Paesi appartenenti a queste ripartizioni geografiche.

Tavola 20. Agro-alimentare. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Lombardia (0,500) Piemonte (0,397) Puglia (0,129) Lazio (0,083) Abruzzo (0,044) Umbria (0,043) Calabria (0,016) Valle d'Aosta (0,004)
Unione Europea a 15	Lombardia (0,814) Piemonte (0,712) Umbria (0,058) Marche (0,044) Calabria (0,035) Valle d'Aosta (0,011) Molise (0,007)
Paesi nuovi entrati UE	Lombardia (0,792) Puglia (0,264) Trentino-Alto Adige (0,160) Toscana (0,157) Lazio (0,088) Liguria (0,061) Basilicata (0,007)
Altri Paesi d'Europa	Piemonte (0,784) Puglia (0,256) Lazio (0,143) Sicilia (0,130) Umbria (0,120) Sardegna (0,016) Calabria (0,009)
Africa Settentrionale e Occidentale	Campania (0,398) Piemonte (0,130) Veneto (0,094) Puglia (0,080) Molise (0,044) Liguria (0,025) Calabria (0,006) Abruzzo (0,003) Valle d'Aosta (0,000)
Africa centrale, orientale e meridionale	ITALIA (3,160) Campania (1,460) Piemonte (0,285) Friuli-Venezia Giulia (0,176) Liguria (0,045) Marche (0,010) Trentino-Alto Adige (0,007) Molise (0,006) Calabria (0,001)
America settentrionale	ITALIA (2,631) Lombardia (0,543) Toscana (0,410) Emilia-Romagna (0,220) Piemonte (0,197) Trentino-Alto Adige (0,191) Lazio (0,093) Abruzzo (0,075) Sicilia (0,072) Puglia (0,070) Calabria (0,010) Basilicata (0,002) Valle d'Aosta (0,000)
America centrale e del sud	Lombardia (0,140) Emilia-Romagna (0,092) Toscana (0,044) Sicilia (0,025) Abruzzo (0,022) Puglia (0,018) Liguria (0,016) Valle d'Aosta (0,001) Sardegna (0,001)
Vicino e medio oriente	Lombardia (0,168) Puglia (0,015) Abruzzo (0,008) Sicilia (0,007) Calabria (0,004) Basilicata (0,004)
Altri Paesi dell'Asia	ITALIA (0,501) Lombardia (0,077) Emilia-Romagna (0,071) Campania (0,067) Toscana (0,050) Veneto (0,039) Puglia (0,024) Lazio (0,020) Abruzzo (0,015) Trentino-Alto Adige (0,007) Sardegna (0,003) Basilicata (0,001) Valle d'Aosta (0,000)
Australia e Oceania	ITALIA (2,968) Lombardia (0,846) Campania (0,590) Emilia-Romagna (0,292) Toscana (0,154) Lazio (0,118) Trentino-Alto Adige (0,045) Friuli-Venezia Giulia (0,028) Sardegna (0,003) Valle d'Aosta (0,001)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 21. Agro-alimentare. Paesi nei quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Unione Europea a 15	Grecia (2,194) Francia (1,525) Spagna (0,796) Danimarca (0,477) Portogallo (0,448) Belgio (0,438) Irlanda (0,284)
Paesi nuovi entrati UE	Malta (4,486) Slovenia (2,080) Romania (0,920) Bulgaria (0,537)
Altri Paesi d'Europa	Croazia (2,027) Norvegia (0,420) Macedonia (0,390) Russia (0,340) Islanda (0,178) Turchia (0,138) Bielorussia (0,077)
Africa Settentrionale e Occidentale	Senegal (0,206) Marocco (0,142)
Africa centrale, orientale e meridionale	Repubblica Sudafricana (0,283) Seychelles e dipendenze (0,199) Kenia (0,073)
America settentrionale	Stati Uniti d'America (0,226) Canada (0,196)
America centrale e del sud	Brasile (0,279) Costa Rica (0,197) Argentina (0,160) Ecuador (0,115) Cile (0,088) Colombia (0,064) Honduras (0,062) Paraguay (0,048) Nicaragua (0,034)
Vicino e medio oriente	Siria (0,339) Bahrein (0,151) Qatar (0,086) Giordania (0,081) Emirati Arabi Uniti (0,050) Oman (0,012)
Altri Paesi dell'Asia	Armenia (0,895) Azerbaigian (0,118) Giappone (0,117) Corea del Sud (0,107) Taiwan (0,072) Hong Kong (0,070) Brunei (0,044) Indonesia (0,044) Singapore (0,041) Filippine (0,039) Pakistan (0,039) Tailandia (0,036) Cina (0,014) Sri Lanka (0,007)
Australia e Oceania	Australia (0,365) Polinesia Francese (0,250) Nuova Caledonia e dipendenze (0,189)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

L'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato agro-alimentare in 58 Paesi dei 201 considerati. In particolare risultano essere in crescita importanti aree dell'Unione europea, Francia, Grecia e Spagna e, con l'eccezione dell'India nei Paesi BRICS (Brasile, Russia, Cina, Sud Africa).

2.1.4 Tessile-Abbigliamento⁶

Il 6,6 per cento del commercializzato mondiale di prodotti del tessile-abbigliamento ha origine in Italia. L'Emilia-Romagna con una quota dello 0,76 per cento è la quarta regione italiana, preceduta da Lombardia, Veneto e Toscana. Tra le prime province italiane figurano Reggio Emilia al nono posto, con una quota sull'export mondiale dello 0,24 per cento e Modena all'undicesimo (0,195 per cento la quota di mercato detenuta).

Tavola 22. Italia e quote di mercato sui prodotti del tessile-abbigliamento. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	6,615	1	Milano	0,719
1	Lombardia	2,041	2	Prato	0,480
2	Veneto	1,187	3	Vicenza	0,434
3	Toscana	0,984	4	Treviso	0,424
4	Emilia-Romagna	0,759	5	Como	0,368
5	Piemonte	0,718	6	Bergamo	0,301
6	Marche	0,163	7	Biella	0,294
7	Abruzzo	0,154	8	Firenze	0,292
8	Campania	0,111	9	Reggio Emilia	0,238
9	Lazio	0,089	10	Varese	0,213
10	Umbria	0,085	11	Modena	0,195

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

In controtendenza al dato nazionale, l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato nel comparto del tessile e dell'abbigliamento, una crescita trainata dalle province di Reggio Emilia, Parma, Bologna, Rimini e Ravenna. Si potrebbe pensare che il maggior volume di beni commercializzati appartenenti al settore del tessile e dell'abbigliamento sia attribuibile ad un maggior ricorso alla delocalizzazione che porta ad esportare materie prime o semilavorati nei Paesi con minori costi di produzione. Ciò però sembra essere, almeno parzialmente, smentito dall'andamento delle altre regioni export-leader del settore. Il Veneto, regione ad elevata delocalizzazione, ad esempio perde quote di mercato.

Sembra, invece, di poter attribuire l'acquisizione di quote di mercato da parte delle imprese emiliano-romagnole alla capacità di puntare su produzioni qualitativamente elevate e nel sapersi ritagliare specifiche nicchie di mercato; non è casuale che tra le prime province esportatrici di prodotti del tessile e dell'abbigliamento solo Biella (+1,4 per cento) e Reggio Emilia (+31,7 per cento) riescano ad acquisire nuove quote di mercato, a fronte delle consistenti perdite di Prato (-15,2 per cento), Treviso (-5,5 per cento) e Vicenza (-5,5 per cento).

Tavola 23. Tessile Abbigliamento per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	7,0606	6,6150	-6,3	-5,3	8,72	-15,1
Emilia-Romagna	0,7115	0,7586	6,6	8,0	8,04	-7,7
Bologna	0,1419	0,1456	2,6	3,9	6,19	-13,9
Ferrara	0,0068	0,0064	-6,3	-5,0	1,21	-28,9
Forlì-Cesena	0,0314	0,0281	-10,3	-9,2	4,82	-18,5
Modena	0,2199	0,1955	-11,1	-10,0	8,74	-18,6
Piacenza	0,0044	0,0042	-2,5	-1,2	1,06	-21,9
Parma	0,0246	0,0327	33,4	35,1	3,70	16,9
Ravenna	0,0122	0,0138	13,2	14,6	2,61	-1,0
Reggio Emilia	0,1808	0,2381	31,7	33,4	14,66	12,0
Rimini	0,0895	0,0941	5,1	6,5	31,27	-3,8

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

⁶ Il settore comprende i prodotti dell'industria tessile e quelli dell'abbigliamento. Non sono incluse le calzature

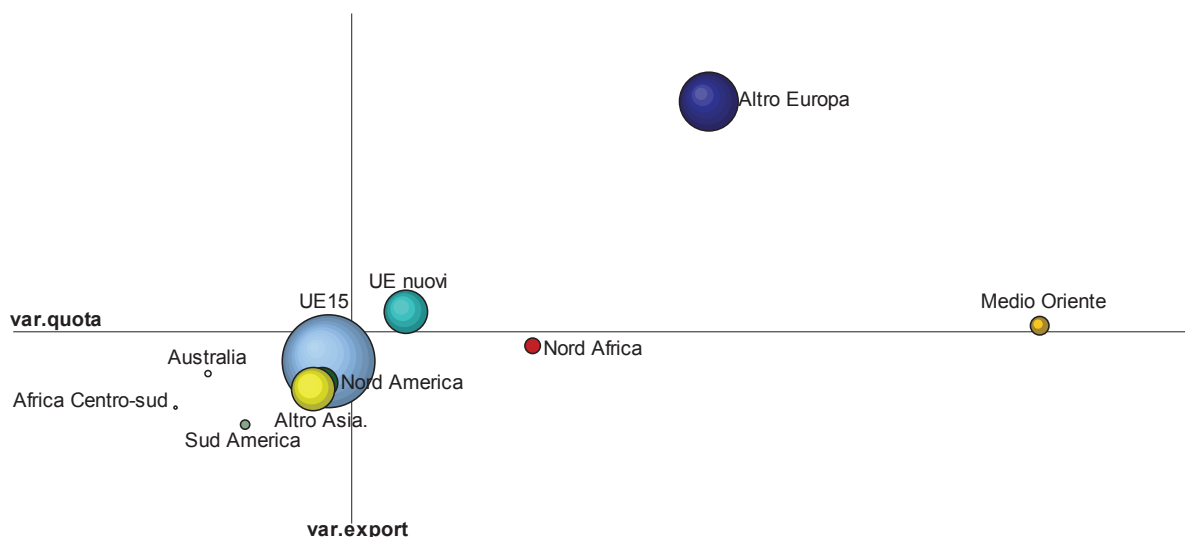
In termini di quote di mercato è il Medio oriente a registrare la crescita maggiore; nell'area medio-orientale l'Emilia-Romagna detiene lo 0,8 per cento del mercato. È l'area formata dai Paesi europei non aderenti all'Unione a presentare la dinamica più interessante: costituisce la seconda area di riferimento per le esportazioni della regione, si presenta in forte crescita con un aumento delle esportazioni nettamente superiore a quello registrato nelle altre aree e ad essa si associa una acquisizione di nuove quote di mercato. Nel 2005 il 2,5 per cento delle importazioni del tessile-abbigliamento dei Paesi europei extra-UE provenivano dall'Emilia-Romagna, in Moldavia e a Malta le quote di mercato più elevate.

Tavola 24. Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti del tessile-abbigliamento. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Altri Paesi d'Europa	2,487	1	Moldavia	9,291
2	Paesi nuovi entrati UE	1,852	2	Malta	6,304
3	Unione Europea a 15	1,229	3	Armenia	4,806
4	Vicino e medio oriente	1,081	4	Svizzera	4,453
5	Africa Settentrionale e Occidentale	0,993	5	Ucraina	4,146
6	Mondo	0,759	6	Grecia	3,913
7	Altri Paesi dell'Asia	0,362	7	Cipro	3,695
8	Africa centrale, orientale e meridionale	0,236	8	Bulgaria	3,456
9	America settentrionale	0,198	9	Romania	3,199
10	Australia e Oceania	0,196	10	Croazia	2,774
11	America centrale e del sud	0,146	11	Albania	2,730

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 25. Tessile-abbigliamento e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Solo 5 regioni riescono ad aumentare la propria quota di mercato a livello mondiale. Oltre all'Emilia-Romagna crescono il Molise, la Liguria, la Basilicata e la Sardegna.

Tavola 26. Tessile abbigliamento. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato per area geografica. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Emilia-Romagna (0,758) Molise (0,073) Liguria (0,028) Basilicata (0,006) Sardegna (0,003)
Unione Europea a 15	Trentino-Alto Adige (0,103) Liguria (0,065) Basilicata (0,016) Sardegna (0,006)
Paesi nuovi entrati UE	Emilia-Romagna (1,852) Piemonte (1,577) Lazio (0,256) Molise (0,120) Basilicata (0,009) Calabria (0,007) Sardegna (0,002)
Altri Paesi d'Europa	Emilia-Romagna (2,486) Campania (0,379) Abruzzo (0,343) Molise (0,202) Lazio (0,166) Sicilia (0,021) Sardegna (0,010) Calabria (0,007)
Africa Settentrionale e Occidentale	ITALIA (21,12) Emilia-Romagna (0,992) Campania (0,919) Abruzzo (0,669) Umbria (0,313) Marche (0,251) Molise (0,127) Sicilia (0,069) Friuli-Venezia Giulia (0,054) Liguria (0,050) Calabria (0,004) Basilicata (0,002)
Africa centrale, orientale e meridionale	Piemonte (0,470) Lazio (0,069) Sardegna (0,052) Abruzzo (0,049) Friuli-Venezia Giulia (0,044) Marche (0,033) Molise (0,019) Umbria (0,010)
America settentrionale	Campania (0,083) Marche (0,040) Molise (0,030) Friuli-Venezia Giulia (0,005) Basilicata (0,000)
America centrale e del sud	Toscana (0,428) Piemonte (0,307) Marche (0,029) Puglia (0,028) Basilicata (0,003) Liguria (0,003) Calabria (0,000)
Vicino e medio oriente	ITALIA (7,755) Lombardia (3,057) Emilia-Romagna (1,080) Veneto (1,001) Toscana (0,674) Piemonte (0,590) Lazio (0,410) Campania (0,204) Abruzzo (0,194) Molise (0,185) Marche (0,130) Umbria (0,030) Trentino-Alto Adige (0,023) Valle d'Aosta (0,006) Calabria (0,005)
Altri Paesi dell'Asia	ITALIA (3,526) Lombardia (1,197) Toscana (0,664) Piemonte (0,571) Veneto (0,428) Marche (0,054) Molise (0,052) Abruzzo (0,041) Campania (0,039) Umbria (0,024) Puglia (0,011) Liguria (0,008) Calabria (0,001)
Australia e Oceania	Veneto (0,355) Abruzzo (0,049) Umbria (0,016) Friuli-Venezia Giulia (0,015) Sardegna (0,004) Calabria (0,000)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Sono 45 i Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato.

Tavola 27. Tessile-abbigliamento. Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Mondo	Mondo (0,759)
Unione Europea a 15	Spagna (2,008) Portogallo (1,809) Francia (1,744) Lussemburgo (1,200) Austria (1,165) Irlanda (0,728) Finlandia (0,390)
Paesi nuovi entrati UE	Malta (6,304) Cipro (3,694) Bulgaria (3,455) Romania (3,198) Lettonia (2,105) Estonia (1,765) Lituania (1,740)
Altri Paesi d'Europa	Svizzera (4,452) Ucraina (4,145) Croazia (2,773) Albania (2,730) Turchia (1,173)
Africa Settentrionale e Occidentale	Tunisia (1,699) Senegal (0,384) Marocco (0,269)
Africa centrale, orientale e meridionale	Maurizio (1,046) Madagascar (0,110)
America centrale e del sud	Perù (0,212) Messico (0,161) Uruguay (0,105) Costa Rica (0,036) Ecuador (0,036) Guatemala (0,022)
Vicino e medio oriente	Bahreïn (1,198) Qatar (0,953) Arabia Saudita (0,784)
Altri Paesi dell'Asia	Armenia (4,805) Taiwan (1,117) Maldive (0,349) Filippine (0,279) Cina (0,090) Malaysia (0,078) Indonesia (0,057) Thailandia (0,057) Sri Lanka (0,031) Bangladesh (0,003)
Australia e Oceania	Polinesia Francese (0,292) Nuova Caledonia e dipendenze (0,075)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

2.1.5 Chimica⁷

Per ciò che concerne il settore della chimica l'Italia detiene il 3,5 per cento del commercializzato mondiale. Se si osserva il dato disaggregato per regioni al primo posto si colloca la Lombardia con l'1,53 per cento, seguita dal Lazio con lo 0,46 per cento e dall'Emilia Romagna, al terzo posto, con lo 0,28 per cento.

La graduatoria provinciale è guidata da Milano (0,97 per cento), mentre è solo all'undicesimo posto che compare la prima provincia dell'Emilia-Romagna, Ravenna con una quota di mercato detenuta pari all'0,06 per cento.

Tavola 28. Italia e quote di mercato sui prodotti chimici. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	3,501	1	Milano	0,966
1	Lombardia	1,534	2	Latina	0,243
2	Lazio	0,455	3	Bergamo	0,166
3	Emilia-Romagna	0,272	4	Roma	0,147
4	Piemonte	0,243	5	Varese	0,091
5	Veneto	0,211	6	Pavia	0,083
6	Toscana	0,175	7	Torino	0,070
7	Sicilia	0,115	8	Siracusa	0,070
8	Marche	0,073	9	Mantova	0,065
9	Abruzzo	0,069	10	Frosinone	0,065
10	Puglia	0,058	11	Ravenna	0,062

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

A livello nazionale le quote di mercato detenute hanno subito una flessione dal 2002 al 2005, -8,1 per cento, mentre in Emilia-Romagna si è registrata una sostanziale stazionarietà, determinata dalla crescita di alcune province, Parma (24,1 per cento), Ferrara (17,8 per cento) e Forlì-Cesena (0,9 per cento).

Il settore della chimica pesa a livello regionale, in termini di incidenza, il 6,31 per cento. Le province che detengono un'incidenza maggiore sono Ravenna, dove un quarto delle esportazioni è riconducibile a beni dell'industria chimica, e Ferrara, dove il peso del comparto supera il venti per cento. L'incidenza della commercializzazione della chimica sull'economia regionale ha evidenziato, negli anni considerati, un aumento del 4,6 per cento. La provincia che, in questo senso, ha aumentato maggiormente l'incidenza è Parma con il 31,7 per cento.

Tavola 29. Chimica per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	3,8115	3,5013	-8,1	12,5	10,10	0,9
Emilia-Romagna	0,2728	0,2723	-0,2	22,4	6,31	4,6
Bologna	0,0611	0,0578	-5,4	16,0	5,37	-3,8
Ferrara	0,0414	0,0487	17,8	44,5	20,32	8,2
Forlì-Cesena	0,0050	0,0050	0,9	23,7	1,89	11,0
Modena	0,0308	0,0272	-11,8	8,2	2,65	-2,2
Piacenza	0,0056	0,0050	-10,5	9,8	2,73	-13,2
Parma	0,0314	0,0390	24,1	52,2	9,63	31,7
Ravenna	0,0664	0,0616	-7,3	13,7	25,39	-1,8
Reggio Emilia	0,0297	0,0269	-9,5	11,0	3,62	-6,8
Rimini	0,0015	0,0011	-24,2	-7,0	0,83	-16,0

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

⁷ Il settore della chimica comprende i prodotti chimici e farmaceutici

L'Emilia-Romagna detiene la quota di mercato maggiore negli altri Paesi d'Europa con lo 0,56 per cento e nei paesi del Medio Oriente. I Paesi che beneficiano maggiormente dell'export dell'Emilia-Romagna sono la Croazia (2,02 per cento), seguita da Albania (1,81 per cento) e Slovenia (1,71 per cento).

Tavola 30. Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti della chimica. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Altri Paesi d'Europa	0,561	1	Croazia	2,019
2	Vicino e medio oriente	0,531	2	Albania	1,805
3	Paesi nuovi entrati UE	0,522	3	Slovenia	1,708
4	Africa Settentrionale e Occidentale	0,519	4	Grecia	1,359
5	Unione Europea a 15	0,357	5	Cipro	1,051
6	Mondo	0,272	6	Malta	0,896
7	Africa centrale, orientale e meridionale	0,216	7	Togo	0,845
8	Australia e Oceania	0,175	8	Camerun	0,785
9	America centrale e del sud	0,115	9	Spagna	0,774
10	Altri Paesi dell'Asia	0,101	10	Bulgaria	0,683
11	America settentrionale	0,101	11	Turchia	0,679

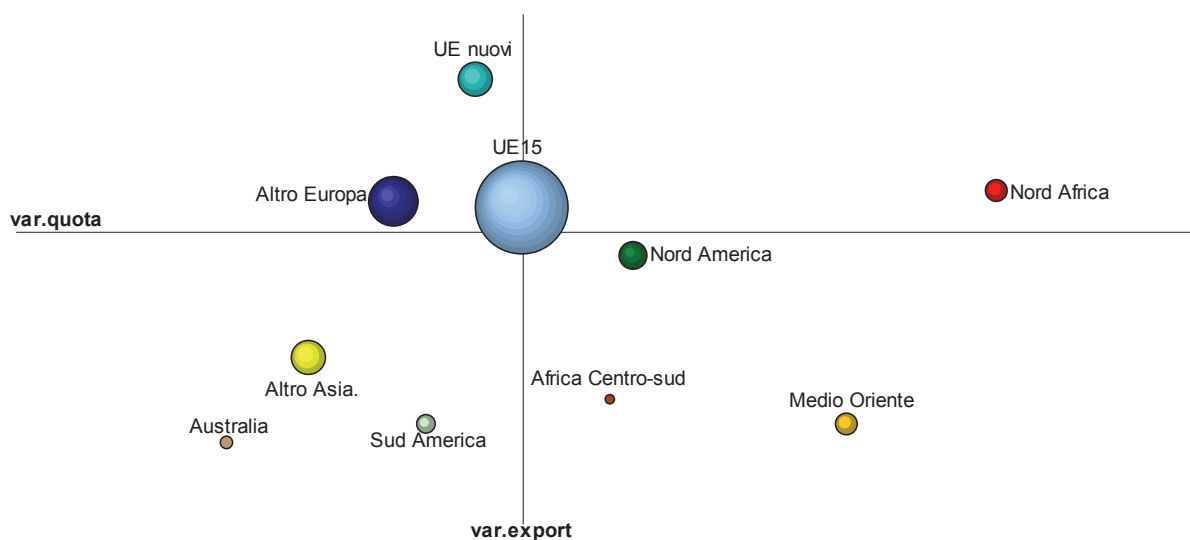
Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Partendo dal dato sulla variazione delle quote di mercato, l'Emilia-Romagna ha rafforzato la propria posizione in Nord Africa, nell'America settentrionale, nel Medio Oriente, e nell'Africa Centro Meridionale.

Per ciò che riguarda la variazione di export è stato registrato un aumento significativo dell'export verso i nuovi paesi entrati l'UE, gli altri paesi dell'Europa, l'Europa a 15 e il Nord Africa.

Questo ultimo è l'unico che ha registrato valori positivi sia sulla variazione dell'export sia sulla variazione di quote di mercato.

Tavola 31. Chimica e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 32. Chimica. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato per area geografica. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Sicilia (0,114) Marche (0,073) Abruzzo (0,069) Puglia (0,057) Sardegna (0,055) Friuli-Venezia Giulia (0,043) Valle d'Aosta (0,000)
Unione Europea a 15	Sicilia (0,179) Marche (0,142) Abruzzo (0,120) Sardegna (0,104) Puglia (0,098) Friuli-Venezia Giulia (0,057)
Paesi nuovi entrati UE	Piemonte (0,393) Friuli-Venezia Giulia (0,200) Abruzzo (0,152) Trentino-Alto Adige (0,094) Marche (0,087) Puglia (0,051) Sardegna (0,027) Basilicata (0,006) Calabria (0,003) Valle d'Aosta (0,000)
Altri Paesi d'Europa	ITALIA (6,817) Lombardia (3,176) Lazio (0,972) Sicilia (0,240) Puglia (0,098) Abruzzo (0,096) Marche (0,067) Umbria (0,024) Calabria (0,006)
Africa Settentrionale e Occidentale	Emilia-Romagna (0,518) Sicilia (0,339) Puglia (0,122) Marche (0,094) Abruzzo (0,061) Campania (0,061) Friuli-Venezia Giulia (0,028) Sardegna (0,010) Calabria (0,001)
Africa centrale, orientale e meridionale	ITALIA (3,781) Lombardia (1,737) Lazio (0,542) Veneto (0,312) Sardegna (0,283) Emilia-Romagna (0,215) Piemonte (0,195) Sicilia (0,158) Marche (0,067) Abruzzo (0,023) Calabria (0,011) Umbria (0,009) Trentino-Alto Adige (0,006)
America settentrionale	Lazio (0,303) Piemonte (0,104) Emilia-Romagna (0,100) Sicilia (0,026) Puglia (0,010) Marche (0,006) Valle d'Aosta (0,001)
America centrale e del sud	Lombardia (0,797) Lazio (0,159) Veneto (0,105) Sardegna (0,091) Sicilia (0,090) Friuli-Venezia Giulia (0,011) Trentino-Alto Adige (0,006) Umbria (0,001) Calabria (0,001)
Vicino e medio oriente	ITALIA (6,445) Lombardia (3,269) Veneto (0,615) Emilia-Romagna (0,531) Lazio (0,456) Piemonte (0,447) Liguria (0,166) Marche (0,082) Friuli-Venezia Giulia (0,081) Puglia (0,066) Umbria (0,050)
Altri Paesi dell'Asia	Piemonte (0,126) Lazio (0,113) Veneto (0,109) Puglia (0,013) Marche (0,010) Calabria (0,001) Valle d'Aosta (0,000)
Australia e Oceania	ITALIA (3,383) Lombardia (1,833) Lazio (0,904) Trentino-Alto Adige (0,014) Marche (0,005) Umbria (0,004) Abruzzo (0,003) Sardegna (0,000) Calabria (0,000) Molise (0,000)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Sono 39 i paesi interessati da nuove acquisizioni di mercato da parte dell'Emilia-Romagna nel settore della chimica. Interessanti le quote di mercato presenti nei territori dell'Europa e in quelli dell'Africa Settentrionale e Occidentale

Tavola 33. Chimica. Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Unione Europea a 15	Spagna (0,774) Austria (0,419) Paesi Bassi (0,254) Lussemburgo (0,204) Svezia (0,175) Irlanda (0,119) Belgio (0,098) Finlandia (0,091)
Paesi nuovi entrati UE	Slovenia (1,707) Bulgaria (0,683) Romania (0,611) Polonia (0,503) Estonia (0,118)
Altri Paesi d'Europa	Turchia (0,679) Russia (0,344) Norvegia (0,081)
Africa Settentrionale e Occidentale	Togo (0,845) Algeria (0,532) Marocco (0,528) Senegal (0,288)
America settentrionale	Stati Uniti d'America (0,116) Canada (0,035)
America centrale e del sud	Venezuela (0,255) Haiti (0,249) Ecuador (0,235) Paraguay (0,133) Argentina (0,125) Cile (0,071) Perù (0,069) Honduras (0,009)
Vicino e medio oriente	Iran (0,430) Bahrein (0,121) Qatar (0,089)
Altri Paesi dell'Asia	Maldive (0,502) Armenia (0,296) Hong Kong (0,150) Tailandia (0,138) Singapore (0,097) Cina (0,052)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

2.1.6 Produzione di metalli e loro leghe⁸

Il 4,6 per cento di prodotti commercializzati afferenti al settore della produzione dei metalli ha origine in Italia. Il settore vede l'Emilia-Romagna al quinto posto con lo 0,40 per cento, preceduta da Lombardia (1,73 per cento), Puglia (0,56 per cento), Piemonte (0,43 per cento) e Veneto (0,42 per cento).

Tra le undici province italiane che detengono una quota di mercato maggiore, Taranto è la capofila, posizione quasi esclusivamente attribuibile ad una impresa; nessuna delle prime 10 province è emilano-romagnola.

Tavola 34. Italia e quote di mercato sui metalli. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	4,601	1	Taranto	0,551
1	Lombardia	1,731	2	Milano	0,409
2	Puglia	0,555	3	Brescia	0,362
3	Piemonte	0,432	4	Terni	0,304
4	Veneto	0,427	5	Bergamo	0,273
5	Emilia-Romagna	0,403	6	Udine	0,249
6	Umbria	0,308	7	Vicenza	0,248
7	Friuli-Venezia Giulia	0,293	8	Torino	0,203
8	Toscana	0,114	9	Cremona	0,172
9	Valle d'Aosta	0,106	10	Lecco	0,171
10	Liguria	0,100	11	Mantova	0,126

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

L'Emilia-Romagna cresce, analogamente al dato nazionale, sia dal punto di vista dell'export (67,9 per cento) sia da quello delle quote di mercato detenute (2,2 per cento).

Il dato disaggregato per provincia vede al primo posto Rimini con una percentuale significativa sia di variazione di quote di mercato sia di variazione di export. Va comunque sottolineato che il settore dell'industria dei metalli ha un peso trascurabile nel portafoglio export della provincia riminese. A livello regionale il settore pesa per circa il 3 per cento sulle esportazioni complessive, percentuale che supera il 10 per cento a Piacenza.

Considerando sia l'incidenza del comparto metallurgico sull'intera economia provinciale che la variazione della quota di mercato, la dinamica più rilevante si registra a Ravenna, con saggi di incremento rispettivamente del 365 per cento e del 207 per cento.

Tavola 35. Metalli per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	4,4496	4,6014	3,4	69,8	4,24	52,3
Emilia-Romagna	0,3941	0,4027	2,2	67,9	2,98	43,4
Bologna	0,0134	0,0137	2,1	67,7	0,41	39,0
Ferrara	0,0103	0,0109	5,8	73,8	1,45	30,1
Forlì-Cesena	0,0728	0,0591	-18,7	33,6	7,09	19,8
Modena	0,0171	0,0187	9,8	80,4	0,59	63,1
Piacenza	0,0767	0,0588	-23,4	25,9	10,25	-0,5
Parma	0,0534	0,0652	22,2	100,8	5,15	73,7
Ravenna	0,0228	0,0701	206,9	404,2	9,24	335,6
Reggio Emilia	0,1277	0,1053	-17,5	35,6	4,53	13,8
Rimini	0,0001	0,0009	715,1	1239,2	0,20	1110,3

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

⁸ Il comparto dei metalli comprende il settore della produzione di metalli. La lavorazione dei metalli rientra nel settore della meccanica

Le esportazioni di prodotti in metallo hanno come principale mercato di riferimento l'Unione europea: quasi l'uno per cento di quanto importato dai 15 Paesi proviene dall'Emilia-Romagna. Con riferimento alle quote, il mercato più rilevante è costituito dai dodici paesi di nuovo ingresso nell'Unione europea, con l'1,23 per cento seguita dall'Europa a 15 con lo 0,97 per cento.

Osservando il dato per provincia è l'arcipelago delle Seychelles e sue dipendenze a detenere la quota di mercato maggiore con il 12,65 per cento. Importante rilevare come l'Emilia-Romagna detenga oltre l'uno per cento delle quote in mercati strategici, in particolare quello tedesco.

Inoltre, è da sottolineare come nelle due principali aree geografiche di riferimento – “vecchia” e “nuova” Unione europea - l'Emilia-Romagna acquisisca nuove quote di mercato, così come in crescita risulta la presenza sul mercato sud americano e medio orientale.

In forte aumento anche le esportazioni verso gli altri Paesi dell'Europa, tuttavia il saggio di incremento non è sufficiente per conquistare nuove quote.

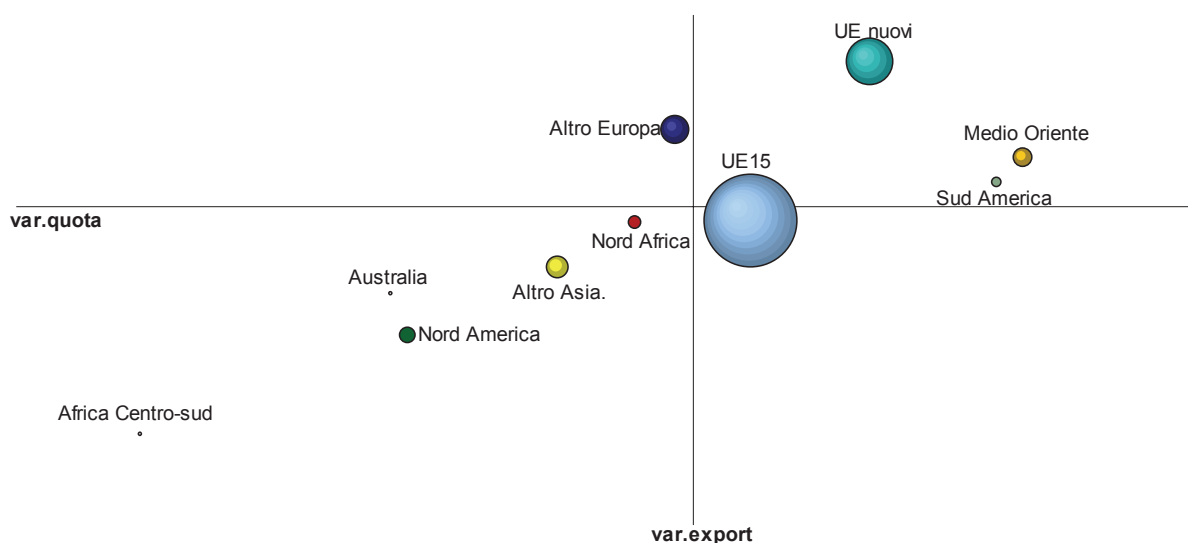
Tavola 36. Emilia-Romagna e quote di mercato sui metalli. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Paesi nuovi entrati UE	1,225	1	Seychelles e dipendenze	12,649
2	Unione Europea a 15	0,972	2	Slovenia	1,951
3	Vicino e medio oriente	0,498	3	Grecia	1,853
4	Altri Paesi d'Europa	0,477	4	Croazia	1,779
5	Mondo	0,403	5	Ungheria	1,764
6	Africa Settentrionale e Occidentale	0,344	6	Malta	1,545
7	Africa centrale, orientale e meridionale	0,331	7	Repubblica Ceca	1,476
8	America settentrionale	0,089	8	Slovacchia	1,417
9	America centrale e del sud	0,077	9	Germania	1,294
10	Australia e Oceania	0,058	10	Spagna	1,291
11	Altri Paesi dell'Asia	0,046	11	Austria	1,242

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Dal punto di vista della acquisizione di mercato mondiale al 2005 l'Emilia-Romagna si assesta al terzo posto con lo 0,4 per cento dopo Lombardia e Puglia. Se si escludono gli altri Paesi d'Europa, il Medio oriente e l'Australia l'Italia guadagna quote di mercato ovunque; se a ciò si aggiunge il fatto che è in aumento l'incidenza del settore sul totale export nazionale, si può affermare che è in atto un processo di rafforzamento del comparto della produzione dei metalli.

Tavola 37. Metalli e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 38. Metalli. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato per area geografica. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	ITALIA (4,601) Lombardia (1,731) Puglia (0,555) Emilia-Romagna (0,402) Friuli-Venezia Giulia (0,293) Valle d'Aosta (0,105) Trentino-Alto Adige (0,030) Abruzzo (0,021) Molise (0,004) Calabria (0,000)
Unione Europea a 15	ITALIA (9,951) Lombardia (3,840) Puglia (1,401) Piemonte (1,202) Emilia-Romagna (0,971) Veneto (0,903) Friuli-Venezia Giulia (0,648) Valle d'Aosta (0,195) Abruzzo (0,051) Trentino-Alto Adige (0,032) Campania (0,025) Lazio (0,005)
Paesi nuovi entrati UE	ITALIA (8,133) Emilia-Romagna (1,224) Veneto (1,099) Friuli-Venezia Giulia (1,034) Piemonte (0,900) Liguria (0,150) Toscana (0,149) Marche (0,086) Lazio (0,041) Abruzzo (0,041) Trentino-Alto Adige (0,024) Sardegna (0,006)
Altri Paesi d'Europa	Valle d'Aosta (0,818) Molise (0,664) Sardegna (0,045) Lazio (0,034) Sicilia (0,026) Abruzzo (0,024) Trentino-Alto Adige (0,022) Calabria (0,001) Basilicata (0,001)
Africa Settentrionale e Occidentale	ITALIA (8,908) Lombardia (3,797) Toscana (1,589) Puglia (1,258) Veneto (0,568) Abruzzo (0,148) Lazio (0,130) Sicilia (0,012)
Africa centrale, orientale e meridionale	ITALIA (6,358) Lombardia (4,577) Veneto (0,643) Liguria (0,537) Friuli-Venezia Giulia (0,369) Valle d'Aosta (0,321) Trentino-Alto Adige (0,087) Lazio (0,074) Abruzzo (0,041) Sicilia (0,019) Marche (0,014)
America settentrionale	ITALIA (1,994) Lombardia (0,765) Puglia (0,253) Trentino-Alto Adige (0,140) Friuli-Venezia Giulia (0,081) Lazio (0,005) Valle d'Aosta (0,004) Campania (0,003) Sicilia (6,248)
America centrale e del sud	ITALIA (4,135) Umbria (3,104) Lombardia (0,771) Friuli-Venezia Giulia (0,175) Valle d'Aosta (0,159) Lazio (0,122) Emilia-Romagna (0,076) Toscana (0,066) Puglia (0,041) Trentino-Alto Adige (0,020)
Vicino e medio oriente	Emilia-Romagna (0,497) Veneto (0,447) Friuli-Venezia Giulia (0,264) Umbria (0,190) Campania (0,021) Trentino-Alto Adige (0,019) Calabria (0,004)
Altri Paesi dell'Asia	ITALIA (1,471) Puglia (0,596) Lombardia (0,549) Veneto (0,076) Piemonte (0,075) Abruzzo (0,008) Campania (0,007) Marche (0,007) Trentino-Alto Adige (0,004)
Australia e Oceania	Trentino-Alto Adige (0,099) Friuli-Venezia Giulia (0,059) Umbria (0,033)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Come visto precedentemente, il settore dei metalli ha visto una forte espansione delle proprie quote di mercato soprattutto nei territori dell'Europa. A confermare tale affermazione basti osservare come su 40 paesi nuovi dal punto di vista delle acquisizioni di quote di mercato, ben 25 paesi sono europei.

All'interno dei paesi europei fa da capofila la Slovenia (Paesi nuovi entrati UE), la Grecia (per l'Unione Europea a 15) e la Croazia (per gli Altri Paesi d'Europa).

Tavola 39. Metalli. Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. Tra parentesi la quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Mondo	Mondo (0,402)
Unione Europea a 15	Grecia (1,852) Germania (1,293) Spagna (1,290) Austria (1,242) Regno Unito (1,069) Danimarca (0,910) Portogallo (0,778) Irlanda (0,536) Belgio (0,522) Finlandia (0,492)
Paesi nuovi entrati UE	Slovenia (1,951) Ungheria (1,764) Malta (1,544) Repubblica Ceca (1,476) Estonia (1,120) Romania (1,114) Polonia (0,948) Lituania (0,762) Lettonia (0,113)
Altri Paesi d'Europa	Croazia (1,779) Svizzera (0,799) Russia (0,552) Ucraina (0,393) Albania (0,318) Turchia (0,315)
Africa Settentrionale e Occidentale	Marocco (0,170) Senegal (0,059)
Africa centrale, orientale e meridionale	Maurizio (0,031) Kenia (0,008)
America centrale e del sud	Brasile (0,465) Argentina (0,126) Cile (0,039) Perù (0,014) Colombia (0,011)
Vicino e medio oriente	Israele (0,566) Bahrein (0,535)
Altri Paesi dell'Asia	Georgia (0,084) Giappone (0,067) Taiwan (0,018) Hong Kong (0,008)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

2.1.7 Elettronica-Telecomunicazioni⁹

L'elettronica e le telecomunicazioni rappresentano un settore di una certa rilevanza per le politiche commerciali dell'Italia se lo si osserva in termini di incidenza sull'export complessivo (6,7 per cento). Al contrario, può essere considerato marginale se osservato in termini di quote di mercato, presentando la quota più modesta tra tutti i settori considerati. In questo comparto rientrano gran parte delle produzioni high tech; il ritardo dell'Italia nella realizzazione di tale tipologia di beni è storia nota.

In questo contesto, solo la Lombardia presenta una quota di mercato apprezzabile, l'Emilia-Romagna, nonostante sia la terza regione italiana, presenta un'incidenza sull'export mondiale dello 0,074 per cento, cioè ogni 100mila euro esportati globalmente, solo 74 sono attribuibili a prodotti provenienti dall'Emilia-Romagna.

Tra le prime province italiane è Milano a detenere una quota maggiore, mentre Bologna è l'unica provincia emilano-romagnola che entra in graduatoria assestandosi alla quinta posizione.

Tavola 40. Italia e quote di mercato sul totale dei prodotti di elettronica-tlc. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	0,863	1	Milano	0,264
1	Lombardia	0,374	2	Torino	0,052
2	Veneto	0,092	3	Vicenza	0,037
3	Emilia-Romagna	0,074	4	Bergamo	0,035
4	Piemonte	0,070	5	Bologna	0,032
5	Lazio	0,051	6	Varese	0,023
6	Toscana	0,041	7	Catania	0,021
7	Abruzzo	0,032	8	Rieti	0,020
8	Friuli-Venezia Giulia	0,028	9	Brescia	0,020
9	Sicilia	0,021	10	L'Aquila	0,019
10	Marche	0,018	11	Roma	0,018

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Per ciò che riguarda la quota di mercato detenuta si registra un trend negativo sia a livello nazionale (-16,6 per cento) che a livello regionale (-6,6 per cento). Dunque, il divario tecnologico che separa l'Italia dalle altre economie avanzate sembra ampliarsi. In Emilia-Romagna fanno eccezione a questa tendenza le province di Ravenna, Parma e Piacenza.

Tavola 41. Elettronica-Tlc per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	1,0347	0,8634	-16,6	7,6	6,75	-3,5
Emilia-Romagna	0,0792	0,0739	-6,6	20,6	4,64	3,0
Bologna	0,0368	0,0322	-12,4	13,1	8,13	-6,3
Ferrara	0,0020	0,0008	-62,2	-51,3	0,87	-63,5
Forlì-Cesena	0,0081	0,0060	-25,9	-4,3	6,12	-14,1
Modena	0,0065	0,0061	-6,7	20,5	1,61	8,9
Piacenza	0,0026	0,0038	44,6	86,7	5,67	47,6
Parma	0,0044	0,0064	46,2	88,7	4,27	63,3
Ravenna	0,0027	0,0051	92,5	148,5	5,76	114,7
Reggio Emilia	0,0148	0,0126	-15,0	9,8	4,60	-7,9
Rimini	0,0012	0,0009	-25,4	-3,7	1,74	-13,0

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

⁹ Rientrano nel settore la fabbricazione di macchine per ufficio, di elaboratori e sistemi informatici, di macchinari ed apparecchi elettrici, di apparecchiature per le comunicazioni

Oltre tre quarti dei prodotti del settore provenienti dall'Emilia-Romagna sono commercializzati in Europa. Le quote di mercato detenute dalla regione sui prodotti di elettronica e telecomunicazioni sono più elevate nell'Africa settentrionale e Occidentale e nei nuovi paesi entrati nell'Unione europea. Per ciò che concerne i Paesi è l'Albania quello dove la regione possiede la quota di mercato maggiore (6,9 per cento)

Tavola 42. Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti di elettronica-tlc. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

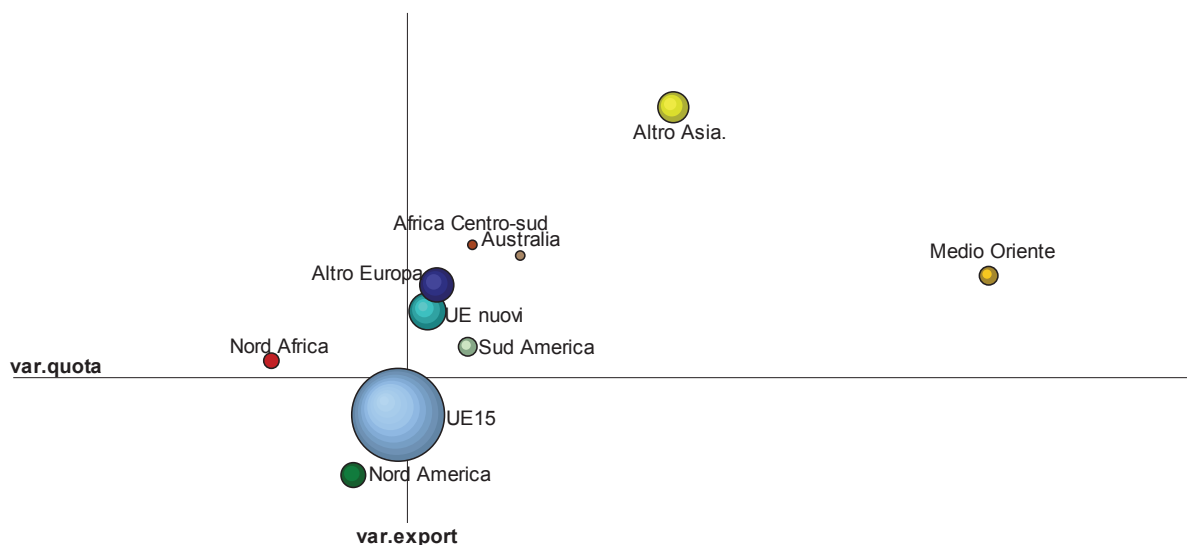
Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Africa Settentrionale e Occidentale	0,777	1	Albania	6,897
2	Paesi nuovi entrati UE	0,600	2	Bosnia-Erzegovina	2,967
3	Vicino e medio oriente	0,552	3	Slovenia	2,025
4	Altri Paesi d'Europa	0,453	4	Bulgaria	1,818
5	Unione Europea a 15	0,341	5	Romania	1,702
6	Africa centrale, orientale e meridionale	0,260	6	Croazia	1,289
7	Australia e Oceania	0,134	7	Algeria	1,183
8	Mondo	0,074	8	Spagna	0,966
9	America centrale e del sud	0,070	9	Grecia	0,882
10	America settentrionale	0,045	10	Slovacchia	0,802
11	Altri Paesi dell'Asia	0,034	11	Senegal	0,773

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

La variazione dell'export regionale negli anni considerati ha registrato una crescita di poco superiore al 20 per cento, determinata da una scarsa dinamicità del mercato dell'Unione europea a 15 e dell'America settentrionale. È soprattutto in queste aree che le esportazioni regionali del settore dell'elettronica e delle telecomunicazioni faticano a mantenere il passo con i principali concorrenti.

A fronte di ciò, è in atto un processo di diversificazione dei mercati di riferimento, che sta portando ad una maggior commercializzazione verso nuove aree e ad una acquisizione di nuove quote di mercato; alcuni di questi mercati - Medio Oriente, Africa meridionale, Australia - sono ancora marginali, altri stanno via via assumendo dimensioni apprezzabili, non ultimo il mercato dei Paesi asiatici.

Tavola 43. Elettronica-tlc e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Sono 5 le regioni che nel 2005, a livello mondiale, riescono ad accrescere la propria quota di mercato a livello mondiale: capofila la Toscana con lo 0,04 per cento.

Tavola 44. Elettronica-tlc. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato per area geografica. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Toscana (0,040) Puglia (0,011) Trentino-Alto Adige (0,009) Molise (0,001) Calabria (0,000)
Unione Europea a 15	ITALIA (3,909) Lombardia (1,654) Toscana (0,226) Sicilia (0,159) Marche (0,081) Trentino-Alto Adige (0,062) Puglia (0,059) Liguria (0,029) Molise (0,004) Sardegna (0,001) Calabria (0,000)
Paesi nuovi entrati UE	Veneto (0,703) Emilia-Romagna (0,599) Abruzzo (0,087) Umbria (0,065) Campania (0,050) Trentino-Alto Adige (0,034) Basilicata (0,024) Sardegna (0,012) Puglia (0,007)
Altri Paesi d'Europa	Lombardia (2,353) Veneto (0,569) Emilia-Romagna (0,453) Toscana (0,274) Trentino-Alto Adige (0,032) Sicilia (0,005) Valle d'Aosta (0,003)
Africa Settentrionale e Occidentale	Liguria (1,609) Trentino-Alto Adige (0,335) Friuli-Venezia Giulia (0,108) Umbria (0,051) Basilicata (0,044) Puglia (0,019) Calabria (0,002) Sardegna (0,001) Molise (0,000)
Africa centrale, orientale e meridionale	Liguria (0,271) Emilia-Romagna (0,260) Friuli-Venezia Giulia (0,204) Lazio (0,103) Marche (0,076) Puglia (0,015) Trentino-Alto Adige (0,007) Sicilia (0,006)
America settentrionale	Veneto (0,050) Puglia (0,005) Umbria (0,001) Molise (0,001) Sardegna (0,000) Calabria (0,000) Basilicata (3,343)
America centrale e del sud	ITALIA (1,062) Lombardia (0,659) Emilia-Romagna (0,069) Liguria (0,046) Abruzzo (0,010) Trentino-Alto Adige (0,004) Puglia (0,001) Umbria (0,001)
Vicino e medio oriente	ITALIA (9,471) Lombardia (3,754) Friuli-Venezia Giulia (1,343) Veneto (0,929) Liguria (0,645) Emilia-Romagna (0,552) Toscana (0,468) Piemonte (0,395) Marche (0,169) Campania (0,151) Abruzzo (0,119) Trentino-Alto Adige (0,061) Molise (0,060) Puglia (0,049) Basilicata (0,015) Calabria (0,003) Valle d'Aosta (0,001)
Altri Paesi dell'Asia	Veneto (0,035) Emilia-Romagna (0,033) Puglia (0,005) Calabria (0,003) Molise (0,001) Trentino-Alto Adige (0,001)
Australia e Oceania	ITALIA (1,213) Lombardia (0,678) Emilia-Romagna (0,133) Liguria (0,089) Toscana (0,035) Marche (0,029) Trentino-Alto Adige (0,006) Puglia (0,004) Umbria (0,001)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Sono 45 i Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna incrementa le proprie quote di mercato.

Tavola 45. Elettronica-tlc. Paesi nei quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Unione Europea a 15	Austria (0,596) Francia (0,541) Lussemburgo (0,455) Germania (0,438) Regno Unito (0,209) Irlanda (0,042)
Paesi nuovi entrati UE	Romania (1,701) Ungheria (0,542) Polonia (0,416) Lituania (0,372) Malta (0,354) Lettonia (0,321) Estonia (0,154)
Altri Paesi d'Europa	Croazia (1,288) Svizzera (0,764) Turchia (0,491) Islanda (0,424) Bielorussia (0,097)
Africa Settentrionale e Occidentale	Togo (0,221)
Africa centrale, orientale e meridionale	Repubblica Sudafricana (0,112)
America centrale e del sud	Cile (0,308) Perù (0,122) Panama (0,119) Honduras (0,101) Nicaragua (0,020)
Vicino e medio oriente	Kuwait (0,524) Bahrein (0,296) Qatar (0,235) Arabia Saudita (0,189) India (0,169) Sri Lanka (0,162) Georgia (0,147) Kirghizistan (0,104) Cina (0,038) Hong Kong (0,038) Singapore (0,034) Tailandia (0,026) Taiwan (0,024) Giappone (0,014) Filippine (0,009) Malaysia (0,007)
Altri Paesi dell'Asia	Nuova Zelanda (0,167) Nuova Caledonia e dipendenze (0,157) Australia (0,127) Polinesia Francese (0,052)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

2.1.8 Automotive¹⁰

Ogni 100mila euro di prodotti del settore automotive commercializzati a livello mondiale nel corso del 2005 2.952 euro sono relativi a produzioni italiane, 494 euro alla sola Emilia-Romagna. Torino, Chieti e Modena si collocano ai primi tre posti della graduatoria delle province italiane, Ferrara e Bologna entrano nella top ten occupando rispettivamente la settima e l'ottava posizione.

Tavola 46. Italia e quote di mercato sul totale dell'automotive. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	2,952	1	Torino	0,738
1	Piemonte	0,881	2	Chieti	0,213
2	Lombardia	0,572	3	Modena	0,207
3	Emilia-Romagna	0,494	4	Brescia	0,204
4	Abruzzo	0,228	5	Milano	0,135
5	Campania	0,183	6	Napoli	0,117
6	Veneto	0,147	7	Ferrara	0,111
7	Toscana	0,095	8	Bologna	0,107
8	Lazio	0,088	9	Bergamo	0,094
9	Basilicata	0,078	10	Cuneo	0,091
10	Trentino-Alto Adige	0,064	11	Mantova	0,082

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Rispetto al 2002 sia l'Italia che l'Emilia-Romagna aumentano le proprie quote di mercato sull'export mondiale. Una crescita che a livello regionale coinvolge tutte le province, con l'esclusione di Forlì-Cesena e Reggio Emilia. Il settore dell'automotive è particolarmente rilevante per l'industria ferrarese, oltre il 40 per cento delle esportazioni provinciali sono legate al comparto automobilistico e, in particolare, alla componentistica. L'incidenza del settore a livello nazionale è del 7,8 per cento, in Emilia-Romagna del 10,6 per cento. Tra le principali regioni esportatrici, oltre all'Emilia-Romagna, solo la Lombardia registra un incremento delle proprie quote di mercato.

Tavola 47. Automotive per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	2,9040	2,9525	1,7	15,4	7,85	3,5
Emilia-Romagna	0,3889	0,4944	27,1	44,4	10,56	23,4
Bologna	0,0749	0,1072	43,1	62,5	9,18	34,7
Ferrara	0,0774	0,1113	43,7	63,2	42,79	22,2
Forlì-Cesena	0,0056	0,0052	-7,1	5,6	1,79	-5,3
Modena	0,1722	0,2071	20,2	36,6	18,66	23,5
Piacenza	0,0205	0,0254	23,8	40,6	12,77	11,2
Parma	0,0098	0,0094	-3,5	9,6	2,15	-5,1
Ravenna	0,0044	0,0052	16,5	32,3	1,96	14,3
Reggio Emilia	0,0234	0,0223	-4,7	8,2	2,76	-9,2
Rimini	0,0007	0,0014	104,7	132,5	0,97	110,2

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

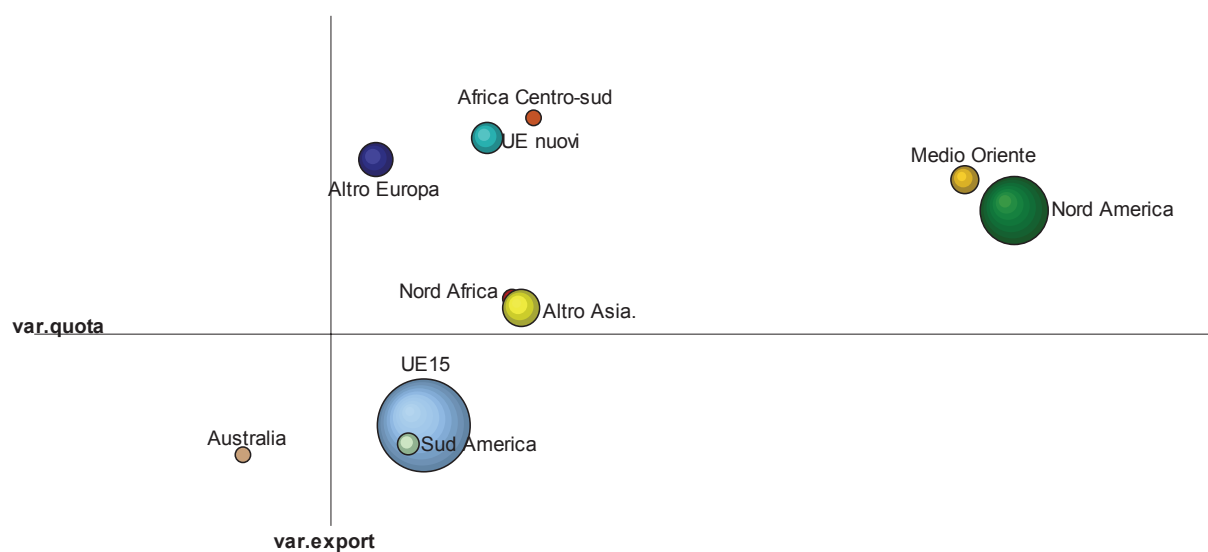
¹⁰ Il settore dell'automotive comprende la produzione di autovetture e componenti per auto

Tavola 48 Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti automotive. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Africa Settentrionale e Occidentale	1,107	1	Albania	2,530
2	Vicino e medio oriente	0,931	2	Moldavia	1,612
3	Africa centrale, orientale e meridionale	0,722	3	Camerun	1,556
4	Unione Europea a 15	0,656	4	Algeria	1,512
5	Altri Paesi d'Europa	0,607	5	Austria	1,334
6	Altri Paesi dell'Asia	0,606	6	Svizzera	1,331
7	Paesi nuovi entrati UE	0,519	7	Giappone	1,133
8	Mondo	0,494	8	Singapore	1,120
9	America settentrionale	0,492	9	Pakistan	1,117
10	Australia e Oceania	0,322	10	India	1,092
11	America centrale e del sud	0,265	11	Brasile	1,075

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 49. Automotive e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 50. Automotive. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	ITALIA (2,952) Lombardia (0,571) Emilia-Romagna (0,494) Abruzzo (0,227) Campania (0,182) Toscana (0,095) Friuli-Venezia Giulia (0,026) Liguria (0,016) Umbria (0,008) Valle d'Aosta (0,003) Sardegna (0,001) Calabria (0,000)
Unione Europea a 15	Emilia-Romagna (0,655) Abruzzo (0,556) Campania (0,505) Toscana (0,229) Friuli-Venezia Giulia (0,041) Liguria (0,033) Umbria (0,018) Valle d'Aosta (0,015) Sardegna (0,000) Molise (0,000)
Paesi nuovi entrati UE	ITALIA (6,794) Piemonte (2,700) Lombardia (1,507) Emilia-Romagna (0,519) Toscana (0,168) Trentino-Alto Adige (0,090) Puglia (0,056) Umbria (0,023) Marche (0,016) Sardegna (0,005) Calabria (0,004) Valle d'Aosta (0,003) Molise (0,001)
Altri Paesi d'Europa	Emilia-Romagna (0,606) Veneto (0,253) Toscana (0,079) Liguria (0,035) Trentino-Alto Adige (0,034) Umbria (0,006) Valle d'Aosta (0,003)
Africa Settentrionale e Occidentale	Emilia-Romagna (1,106) Abruzzo (0,130) Trentino-Alto Adige (0,042) Friuli-Venezia Giulia (0,037) Basilicata (0,035) Sardegna (0,011) Molise (0,008) Valle d'Aosta (0,003)
Africa centrale, orientale e meridionale	Emilia-Romagna (0,721) Basilicata (0,074) Veneto (0,062) Umbria (0,060) Lazio (0,054) Sardegna (0,011) Trentino-Alto Adige (0,011) Marche (0,009) Abruzzo (0,005) Sicilia (0,000)
America settentrionale	ITALIA (0,770) Emilia-Romagna (0,492) Lombardia (0,089) Piemonte (0,067) Veneto (0,051) Trentino-Alto Adige (0,011) Campania (0,011) Toscana (0,005) Marche (0,003) Lazio (0,002) Abruzzo (0,002) Sardegna (0,002) Friuli-Venezia Giulia (0,001) Liguria (0,000) Molise (1,149)
America centrale e del sud	Emilia-Romagna (0,264) Lombardia (0,146) Toscana (0,026) Friuli-Venezia Giulia (0,026) Abruzzo (0,022) Sardegna (0,016) Trentino-Alto Adige (0,015) Umbria (0,010)
Vicino e medio oriente	ITALIA (2,719) Emilia-Romagna (0,930) Piemonte (0,788) Lombardia (0,444) Veneto (0,230) Lazio (0,047) Toscana (0,045) Calabria (0,033) Abruzzo (0,031) Liguria (0,020) Friuli-Venezia Giulia (0,017) Sicilia (0,008) Umbria (0,008) Trentino-Alto Adige (0,007) Marche (0,006) Valle d'Aosta (0,001) Sardegna (0,001)
Altri Paesi dell'Asia	ITALIA (1,696) Emilia-Romagna (0,605) Veneto (0,083) Toscana (0,056) Basilicata (0,043) Marche (0,022) Trentino-Alto Adige (0,017) Puglia (0,012) Abruzzo (0,010) Umbria (0,000) Sicilia (0,000) Valle d'Aosta (0,000) Molise (0,000) Sardegna (9,283)
Australia e Oceania	Basilicata (0,014) Trentino-Alto Adige (0,004) Umbria (0,001)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 51. Automotive. Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Mondo	Mondo (0,494)
Unione Europea a 15	Regno Unito (0,795) Francia (0,772) Germania (0,744) Belgio (0,504) Finlandia (0,478) Spagna (0,447) Lussemburgo (0,416) Svezia (0,373) Portogallo (0,365) Irlanda (0,211)
Paesi nuovi entrati UE	Polonia (1,073) Bulgaria (0,821) Repubblica Ceca (0,248)
Altri Paesi d'Europa	Albania (2,530) Moldavia (1,611) Svizzera (1,331) Croazia (0,607) Bielorussia (0,326) Russia (0,301) Ucraina (0,239) Macedonia (0,230) Islanda (0,088)
Africa Settentrionale e Occidentale	Algeria (1,511) Togo (0,978)
Africa centrale, orientale e meridionale	Mozambico (0,748) Kenia (0,610) Malawi (0,237)
America settentrionale	Stati Uniti d'America (0,616)
America centrale e del sud	Brasile (1,074) Venezuela (0,637) Colombia (0,597) Panama (0,562) Costa Rica (0,181) Paraguay (0,152) Honduras (0,049)
Vicino e medio oriente	Bahrein (0,839) Iran (0,820) Qatar (0,749) Giordania (0,444) Arabia Saudita (0,428) Israele (0,232)
Altri Paesi dell'Asia	Giappone (1,133) Hong Kong (0,890) Indonesia (0,650) Corea del Sud (0,258) Thailandia (0,245) Cina (0,240)
Australia e Oceania	Polinesia Francese (0,111)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Con l'eccezione dell'Australia, l'automotive emiliano-romagnolo guadagna nuove quote di mercato in tutte le aree geografiche. Vicino e Medio Oriente e soprattutto l'America settentrionale sono le aree verso le quali l'export regionale intensifica la propria presenza. L'area nord-americana rappresenta il secondo mercato di riferimento per le esportazioni dell'Emilia-Romagna, preceduta solamente dall'Unione europea.

In termini di quote di mercato l'incidenza dell'Emilia-Romagna è più elevata nell'area dell'Africa settentrionale e occidentale (l'1,1 per cento delle importazioni dei paesi nord africani proviene dall'Emilia-Romagna). Quote di mercato importanti si registrano in Albania (2,5 per cento), Moldavia (1,6 per cento) Camerun (1,6 per cento) e, tra i Paesi europei, in Austria e Svizzera. Tra i 201 Paesi considerati l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato in 48 di essi.

2.1.9 Meccanica¹¹

Il comparto meccanico rappresenta indiscutibilmente il settore di maggior rilevanza per il commercio con l'estero nazionale e, soprattutto, regionale. Quasi un quarto del valore dell'export nazionale è realizzato da imprese meccaniche, percentuale che sale al 36 per cento in ambito regionale e che risulta essere in continua crescita. Per alcune province emiliane – Bologna, Reggio Emilia e Piacenza - l'incidenza supera abbondantemente il quaranta per cento.

Il 5,9 per cento del commercializzato mondiale dei prodotti della meccanica ha origine in Italia. Fra i settori considerati è la percentuale più elevata, superata solamente dal settore del tessile e abbigliamento. L'Emilia-Romagna si posiziona al secondo posto con l'1,09 per cento dopo la Lombardia. Tra le province ai primi posti si collocano Milano, Bologna e Brescia. Bologna, Reggio Emilia e Modena sono le aree territoriali della regione che figurano nella lista delle province con quote di mercato più elevate.

Tavola 52. Italia e quote di mercato sul totale della meccanica. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	5,828	1	Milano	0,736
1	Lombardia	1,905	2	Bologna	0,359
2	Emilia-Romagna	1,096	3	Brescia	0,313
3	Veneto	0,888	4	Torino	0,301
4	Piemonte	0,606	5	Bergamo	0,247
5	Marche	0,298	6	Reggio Emilia	0,234
6	Friuli-Venezia Giulia	0,278	7	Vicenza	0,231
7	Toscana	0,254	8	Treviso	0,220
8	Trentino-Alto Adige	0,118	9	Varese	0,219
9	Abruzzo	0,075	10	Ancona	0,215
10	Liguria	0,068	11	Modena	0,203

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 53. Meccanica per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	6,0159	5,8280	-3,1	13,9	24,26	2,2
Emilia-Romagna	1,0606	1,0963	3,4	21,7	36,66	3,9
Bologna	0,3251	0,3592	10,5	30,1	48,19	7,8
Ferrara	0,0269	0,0265	-1,6	15,8	15,92	-13,3
Forlì-Cesena	0,0499	0,0493	-1,2	16,3	26,67	4,4
Modena	0,1958	0,2032	3,8	22,2	28,67	10,5
Piacenza	0,0506	0,0563	11,3	31,0	44,37	3,6
Parma	0,1067	0,0981	-8,1	8,2	34,99	-6,4
Ravenna	0,0394	0,0363	-7,7	8,7	21,64	-6,1
Reggio Emilia	0,2318	0,2340	0,9	18,8	45,45	-0,3
Rimini	0,0345	0,0334	-3,1	14,0	35,03	3,1

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

¹¹ Il settore della meccanica è composto prevalentemente dalla fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici e dalla lavorazione dei prodotti in metallo

Mentre a livello nazionale, il settore della meccanica ha subito una riduzione delle quote di mercato dal 2002 al 2005 del 3,1 per cento, a livello regionale è stata registrata negli anni considerati una variazione positiva pari al 3,4 per cento. Si allineano al dato regionale 4 province - Piacenza, Bologna, Modena e Reggio Emilia - mentre le restanti presentano una diminuzione nelle rispettive quote di mercato.

Le aree territoriali verso le quali l'Emilia-Romagna detiene le quote di mercato più rilevanti sono quelle africane e quelle del medio oriente. I principali beneficiari dell'export dell'Emilia-Romagna sono le Seychelles e sue dipendenze con il 10,93 per cento, il Togo con il 5,39 per cento e l'Albania con il 5,30 per cento.

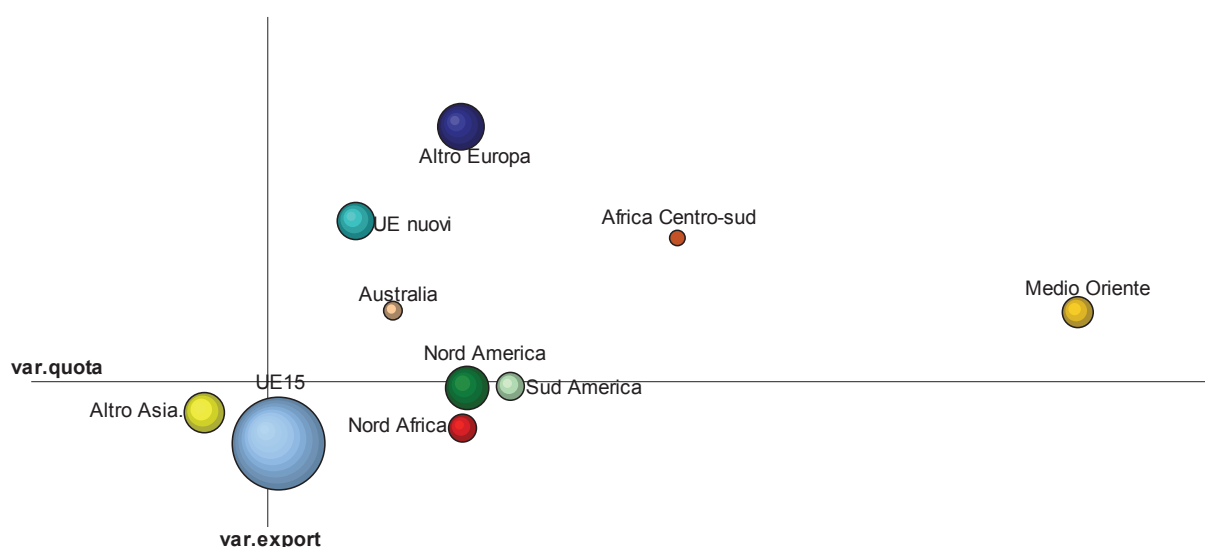
Tavola 54. Emilia-Romagna e quote di mercato sui prodotti della meccanica. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Africa Settentrionale e Occidentale	3,408	1	Seychelles e dipendenze	10,934
2	Vicino e medio oriente	2,879	2	Togo	5,398
3	Africa centrale, orientale e meridionale	2,099	3	Albania	5,305
4	Altri Paesi d'Europa	1,939	4	Cipro	4,235
5	Paesi nuovi entrati UE	1,570	5	Algeria	3,910
6	Unione Europea a 15	1,469	6	Croazia	3,792
7	Australia e Oceania	1,286	7	Malta	3,629
8	Mondo	1,096	8	Romania	3,419
9	America centrale e del sud	0,913	9	Spagna	3,363
10	America settentrionale	0,668	10	Macedonia	3,233
11	Altri Paesi dell'Asia	0,404	11	Grecia	3,232

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Se si considerano le variazioni di quote di mercato e di esportazioni dal 2002 al 2005 si evidenzia una forte crescita dei paesi europei non facenti parte dell'Unione e di quelli che sono da poco entrati nell'unione europea. Per converso risultano essere meno dinamiche le esportazioni verso i paesi dell'Unione europea a 15. Complessivamente la crescita delle esportazioni del settore nel periodo considerato è stata del 21,7 per cento, un saggio di incremento che ha consentito di acquisire nuove quote di mercato in tutte le aree geografiche, con l'eccezione degli altri Paesi asiatici. Una espansione che è risultata particolarmente rilevante in Medio Oriente, di entità modesta nell'Unione europea.

Tavola 55. Meccanica e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 56. Meccanica. Regioni che acquisiscono nuove quote. In parentesi quota 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Emilia-Romagna (1,096) Marche (0,297) Friuli-Venezia Giulia (0,278) Trentino-Alto Adige (0,117) Abruzzo (0,074) Molise (0,001) ITALIA (8,511) Lombardia (2,781) Emilia-Romagna (1,468) Marche (0,515) Trentino-Alto Adige (0,223) Abruzzo (0,141) Puglia (0,113) Umbria (0,070) Lazio (0,068) Sardegna (0,009) Molise (0,002) Calabria (0,001)
Unione Europea a 15	Emilia-Romagna (1,569) Marche (0,856) Lazio (0,129) Trentino-Alto Adige (0,112) Liguria (0,100) Puglia (0,050) Sardegna (0,013) Valle d'Aosta (0,010) Molise (0,003)
Paesi nuovi entrati UE	ITALIA (10,65) Emilia-Romagna (1,939) Veneto (1,798) Friuli-Venezia Giulia (0,677) Toscana (0,557) Marche (0,507) Lazio (0,127) Liguria (0,063) Sicilia (0,012) Basilicata (0,006) Molise (0,002)
Altri Paesi d'Europa	Emilia-Romagna (3,408) Veneto (2,103) Piemonte (1,436) Liguria (0,487) Puglia (0,186) Abruzzo (0,142) Umbria (0,121) Trentino-Alto Adige (0,086) Sicilia (0,084) Valle d'Aosta (0,008)
Africa Settentrionale e Occidentale	ITALIA (9,993) Lombardia (2,756) Emilia-Romagna (2,099) Toscana (1,669) Veneto (1,286) Piemonte (0,640) Lazio (0,395) Marche (0,200) Friuli-Venezia Giulia (0,172) Umbria (0,136) Calabria (0,122) Puglia (0,113) Campania (0,092) Trentino-Alto Adige (0,078) Abruzzo (0,062) Sardegna (0,050) Sicilia (0,026) Valle d'Aosta (0,005) Basilicata (0,001)
Africa centrale, orientale e meridionale	ITALIA (2,582) Lombardia (0,808) Emilia-Romagna (0,667) Veneto (0,332) Marche (0,114) Friuli-Venezia Giulia (0,088) Trentino-Alto Adige (0,084) Umbria (0,036) Lazio (0,024) Liguria (0,024) Abruzzo (0,018) Valle d'Aosta (0,004) Calabria (0,001) Basilicata (0,000)
America settentrionale	ITALIA (4,092) Emilia-Romagna (0,913) Toscana (0,380) Friuli-Venezia Giulia (0,183) Marche (0,095) Liguria (0,052) Trentino-Alto Adige (0,032) Puglia (0,015) Sardegna (0,010) Valle d'Aosta (0,002) Molise (0,001)
America centrale e del sud	ITALIA (15,88) Lombardia (5,252) Emilia-Romagna (2,879) Veneto (1,981) Toscana (1,282) Friuli-Venezia Giulia (1,144) Liguria (0,925) Piemonte (0,897) Marche (0,421) Abruzzo (0,225) Campania (0,165) Trentino-Alto Adige (0,146) Puglia (0,129) Umbria (0,070) Sicilia (0,021) Basilicata (0,007) Valle d'Aosta (0,000)
Vicino e medio oriente	Trentino-Alto Adige (0,026) Abruzzo (0,013) Umbria (0,012) Puglia (0,007) Calabria (0,003) Sardegna (0,002) Molise (0,001) Basilicata (0,000)
Altri Paesi dell'Asia	Emilia-Romagna (1,286) Piemonte (0,347) Friuli-Venezia Giulia (0,143) Campania (0,074) Liguria (0,072) Umbria (0,066) Lazio (0,033) Puglia (0,018) Abruzzo (0,016) Calabria (0,004) Sardegna (0,003) Basilicata (0,002)
Australia e Oceania	

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 57. Meccanica. Paesi nei quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Mondo	Mondo (1,096)
Unione Europea a 15	Grecia (3,232) Francia (1,702) Danimarca (1,590) Regno Unito (1,504) Austria (1,268) Irlanda (1,176) Svezia (1,074) Finlandia (1,056) Lussemburgo (0,293)
Paesi nuovi entrati UE	Cipro (4,234) Malta (3,629) Romania (3,419) Bulgaria (2,184) Polonia (1,978) Croazia (3,791) Macedonia (3,232) Ucraina (2,870) Moldavia (2,747) Turchia (2,278) Russia (2,135) Islanda (1,027) Norvegia (0,731)
Altri Paesi d'Europa	Togo (5,397) Algeria (3,909) Marocco (2,625) Senegal (2,075)
Africa Settentrionale e Occidentale	Camerun (3,102) Kenia (1,417) Maurizio (0,979) Mozambico (0,718)
Africa centrale, orientale e meridionale	Stati Uniti d'America (0,749) Canada (0,350)
America settentrionale	Venezuela (1,870) Guatemala (1,449) Uruguay (1,314) Cile (1,271) Perù (1,160) Brasile (1,106) Argentina (1,066) Panama (0,805) Nicaragua (0,721) Dominica (0,610) Honduras (0,579) Messico (0,568)
America centrale e del sud	Iran (3,174) Israele (1,530) Bahrein (1,052)
Vicino e medio oriente	Pakistan (1,388) Sri Lanka (1,113) India (0,968) Indonesia (0,908) Thailandia (0,468) Giappone (0,328) Malaysia (0,290)
Altri Paesi dell'Asia	Australia (1,301) Polinesia Francese (1,259)
Australia e Oceania	

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Sono ben 56 paesi interessati da nuove acquisizioni di mercato da parte della Regione Emilia-Romagna.

2.1.10 Altri prodotti manifatturieri¹²

La quota degli altri prodotti manifatturieri detenuta dall'Italia sul totale mondiale è pari al 5,6 per cento. Scendendo a livello territoriale sono la Lombardia e Milano a detenere la prima posizione rispettivamente nella graduatoria regionale e provinciale. L'Emilia-Romagna è la quarta regione, così come Modena è la quarta provincia a livello nazionale per quota di mercato detenuta.

Tavola 58. Italia e quote di mercato sul totale degli altri prodotti manifatturieri. Top ten regioni e province per quota di mercato detenuta

Rank	Regione	Quota	Rank	Provincia	Quota
	ITALIA	5,570	1	Milano	0,588
1	Lombardia	1,225	2	Vicenza	0,348
2	Veneto	1,160	3	Treviso	0,242
3	Toscana	0,681	4	Modena	0,216
4	Emilia-Romagna	0,629	5	Torino	0,206
5	Piemonte	0,471	6	Firenze	0,189
6	Marche	0,286	7	Varese	0,170
7	Friuli-Venezia Giulia	0,250	8	Verona	0,162
8	Campania	0,189	9	Bergamo	0,155
9	Lazio	0,166	10	Padova	0,149
10	Puglia	0,144	11	Lucca	0,143

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Sia a livello nazionale che regionale la variazione delle quote di mercato negli anni considerati è negativo. Cinque sono le province dell'Emilia-Romagna che si discostano da tale andamento: Ferrara, Forlì-Cesena, Piacenza, Reggio Emilia e Rimini.

Nel 2005 le province che hanno un'incidenza del settore sul totale dell'export superiore al 30 per cento sono Forlì-Cesena, attribuibile al settore calzaturiero e del mobile, e Modena (piastrelle in ceramica). Ma mentre per Forlì-Cesena l'incidenza è in crescita, Modena registra una diminuzione dell'aggregato formato dagli altri settori manifatturieri.

Tavola 59. Altro manifatturiero per le province dell'Emilia-Romagna. Quote di mercato 2002 e 2005, variazione 2002-2005 delle quote, variazione del valore assoluto export, incidenza del settore sul totale export provinciale e variazione dell'incidenza.

	Quota 2002	Quota 2005	Var.% Quota 02/05	Var.% Export 02/05	Incidenza 2005	Var.% incidenza su tot. 02/05
Italia	6,3068	5,5697	-11,7	-2,3	23,96	-12,3
Emilia-Romagna	0,6768	0,6289	-7,1	3,0	21,74	-12,0
Bologna	0,1465	0,1373	-6,3	3,9	19,04	-13,9
Ferrara	0,0108	0,0119	10,3	22,2	7,42	-8,5
Forlì-Cesena	0,0603	0,0642	6,4	18,0	35,93	5,9
Modena	0,2513	0,2159	-14,1	-4,8	31,48	-13,9
Piacenza	0,0144	0,0167	15,6	28,1	13,57	1,3
Parma	0,0498	0,0456	-8,4	1,6	16,81	-12,1
Ravenna	0,0322	0,0243	-24,5	-16,3	14,96	-27,7
Reggio Emilia	0,0889	0,0899	1,2	12,1	18,05	-5,9
Rimini	0,0226	0,0231	2,4	13,4	25,04	2,5

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Le aree territoriali verso le quali l'Emilia-Romagna detiene le quote di mercato più rilevante sono quelle europee. L'1,02 per cento delle importazioni degli altri prodotti manifatturieri degli altri paesi europei riguarda beni emiliano-romagnoli, percentuale che scende all'1,0 per cento nei paesi dell'Unione europea a 15 e allo 0,92 nei nuovi paesi entrati nell'Unione europea. Le quote di mercato dell'Emilia-Romagna sono nel caso di Grecia, Cipro e Malta.

¹² Il settore "altro manifatturiero" comprende gli altri comparti manifatturieri non compresi nelle altre aggregazioni. Tra questi il comparto ceramico, legno e mobili, carta-editoria, cuoio e calzature.

Tavola 60. Emilia-Romagna e quote di mercato sugli altri prodotti manifatturieri. Top ten aree geografiche e paesi per quota di mercato detenuta

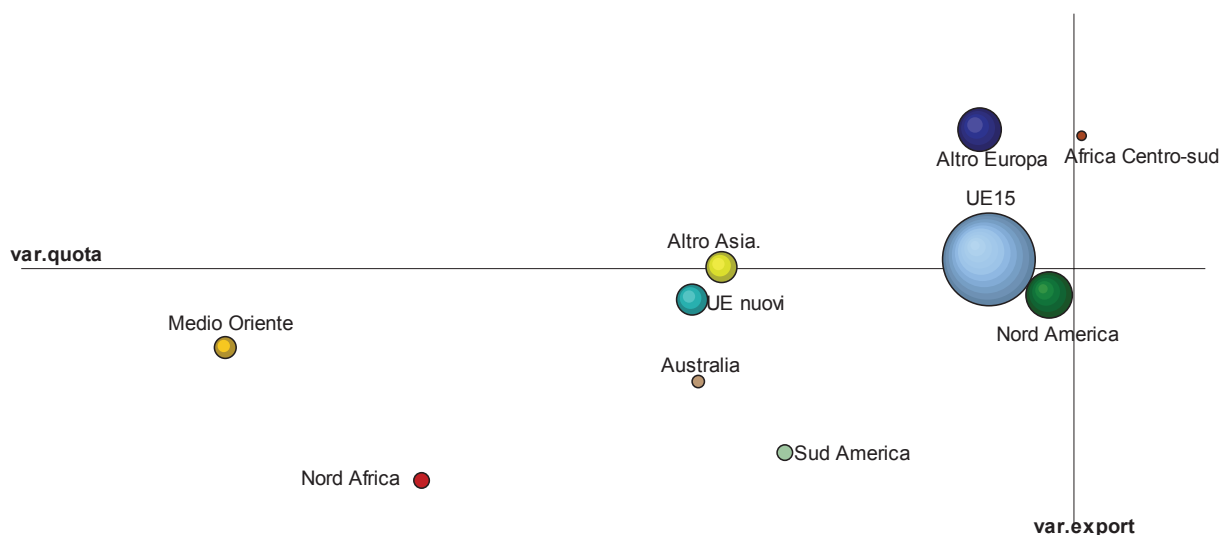
Rank	Regione	Quota	Rank	Paese	Quota
1	Altri Paesi d'Europa	1,015	1	Grecia	3,616
2	Unione Europea a 15	1,000	2	Cipro	3,298
3	Paesi nuovi entrati UE	0,924	3	Malta	2,893
4	Africa Settentrionale e Occidentale	0,754	4	Croazia	2,697
5	Mondo	0,629	5	Senegal	2,518
6	Africa centrale, orientale e meridionale	0,593	6	Albania	2,504
7	Australia e Oceania	0,508	7	Slovenia	2,230
8	America settentrionale	0,423	8	Francia	1,977
9	Vicino e medio oriente	0,279	9	Bahreïn	1,749
10	America centrale e del sud	0,189	10	Bulgaria	1,595
11	Altri Paesi dell'Asia	0,165	11	Spagna	1,476

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Dando uno sguardo a quanto accade in termini di variazioni di quote di mercato nel periodo 2002 – 2005 nel settore degli altri prodotti manifatturieri è possibile notare come l'Emilia-Romagna sia riuscita ad acquisire modeste quote di mercato solo nell'are geografica dell'Africa Centro Meridionale.

Dal lato delle esportazioni sono quattro le aree interessate da valori superiori alla media regionale, in particolare quella degli altri paesi europei. Le esportazioni regionali verso i paesi facenti parte dell'Europa a quindici, pari ad oltre la metà del totale commercializzato, registrano un incremento di poco superiore al quattro per cento, insufficiente per conservare le quote di mercato.

Tavola 61. Altri prodotti manifatturieri. e area geografica. Esportazioni dell'Emilia-Romagna per variazione della quota di mercato (2002-2005) e per variazione dell'export (2002-2005). L'incrocio degli assi cartesiani rappresenta il punto in cui la variazione della quota di mercato è uguale a zero e la variazione del commercio estero è uguale alla media regionale del settore. La dimensione delle bolle è data dall'incidenza dell'export dell'area geografica sul totale mondiale.



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Solo la Lombardia, la Liguria, il Molise e la Calabria riescono ad acquisire nuove quote nel mercato mondiale. A livello di aree geografiche, l'Emilia-Romagna acquisisce quote di mercato nei confronti della sola area dell'Africa centrale, orientale e meridionale con una quota di mercato dello 0,59 per cento.

Sono 25 i Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce quote di mercato. Le quote di acquisizioni più alte sono state riscontrate nell'aree europee ed, in particolare, nel territorio di Cipro (3,3 per cento al quota detenuta), in Albania (2,5 per cento) e in Spagna (1,5 per cento).

Tavola 62. Altri prodotti manifatturieri. Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Regioni che acquisiscono nuove quote di mercato
Mondo	Lombardia (1,225) Liguria (0,074) Molise (0,011) Calabria (0,003)
Unione Europea a 15	Lombardia (1,939) Campania (0,241) Sicilia (0,060) Molise (0,022) Calabria (0,006)
Paesi nuovi entrati UE	Piemonte (0,905) Trentino-Alto Adige (0,138) Molise (0,033) Basilicata (0,032) Valle d'Aosta (0,008)
Altri Paesi d'Europa	Toscana (1,394) Lazio (0,426) Liguria (0,086) Valle d'Aosta (0,020) Molise (0,017) Calabria (0,008) Sardegna (0,007)
Africa Settentrionale e Occidentale	
	ITALIA (4,598) Lombardia (1,568) Emilia-Romagna (0,592) Piemonte (0,316) Liguria (0,132) Friuli-Venezia Giulia (0,123) Umbria (0,017)
Africa centrale, orientale e meridionale	Trentino-Alto Adige (0,017) Sardegna (0,014) Molise (0,002)
America settentrionale	Sardegna (0,003) Valle d'Aosta (0,001) Molise (0,001)
America centrale e del sud	Liguria (0,135) Puglia (0,031) Sicilia (0,015) Umbria (0,010) Sardegna (0,003) Basilicata (0,001) Calabria (0,001) Valle d'Aosta (0,000)
Vicino e medio oriente	Molise (0,003) Valle d'Aosta (0,000)
Altri Paesi dell'Asia	Valle d'Aosta (0,003) Molise (0,001) Calabria (0,001)
Australia e Oceania	Marche (0,159) Liguria (0,149) Puglia (0,108) Lazio (0,077) Abruzzo (0,050) Sicilia (0,006)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Tavola 63. Altri prodotti manifatturieri. Paesi nei quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato. In parentesi quota di mercato 2005

Area geografica	Paesi verso i quali l'Emilia-Romagna acquisisce nuove quote di mercato
Unione Europea a 15	Spagna (1,476) Finlandia (0,776) Danimarca (0,547) Irlanda (0,526)
Paesi nuovi entrati UE	Cipro (3,297)
Altri Paesi d'Europa	Albania (2,503) Svizzera (0,975) Islanda (0,538) Norvegia (0,535)
Africa Settentrionale e Occidentale	Togo (1,015)
Africa centrale, orientale e meridionale	Kenia (0,332) Mozambico (0,294)
America settentrionale	Canada (0,287)
America centrale e del sud	Dominica (0,413) Nicaragua (0,232)
Vicino e medio oriente	Bahrein (1,748) Iran (0,720)
Altri Paesi dell'Asia	Georgia (1,073) Pakistan (0,767) Armenia (0,578) Giappone (0,344) Maldive (0,212)
Australia e Oceania	India (0,165) Malaysia (0,107)
	Nuova Zelanda (0,415)

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat e WTO

Dall'analisi condotta sui singoli macrosettori emerge una mappatura della competitività delle esportazioni emiliano-romagnole estremamente diversificata. Nel periodo preso in esame - dal 2002 al 2005, anni contraddistinti da una sostanziale stagnazione dell'economia regionale - si è registrato un consolidamento delle quote di mercato nei settori che tradizionalmente caratterizzano la produzione manifatturiera dell'Emilia-Romagna, la metalmeccanica e il comparto del tessile-abbigliamento. Comparti considerati maturi e fortemente esposti alla concorrenza dei Paesi a minori costi di produzione. Ma, al tempo stesso, settori che consentono alle imprese che hanno le possibilità e le capacità di specializzarsi e/o di puntare su produzioni che si collocano su una fascia qualitativa più elevata di mantenere e rafforzare la propria posizione sul mercato.

Per una più corretta comprensione delle dinamiche di commercializzazione sui mercati esteri occorre scendere ad un livello di analisi maggiormente dettagliato, considerando un intervallo temporale più ampio e una disaggregazione settoriale più articolata.

Nel prossimo capitolo l'analisi si focalizzerà sulla competitività delle esportazioni italiane rispetto a quella degli altri Paesi dell'Unione europea, con riferimento ad oltre tremila prodotti osservati nell'arco temporale dell'ultimo decennio.

Come si vedrà, lo studio, seppur realizzato a livello nazionale, conduce ad alcune riflessioni con forte valenza nella comprensione della competitività del sistema economico dell'Emilia-Romagna.

2.2 L'importanza delle filiere. Un'analisi delle esportazioni nazionali sul mercato dell'Unione europea¹³

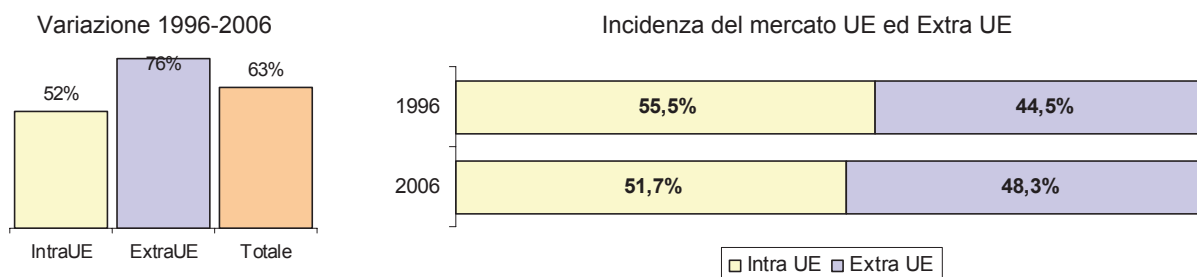
Negli ultimi anni il tema del commercio estero è stato oggetto di numerosi studi ed approfondimenti, la crescente disponibilità di banche dati ha reso possibile analisi sempre più particolareggiate. Questo lavoro intende fornire un ulteriore contributo alla comprensione delle dinamiche commerciali in atto, seguendo un percorso d'analisi originale. La base di partenza è costituita dai dati Eurostat relativi alle importazioni effettuate dall'Unione europea per Paese di provenienza; le elaborazioni sono state realizzate considerando differenti livelli di classificazione¹⁴ per riuscire a cogliere sia gli andamenti macro sia le nicchie di mercato. All'analisi della competitività attuale si è affiancata quella tendenziale: i dati relativi al 2006 sono stati messi a confronto con quelli del 1996. Per omogeneità è stata considerata l'Unione europea formata dai 15 Paesi. Si tratta, dunque, di un'informazione parziale, che tiene conto solo dei flussi commerciali interni all'Unione europea a 15; tuttavia risulta essere particolarmente utile per focalizzare l'attenzione sulla concorrenzialità delle produzioni italiane in un mercato "maturo", animato da una domanda ed un'offerta di beni specifici delle economie avanzate ed all'interno del quale esistono strategie e reti commerciali consolidate¹⁵. Un'area dove la competizione è elevatissima, nella quale per conservare od incrementare le proprie quote di mercato occorre trovare il giusto mix tra qualità e concorrenzialità di prezzo delle proprie produzioni. A tale proposito, con l'obiettivo di individuare chiavi di lettura maggiormente esplicative, oltre al valore delle merci scambiate, sono stati considerate anche le quantità, ben sapendo che la loro significatività diminuisce all'aumentare del livello di aggregazione. Infine, si è scelto di utilizzare come filo conduttore dell'intero lavoro la suddivisione delle merci per contenuto tecnologico¹⁶, classificandole in prodotti con contenuto tecnologico basso o assente (*resource based e low tech*), in prodotti a medio contenuto tecnologico (*medium tech*) e in prodotti ad alto contenuto tecnologico (*high tech*).

2.2.1 Uno sguardo d'insieme

Nel 2006 l'Italia era l'ottavo Paese esportatore al mondo, con una quota del 3,4 per cento delle esportazioni mondiali. Rispetto al 1997 si registra una perdita di un punto percentuale della quota di mercato e di due posizioni nella graduatoria dei Paesi export-leader. Al primo posto la Germania, che ha superato gli Stati Uniti; al terzo, in forte ascesa, la Cina. La dinamica espansiva del commercio cinese la si ritrova anche circoscrivendo l'analisi al mercato dell'Unione Europea.

L'Italia nel 2006 ha esportato verso i 14 Paesi che, per primi, hanno costituito l'Unione europea beni per quasi 170 miliardi di euro, quasi il 52 per cento delle esportazioni complessive. Dieci anni prima la quota era del 55 per cento, una leggera riduzione determinata dalle opportunità offerte dall'apertura di nuovi mercati dell'Europa centro orientale ed extra-europei; complessivamente, nel decennio considerato le esportazioni verso l'Unione europea sono aumentate del 52 per cento, contro una crescita del 76 per cento del mercato extraeuropeo.

Tavola 64. Variazione ed incidenza delle esportazioni italiane per area di destinazione.



Elaborazione CSU su dati Istat

¹³ Questo capitolo è stato realizzato dall'Area studi di Unioncamere Emilia-Romagna in collaborazione con il Centro Studi di Unioncamere italiana e pubblicato nel volume "Rapporto Unioncamere 2007. L'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di commercio"

¹⁴ Nello specifico, è stata utilizzata la classificazione SITC/rev.3 considerando sia i gruppi (259) che le singole posizioni (3.058).

¹⁵ Poiché il focus principale dello studio è la competitività delle merci italiane nei confronti degli altri Paesi, si è scelto di depurare il dato delle importazioni dell'Unione europea a 15 Paesi da quelle italiane.

¹⁶ Per la classificazione delle merci in funzione del contenuto tecnologico è stata seguita la metodologia adottata dalla divisione statistica delle Nazioni Unite.

I tassi di variazione forniscono una visione parziale del commercio con l'estero, per comprendere l'effettiva competitività di un Paese o di un prodotto occorre misurarne la quota di mercato detenuta. Nel 1996 l'Italia era il sesto partner commerciale dell'Unione europea, quasi il sette per cento delle importazioni della UE provenivano dall'Italia. Nel 2006 l'Italia è scesa all'ottavo posto, superata dal Belgio (considerato unitamente al Lussemburgo) e dalla Cina. La quota di mercato è calata al 5,2 per cento, una riduzione di 1,8 punti percentuali, solo Stati Uniti e Francia hanno registrato contrazioni più marcate.

Russia e, soprattutto, Cina sono i Paesi che acquisiscono nuove quote di mercato; nel 1996 quasi due terzi delle importazioni dell'Unione europea provenivano da Paesi membri, nel 2006 la percentuale è scesa al 58 per cento.

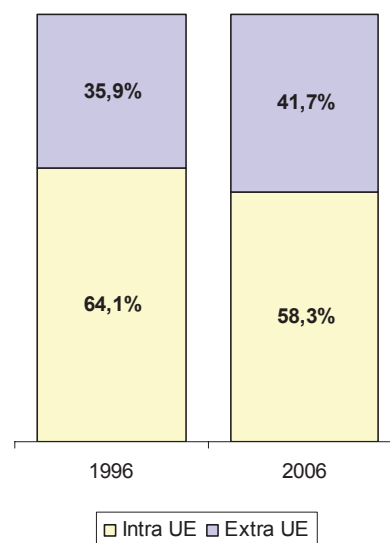
Tavola 65. Totale. I primi 10 Paesi esportatori per quote di mercato mondiale (in valore). Anni 1997 e 2006 a confronto

Rank	Paese	Quota 2006	Quota 1997	Rank	Paese	Quota 2006	Quota 1997
1	Germania	9,2	9,4	6	Paesi Bassi	3,8	3,5
2	Stati Uniti	8,6	12,6	7	Regno Unito	3,7	5,2
3	Cina	8,0	3,3	8	Italia	3,4	4,4
4	Giappone	5,4	7,7	9	Canada	3,2	3,9
5	Francia	4,1	5,3	10	Belgio	3,1	3,6

Elaborazione CSU su dati WTO

Tavola 65bis. Totale. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

	Variazione export UE 1996-2006	Quota sulle importazioni UE		Variazione quota	Quota delle importazioni UE distinte per Provenienza intra-UE e provenienza extra-ue
		2006	1996		
1	Germania	93,65	13,16	14,25	-1,09
2	Paesi Bassi	105,75	7,74	7,89	-0,15
3	Francia	63,04	6,59	8,48	-1,89
4	Belgio-Luss.	124,56	6,56	6,13	0,43
5	Regno Unito	59,66	5,39	7,08	-1,69
6	Stati Uniti	53,26	5,34	7,31	-1,97
7	Cina	498,55	5,33	1,87	3,46
8	Italia	52,44	5,17	6,97	-1,80
9	Spagna	102,92	3,24	3,34	-0,11
10	Russia	351,98	3,12	1,45	1,67
11	Norvegia	174,38	2,47	1,89	0,58
12	Giappone	32,75	2,17	3,44	-1,26
13	Svezia	80,25	2,03	2,36	-0,33
14	Svizzera	58,23	1,92	2,54	-0,62
15	Irlanda	156,69	1,91	1,56	0,35
16	Austria	108,79	1,56	1,57	-0,01
17	Polonia	295,94	1,47	0,78	0,69
18	Rep. Ceca	344,55	1,35	0,64	0,71
19	Danimarca	86,63	1,34	1,50	-0,17
20	Turchia	240,68	1,01	0,62	0,39



Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 66. I primi 5 Paesi esportatori per differenza in punti percentuali delle quote di mercato. Anni 1996 e 2006 a confronto

Paesi che guadagnano quote di mercato		Paesi che perdono quote di mercato	
Paese	differenza quota	Paese	differenza quota
Cina	3,46	Stati Uniti	-1,97
Russia	1,67	Francia	-1,89
Repubblica Ceca	0,71	Italia	-1,80
Polonia	0,69	Regno Unito	-1,69
Norvegia	0,58	Giappone	-1,26

Elaborazione CSU su dati Eurostat

L'affacciarsi di nuovi competitors sul mercato europeo ha avuto un differente impatto sui Paesi ma anche sulle singole merci. In Italia nell'ultimo decennio la metà delle oltre tremila tipologie di prodotti esportati

(secondo la classificazione internazionale SITC) ha subito una flessione delle quote di mercato, l'undici per cento dei beni commercializzati nella UE ha perso oltre due terzi della quota detenuta nel 1996. D'altro canto, ciò significa che per oltre mille prodotti la quota di mercato è aumentata e per più di 500 di essi la crescita è stata superiore ai due terzi della frazione iniziale¹⁷.

Tavola 67. Distribuzione dei prodotti per Paese e per variazione della quota di mercato.

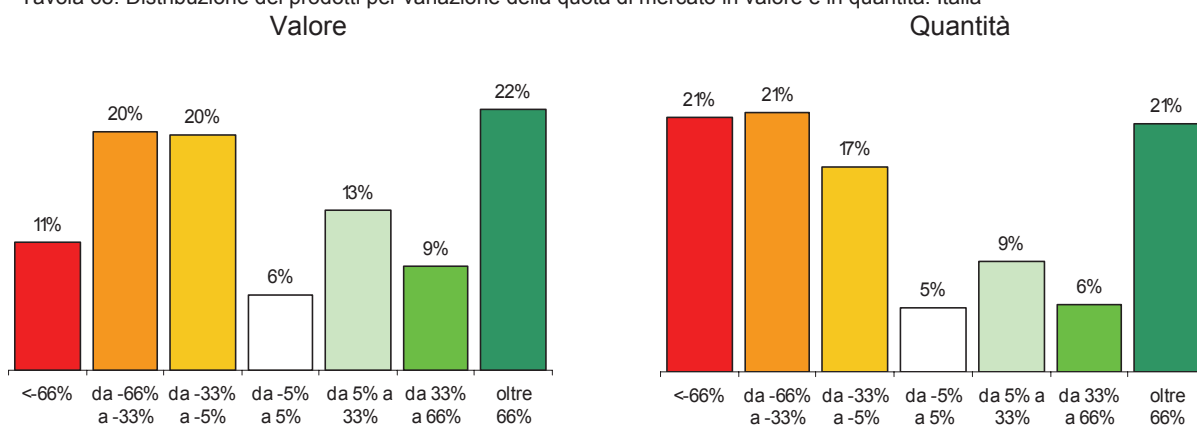
	Flessione			Stazionarietà	Crescita		
	Forte	Media	Debole		Debole	Media	Forte
Italia	10,6%	19,8%	19,6%	6,3%	13,3%	8,6%	21,7%
Germania	5,4%	17,7%	27,8%	9,2%	16,5%	8,8%	14,7%
Francia	13,9%	24,6%	20,2%	5,8%	11,3%	6,9%	17,3%
Spagna	10,1%	13,1%	13,0%	5,3%	11,6%	9,9%	36,9%
Cina	2,8%	2,3%	2,4%	3,0%	5,0%	5,0%	79,5%

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Può essere interessante confrontare il dato dell'Italia con quello di due Paesi leader nel commercio con l'estero, Germania e Francia, con la Spagna - in quanto economia europea in forte crescita nel periodo considerato - e con la Cina. La Germania evidenzia una maggior stabilità, con variazioni di quote, sia negative che positive, di modesta entità. La Francia presenta una netta prevalenza di merci che perdono quote di mercato, in alcuni casi anche in misura considerevole. La Spagna, viceversa, mostra quasi il 60 per cento delle proprie produzioni in crescita: occorre sottolineare che, partendo da livelli iniziali modesti, incrementare la propria presenza sul mercato è sicuramente più agevole. Tuttavia, complessivamente, la Spagna non aumenta la propria quota di mercato totale, indice di una crescita delle produzioni meno rilevanti per l'economia spagnola, a fronte di una riduzione o di una stazionarietà di quelle maggiormente incidenti.

Quasi il novanta per cento delle merci cinesi rafforzano la propria posizione sul mercato, l'ottanta per cento di esse cresce in misura sostenuta. In pochi anni, per molte produzioni la Cina è diventato il principale partner europeo, "obbligando" l'Italia e le altre economie avanzate a ripensare profondamente le proprie strategie produttive e commerciali.

Tavola 68. Distribuzione dei prodotti per variazione della quota di mercato in valore e in quantità. Italia



Elaborazione CSU su dati Eurostat

Parte di queste trasformazioni possono essere lette anche attraverso i dati del commercio estero, mettendo a confronto il valore delle esportazioni con le relative quantità. Se, in termini di valore, la quota di mercato si riduce per la metà delle produzioni, in termini di quantità la contrazione coinvolge il sessanta per cento dei beni; il dato deve essere letto ed esaminato con le dovute cautele, ma sembra indicare che la concorrenzialità delle merci italiane si gioca sempre più sulla qualità e meno sulla quantità. È, con ogni evidenza, un'affermazione di carattere generale che ha valenza per il commercio estero nel suo complesso, ma che, per alcune tipologie produttive, può presentare dinamiche differenti. Per una maggior comprensione occorre focalizzare l'analisi sulle singole produzioni; la loro suddivisione per contenuto tecnologico può costituire una valida chiave interpretativa.

¹⁷ In questa elaborazione per forte flessione si intende una diminuzione della quota di mercato superiore al -66%; per media flessione una variazione compresa tra -66% e -33%; debole flessione tra -33 per cento e -5%; stazionarietà tra -5% e 5%; debole crescita tra 5% e 33%; media crescita tra 33% e 66%; forte crescita oltre il 66%

2.2.2 I gruppi merceologici resource based e low tech

L'Italia è il quinto partner commerciale dell'Unione europea per quanto concerne i prodotti caratterizzati da un contenuto tecnologico basso o assente; dieci anni prima occupava la seconda posizione. Una perdita di quote di mercato di 2,6 punti percentuali, che riflette una minor dinamica delle esportazioni italiane rispetto a produzioni a maggior contenuto tecnologico. Complessivamente le esportazioni italiane di prodotti low tech verso i partner europei sono aumentate del 47,8 per cento; tra i 20 principali Paesi esportatori solo la Svizzera presenta un saggio di incremento inferiore. L'incremento modesto sul mercato europeo è stato solo parzialmente compensato dalla crescita del mercato extra-Ue, verso il quale le esportazioni, nei dieci anni di riferimento, sono aumentate del 76 per cento.

Nella commercializzazione di produzioni a bassa tecnologia vi è una sostanziale perdita di quote di mercato, oltre che dell'Italia, della Germania, della Francia, del Regno Unito e degli Stati Uniti; tengono il Belgio, la Spagna e l'Irlanda, crescono in misura considerevole Cina e Russia. È interessante osservare come nel 1996 quasi due terzi delle esportazioni cinesi verso l'Unione europea fosse costituito da prodotti resource based o low tech, nel 2006 tale percentuale si è ridotta di oltre 20 punti, ad indicare una forte presenza della concorrenza cinese in produzioni a maggior tecnologia.

Tavola 69. Gruppi Resource Based e low tech. Variazione ed incidenza delle esportazioni italiane per area di destinazione

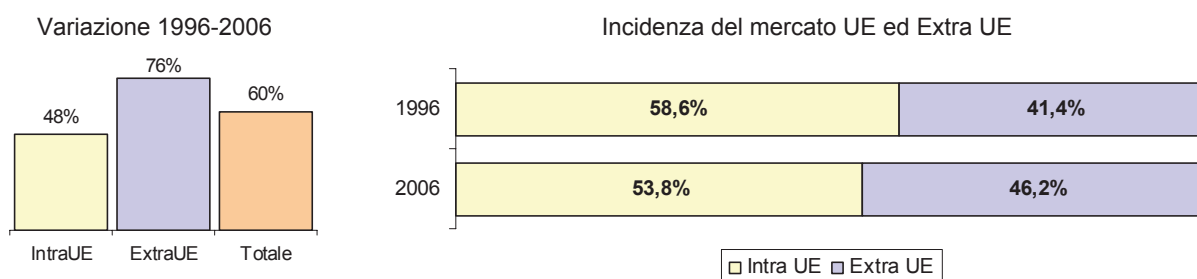


Tavola 70. Gruppi Resource Based e low tech. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

	Variaz. Quantità		Quota sulle importazioni UE - valore			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE - valore		
	1996-2006	Variaz. valore 1996-2006	2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Germania	32,29	88,59	9,98	11,43	-1,45	31,91	32,53	-0,62
2 Paesi Bassi	18,80	103,34	7,27	7,73	-0,46	48,55	47,84	0,71
3 Belgio-Luss.	39,18	114,43	6,20	6,25	-0,05	43,49	43,83	-0,34
4 Cina	614,85	319,61	5,90	3,04	2,86	44,65	64,52	-19,86
5 Italia	41,58	47,83	5,66	8,27	-2,61	45,09	48,11	-3,01
6 Francia	30,90	62,26	5,61	7,47	-1,86	37,16	37,63	-0,46
7 Regno Unito	25,00	58,82	4,33	5,89	-1,56	38,48	36,59	1,89
8 Spagna	36,62	116,97	2,74	2,73	0,01	37,51	35,27	2,23
9 Stati Uniti	8,96	52,89	2,66	3,76	-1,10	22,06	23,63	-1,58
10 Russia	108,56	293,36	2,59	1,42	1,17	90,02	85,11	4,91
11 Svezia	12,56	64,34	2,12	2,79	-0,67	42,61	46,21	-3,60
12 Irlanda	49,02	118,26	1,95	1,93	0,02	42,26	51,42	-9,16
13 Svizzera	8,06	35,65	1,67	2,66	-0,99	34,82	40,62	-5,80
14 Polonia	15,06	174,06	1,61	1,27	0,34	47,97	69,65	-21,68
15 Austria	69,05	112,46	1,53	1,55	-0,03	41,82	40,52	1,30
16 Finlandia	38,42	77,22	1,48	1,80	-0,32	60,43	64,97	-4,54
17 Danimarca	14,78	54,56	1,30	1,82	-0,52	49,51	55,96	-6,45
18 Turchia	114,16	173,98	1,30	1,02	0,27	53,50	73,24	-19,74
19 India	118,42	151,39	1,09	0,94	0,15	78,29	82,53	-4,24
20 Norvegia	25,69	94,62	1,09	1,21	-0,12	65,39	59,08	6,31

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Il rapporto tra valore delle esportazioni e quantità fornisce il valore export per 100 kg di prodotto. Si tratta, evidentemente, di un indicatore grezzo che accomuna beni estremamente differenti, però fornisce alcuni spunti di riflessione che meritano di essere sottolineati. Il valore unitario dei beni esportati dall'Italia è mediamente più elevato rispetto a quello dei principali competitors, mentre il tasso di crescita nel decennio preso in esame è stato uno dei più bassi se si esclude la Cina. Una crescita in termini quantitativi che presenta un valore analogo a quella in valore, a differenza degli altri Paesi europei dove il valore dei beni esportati aumenta in misura significativamente superiore alle quantità.

Il principale gruppo merceologico low tech per l'Italia è costituito da "manufatti in metalli comuni", al cui interno si trovano i prodotti in metallo e ferro, fibbie, fermagli, catene, produzioni per le quali Germania ed Italia sono leader, anche se la concorrenza cinese e dei Paesi dell'est europeo comincia ad essere pressante; in particolare la Germania ha perso oltre 10 punti percentuali, guadagnati da Cina, Paesi Bassi, Polonia e Repubblica Ceca.

Tavola 70bis. Gruppi Resource Based e low tech. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

	Valore per 100kg di prodotti			Valore per 100kg di prodotti			
	2006	1996	Var.	2006	1996	Var.	
1 Germania	121,94	85,54	42,6%	11 Svezia	97,01	66,44	46,0%
2 Paesi Bassi	97,77	57,12	71,2%	12 Irlanda	368,78	251,79	46,5%
3 Belgio-Luss.	111,40	72,30	54,1%	13 Svizzera	256,43	204,28	25,5%
4 Cina	243,25	414,40	-41,3%	14 Polonia	143,44	60,22	138,2%
5 Italia	168,83	161,69	4,4%	15 Austria	188,01	149,59	25,7%
6 Francia	125,84	101,51	24,0%	16 Finlandia	83,05	64,87	28,0%
7 Regno Unito	134,86	106,13	27,1%	17 Danimarca	173,55	128,89	34,7%
8 Spagna	149,38	94,06	58,8%	18 Turchia	172,67	134,97	27,9%
9 Stati Uniti	155,31	110,68	40,3%	19 India	224,98	195,47	15,1%
10 Russia	46,67	24,75	88,6%	20 Norvegia	80,44	51,95	54,8%

Elaborazione CSU su dati Eurostat

L'Italia, relativamente al gruppo costituito da "mobili, articoli da letto, materassi, cuscini e articoli similari imbottiti" negli ultimi dieci anni ha visto ridursi la propria quota di mercato europeo di oltre sette punti percentuali, nello stesso periodo le importazioni di questo gruppo merceologico dalla Cina sono aumentate di 12 punti percentuali, diventando così il principale partner dell'Unione europea.

Una dinamica analoga si riscontra nel settore delle "calzature": nel 1996 l'Italia deteneva il 26 per cento del mercato, la Cina l'8 per cento. Nel 2006 la quota italiana è scesa al 14 per cento, quella cinese è salita al 21 per cento. È interessante rilevare che in termini non di valore ma quantitativi le calzature cinesi rappresentano quasi la metà dell'intero mercato, il 46 per cento, quelle italiane solamente il 6 per cento. Una differenza così ampia sembra indicare un notevole gap qualitativo tra le produzioni provenienti dai due Paesi. L'analisi sui singoli prodotti conferma che su produzioni di qualità l'Italia ha mantenuto o addirittura aumentato le proprie quote di mercato, come nelle "scarpe tecniche resistenti all'acqua" (dal 15 per cento del 1996 al 18 per cento del 2006), mentre in produzioni connotate da una minor qualità la flessione è stata superiore ai venti punti percentuali. Da rilevare il dato sugli "scarponi da sci": nel 1996 l'Italia deteneva il 53 per cento del mercato, quota scesa al 27 per cento nel 2006; gli oltre 20 punti percentuali persi dall'Italia sono stati assorbiti dalla Romania, ad indicare come i processi di delocalizzazione devono essere attentamente letti e valutati nell'analisi dei flussi commerciali.

Tavola 71. Gruppi Resource Based e low tech. I primi 10 gruppi esportati per quota sull'export nazionale

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Manufatti in metalli comuni, n.c.a.	147,82	11,19	12,30	-1,11	3,22	2,02	1,20
2 Mobili e loro parti; articoli da letto, materassi, cuscini e articoli simili imbottiti	29,08	12,37	19,68	-7,31	2,72	3,27	-0,55
3 Calzature	-10,88	13,88	26,16	-12,28	1,96	3,42	-1,46
4 Oli di petrolio o di minerali bituminosi (escl. quelli greggi); preparazioni, n.c.a	373,00	3,21	2,85	0,36	1,95	0,64	1,31
5 Tubi, canne, profilati cavi e accessori di tubatura, in ghisa, ferro o acciaio	107,24	19,58	18,32	1,25	1,59	1,19	0,40
6 Barre e profilati in ferro o in acciaio (incl. le palancole)	101,20	12,31	15,25	-2,94	1,38	1,07	0,32
7 Lavori, n.c.a., in materie plastiche	56,98	8,15	9,67	-1,52	1,38	1,37	0,02
8 Bevande alcoliche	43,71	11,89	13,73	-1,83	1,26	1,37	-0,10
9 Vestiti in materie tessili, anche a maglia, n.c.a.	-13,75	5,82	12,70	-6,88	1,22	2,20	-0,98
10 Materiale da costruzione in argilla e materiale da costruzione refrattario	12,73	37,11	43,09	-5,98	1,11	1,53	-0,42

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Se le produzioni italiane a basso contenuto tecnologico sembrano, complessivamente risentire fortemente della concorrenza estera e, soprattutto, cinese, vi sono produzioni che nel decennio di riferimento hanno guadagnato significative quote di mercato. In particolare il gruppo "armi e munizioni" ha raddoppiato la propria incidenza nel mercato europeo; in crescita anche alcuni comparti del sistema moda e dell'agro-alimentare.

Tavola 72. Gruppi Resource Based e low tech. I 5 gruppi in crescita per quota detenuta sul mercato UE

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Armi e munizioni	58,92	17,45	8,55	8,90	0,11	0,11	0,00
2 Tessuti di cotone (escl. i tessuti poco larghi e quelli speciali)	11,38	24,29	16,25	8,04	0,49	0,68	-0,19
3 Pellicce conciata o apprettate (incl. teste, code, zampe ed altri pezzi, cascami e ritagli), non assemblate o assemblate (senza aggiunta di altre materie)	10,14	14,90	10,81	4,09	0,03	0,05	-0,01
4 Carni e frattaglie commestibili, salate o in salamoia, seccate o affumicate; farine e polveri commestibili di carni o frattaglie	75,03	16,12	12,32	3,80	0,18	0,16	0,02
5 Semole e farine di frumento e di segale	146,76	6,28	3,42	2,86	0,02	0,01	0,01

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tra le merci in maggior flessione gli "accessori per abbigliamento in materie tessili", "articoli di bigiotterie e di oreficeria", "calzature", "calce, cemento e materiale da costruzione" e "ceramica". In tutti i casi larga parte delle quote perse sono state acquisite dalle esportazioni cinesi.

Tavola 73. Gruppi Resource Based e low tech. I 5 gruppi in flessione per quota detenuta sul mercato UE

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Accessori per abbigliamento in materie tessili, anche a maglia (escl.quelli per bebe')	-21,92	16,20	30,96	-14,76	0,52	1,04	-0,52
2 Articoli di bigiotterie e di oreficeria, ed altri lavori in materie preziose o semipreziose, n.c.a.	-7,94	11,57	25,37	-13,80	0,54	0,92	-0,37
3 Calzature	-10,88	13,88	26,16	-12,28	1,96	3,42	-1,46
4 Calce, cemento e materiale da costruzione (escl. argilla e vetro)	-8,62	10,50	19,98	-9,47	0,32	0,54	-0,22
5 Ceramica	-60,56	3,48	10,82	-7,34	0,04	0,17	-0,13

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Quasi il novanta per cento delle esportazioni cinesi hanno guadagnato quote di mercato, la metà di quelle italiane ne hanno perse, così come quasi il 60 per cento di quelle francesi. Quasi un quarto delle tipologie produttive italiane incrementa sensibilmente la propria quota di mercato, ad indicare che anche nei beni low tech si può essere competitivi.

Tavola 74 Distribuzione dei prodotti per Paese e per variazione della quota di mercato.

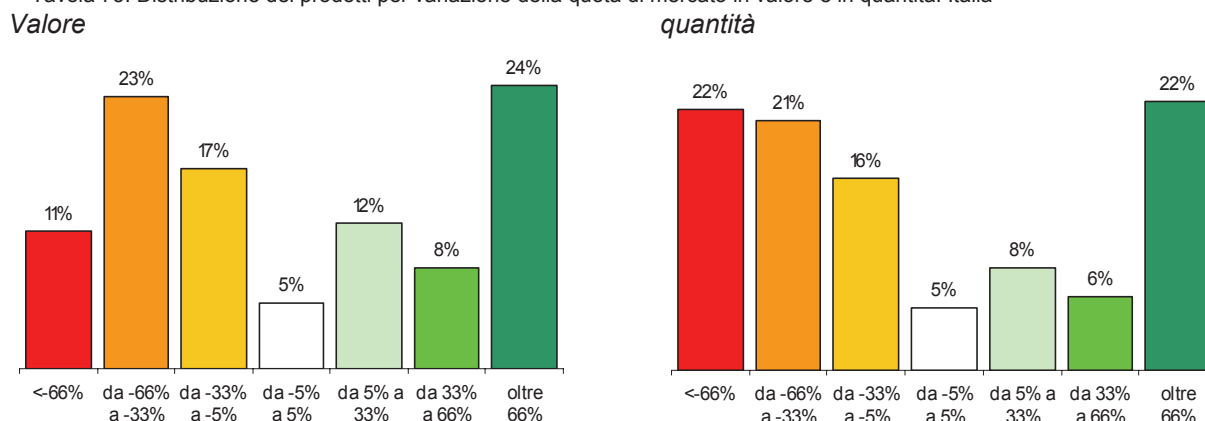
	Flessione				Crescita			
	Forte	Media	Debole	Stazionarietà	Debole	Media	Forte	
Italia	11,4%	22,6%	16,6%	5,4%	12,1%	8,4%	23,5%	
Germania	5,5%	17,6%	25,1%	9,5%	16,2%	8,8%	17,1%	
Francia	13,3%	25,0%	20,7%	6,0%	11,7%	6,8%	16,4%	
Spagna	9,5%	13,5%	12,2%	5,4%	12,0%	9,7%	37,8%	
Cina	3,8%	2,5%	2,8%	3,5%	5,8%	6,1%	75,5%	

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Utilizzando il massimo dettaglio di classificazione è possibile individuare le nicchie di mercato, cioè quelle produzioni per le quali l'Italia detiene una quota di mercato superiore al 50 per cento.

Le nicchie sono rappresentate principalmente da particolari lavorazioni della pelle e del cotone; quasi tre quarti del mercato della pasta è controllato dall'Italia.

Tavola 75. Distribuzione dei prodotti per variazione della quota di mercato in valore e in quantità. Italia



Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 76 Gruppi Resource Based e low tech. Le nicchie di mercato

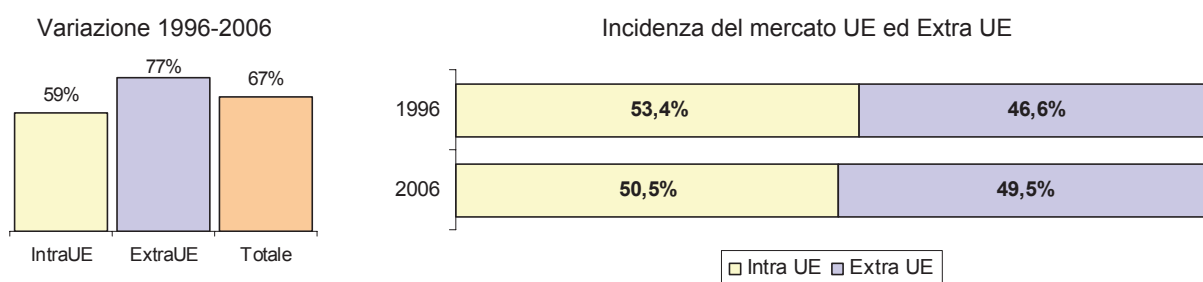
	VALORI					QUANTITA'		
	Quota sulle importazioni					Quota sulle importazioni		
	Variaz. 96-06	2006	1996	Variaz. quota	Variaz. 96-06	2006	1996	Variaz. quota
Pelle verniciata e pelle laminata e verniciata, pelle metallizzata	-55,66	79,79	82,74	-2,94	-66,86	70,37	74,12	-3,75
Pomodori lavorati o conservati non con l'utilizzo di aceto e acido acetico, interi o a pezzi	21,35	77,11	84,01	-6,91	21,52	77,19	82,84	-5,65
Pasta e prodotti similari (non cotta, non ripiena o altrimenti preparata)	35,83	74,24	77,44	-3,19	58,72	81,00	79,69	1,32
Tessuto di cotone stampato, peso non oltre i 200 grammi per metro quadro	271,29	69,26	39,16	30,10	-86,29	13,09	35,26	-22,16
Tessuto di cotone di filati di differente colore, peso non oltre 200 grammi per metro quadro	186,79	67,57	48,89	18,69	-3,62	52,74	34,27	18,47
Pavimentazioni, materiale per lastricare e piastrelle non smaltate a vetro; cubetti per mosaico e simili di ceramica non smaltati a vetro ottenuti o meno da essiccazione al forno	139,50	67,38	65,84	1,54	-6,63	55,10	64,04	-8,95
Tessuto di cotone di differenti colori, peso oltre i 200 grammi per metro quadro	268,37	66,80	36,69	30,10	89,15	42,31	25,85	16,46
Tessuto di cotone sbiancati, peso oltre i 200 grammi per metro quadro	4.480,2	62,94	4,53	58,41	4.525,0	56,75	2,12	54,63
Tessuto di cotone tinto, peso non oltre i 200 g/m2	201,29	62,26	41,35	20,92	16,47	30,85	25,09	5,76
Filato di lana o di pelo fine di animale, contenente meno dell'85% in peso di lana o di pelo fine di animale, pronto per la vendita al dettaglio	447,68	61,36	15,44	45,92	448,72	51,89	11,64	40,25
Aceto e sostituti dell'aceto ottenuti dall'acido acetico	281,33	61,23	38,62	22,61	109,93	40,93	14,96	25,97
Tessuto di cotone tinto, peso oltre i 200 g/m2	338,15	54,34	25,03	29,32	305,10	42,10	17,19	24,91
Filato contenente l'85% o più in peso di lana o pelo fine di animale, pronto per la vendita al dettaglio	95,90	53,27	23,37	29,90	48,43	37,31	17,98	19,33
Altra pelle bovina o equina, essiccata o lavorata dopo la concia	-6,58	53,13	48,07	5,06	-33,88	44,72	43,62	1,10
Filati di pelo fine di animale (cardato o pettinato), non pronto per la vendita al dettaglio	20,60	52,05	33,78	18,27	-30,70	28,58	21,02	7,56

Elaborazione CSU su dati Eurostat

2.2.3 I gruppi merceologici medium tech

Le produzioni con un livello medio di contenuto tecnologico costituiscono il 43,8 per cento delle esportazioni nazionali dirette nel mercato europeo, incidenza in crescita rispetto a dieci anni prima. Rispetto a quanto visto per le produzioni low tech, quelle medium tech risentono ancora in misura minore della concorrenza delle economie asiatiche e dell'Est Europa, anche se si sta registrando una progressiva perdita di quote di mercato a favore delle nuove economie. Nel 2006 il 7,4 per cento delle importazioni dell'Unione europea di prodotti medium tech provenivano dall'Italia, rispetto all'8,4 per cento del 1996. Un calo di oltre un punto percentuale che caratterizza anche gli altri Paesi leader nelle esportazioni di questa tipologia di produzioni, Germania e Francia.

Tavola 77. Gruppi medium tech. Variazione ed incidenza delle esportazioni italiane per area di destinazione



Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 78. Gruppi Medium Tech. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

	Variaz. quantità	Variaz. valore	Quota sulle importazioni UE- valore		Variaz. quota	Quota sulle esportazioni del Paese verso UE-valore		Variaz. quota
			2006	1996		2006	1996	
1 Germania	33,16	78,37	20,13	21,20	-1,06	47,80	51,53	-3,72
2 Francia	42,36	60,37	8,99	10,52	-1,54	44,21	45,29	-1,08
3 Italia	36,76	59,11	7,40	8,44	-1,04	43,82	41,96	1,86
4 Belgio-Luss.	16,34	75,09	7,30	7,83	-0,53	37,99	46,90	-8,90
5 Stati Uniti	31,70	63,49	6,17	7,09	-0,92	37,98	38,06	-0,08
6 Regno Unito	-12,07	43,07	5,34	7,00	-1,67	35,20	37,15	-1,96
7 Paesi Bassi	11,31	71,95	5,26	5,75	-0,49	26,07	30,38	-4,31
8 Spagna	23,13	81,83	4,79	4,95	-0,16	48,69	54,65	-5,96
9 Giappone	58,18	38,40	4,13	5,61	-1,48	57,28	53,67	3,61
10 Cina	486,37	467,80	3,26	1,08	2,18	18,28	19,52	-1,24
11 Svezia	69,45	93,00	2,71	2,64	0,07	40,48	37,38	3,10
12 Svizzera	24,12	45,21	2,29	2,96	-0,67	35,42	38,61	-3,18
13 Austria	54,97	94,82	2,21	2,13	0,08	44,91	47,46	-2,55
14 Rep. Ceca	73,71	443,43	2,05	0,71	1,34	48,84	38,96	9,88
15 Polonia	86,22	540,28	1,77	0,52	1,25	39,18	24,35	14,83
16 Corea	343,55	277,29	1,54	0,76	0,77	44,82	36,23	8,59
17 Ungheria	124,29	327,05	1,48	0,65	0,83	46,08	41,04	5,04
18 Turchia	586,50	856,28	1,22	0,24	0,98	37,38	14,66	22,72
19 Portogallo	72,03	53,95	0,86	1,04	-0,19	33,27	35,94	-2,67
20 Danimarca	46,71	58,75	0,84	1,00	-0,15	23,87	26,27	-2,40

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Contrariamente a quanto visto per i beni low tech, le variazioni in termini quantitativi e il valore unitario per quantità di bene risulta essere in linea con quello degli altri Paesi europei.

Il settore automobilistico e il comparto che produce componenti per autovetture costituiscono la filiera caratterizzante l'industria italiana medium tech. Il 4,25 per cento dell'export nazionale è ascrivibile alla commercializzazione di "parti, pezzi staccati ed accessori degli autoveicoli", in crescita sia nell'incidenza delle esportazioni italiane, sia come quota di mercato detenuta all'interno dell'Unione europea. In termini di quote di mercato l'Italia è preceduta da Germania e Francia, ma è importante sottolineare che queste, alla pari delle altre nazioni dell'Europa occidentale e contrariamente all'Italia, stanno perdendo quote di mercato a favore dei Paesi dell'est Europa, in particolare Repubblica Ceca, Polonia ed Ungheria. Il dato potrebbe significare un processo delocalizzativo attuato dalle economie avanzate verso l'Europa orientale, un fenomeno che in Italia, per quanto attiene il settore automobilistico, si sta manifestando in misura molto più contenuta.

Tavola 78bis. Gruppi Medium tech. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

		Valore per 100kg di prodotti			Valore per 100kg di prodotti				
		2006	1996	Var.			2006	1996	Var.
1	Germania	510,38	381,00	34,0%	11	Svezia	476,08	417,98	13,9%
2	Francia	398,14	353,42	12,7%	12	Svizzera	906,05	774,50	17,0%
3	Italia	491,38	408,00	20,4%	13	Austria	520,91	414,36	25,7%
4	Belgio-Luss.	301,48	200,33	50,5%	14	Rep. Ceca	499,48	159,65	212,8%
5	Stati Uniti	921,58	742,39	24,1%	15	Polonia	330,19	96,03	243,8%
6	Regno Unito	463,25	284,69	62,7%	16	Corea	488,22	573,96	-14,9%
7	Paesi Bassi	236,95	153,39	54,5%	17	Ungheria	738,18	387,71	90,4%
8	Spagna	520,17	352,24	47,7%	18	Turchia	427,03	306,56	39,3%
9	Giappone	987,03	1.128,04	-12,5%	19	Portogallo	388,49	434,13	-10,5%
10	Cina	395,34	408,27	-3,2%	20	Danimarca	486,94	450,01	8,2%

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Nel gruppo delle "vetture da turismo ed altre automobili per il trasporto di persone", l'Italia risulta essere l'ottava esportatrice verso l'Unione europea, preceduta da Germania, Francia, Belgio, Spagna, Giappone, Regno Unito e Corea. Tra questi Paesi solo Germania e Corea guadagnano quote di mercato, le altre presentano flessioni nell'ordine di uno-due punti percentuali.

Risulta, invece, in forte flessione il comparto "delle macchine ed apparecchi elettrici e non ad uso domestico", oltre sette punti percentuali in meno nel decennio preso in esame. Nel 1996 l'Italia era il principale Paese esportatore verso l'UE con una quota di mercato che sfiorava il 23 per cento, nel 2006 è scesa al terzo posto, preceduto dalla Cina, che ha guadagnato oltre 13 punti percentuali, e dalla Germania.

Tavola 79. Gruppi Medium tech. I primi 10 gruppi esportati per quota sull'export nazionale

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Parti, pezzi staccati ed accessori degli autoveicoli	91,02	8,01	8,00	0,01	4,25	3,46	0,80
2 Vetture da turismo ed altre automobili usate principalmente per il trasporto di persone (escl. quelle per il trasporto in comune), incl. le vetture del tipo break e le vetture da corsa	24,61	3,46	5,64	-2,17	3,54	4,41	-0,87
3 Macchine ed apparecchi, elettrici e non, ad uso domestico, n.c.a.	22,44	15,26	22,76	-7,49	2,04	2,59	-0,55
4 Autoveicoli per il trasporto di merci ed autoveicoli per usi speciali	117,36	10,45	9,34	1,11	1,74	1,24	0,50
5 Macchine ed apparecchi per riscaldamento e refrigerazione e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	68,85	15,00	16,32	-1,33	1,69	1,55	0,14
6 Placche, lamine, bande, nastri e pellicole in materie plastiche	77,22	15,04	14,54	0,50	1,67	1,46	0,21
7 Altre macchine ed apparecchi specializzati per industrie particolari; loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	34,51	12,87	14,66	-1,79	1,37	1,58	-0,21
8 Motori a scoppio o a combustione interna, a pistoni e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	118,63	5,69	5,57	0,12	1,30	0,92	0,38
9 Articoli da rubinetteria e meccanismi simili per tubature, caldaie, serbatoi o contenitori simili (incl. riduttori di pressione e valvole termostatiche)	69,83	16,23	18,81	-2,58	1,28	1,17	0,11
10 Pompe (escl. le pompe per liquidi), compressori d'aria o altri gas e ventilatori; cappe aspiranti a estrazione o riciclaggio, con ventilatore incorporato, anche filtranti; centrifughe; apparecchi per il filtro o l'epurazione; loro parti e pezzi staccati	55,31	9,98	13,07	-3,10	1,21	1,21	0,00

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tra i prodotti che hanno saputo conquistare nuove quote di mercato spicca il gruppo merceologico delle "pellicole cinematografiche", che ha incrementato la propria presenza sul mercato europeo di quasi 43 punti percentuali, frazioni detenute precedentemente da Stati Uniti e, soprattutto, Regno Unito. Si tratta di una produzione in parte superata dalla tecnologia digitale, che tuttavia conserva un mercato di nicchia, come dimostra l'incremento delle esportazioni di oltre il 400 per cento. Nel 2006 oltre il 57 per cento delle pellicole cinematografiche commercializzate nell'Unione europea erano di produzione italiana. In forte crescita anche "gli additivi preparati per oli minerali e similari", "le caldaie a vapore", "le macchine ed apparecchi per la lavorazione dei metalli", "le macchine per la fabbricazione della carta".

Tavola 80. Gruppi Medium tech. I 5 gruppi in crescita per quota detenuta sul mercato UE

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Pellicole cinematografiche, impressionate e sviluppate, con o senza la registrazione del suono o con la sola registrazione del suono	425,44	57,10	14,44	42,65	0,03	0,01	0,02
2 Additivi preparati per oli minerali e similari; liquidi preparati per trasmissioni idrauliche; preparazioni antigelo e liquidi preparati per sbrinamento; preparazioni lubrificanti	219,17	8,85	4,98	3,87	0,20	0,10	0,11
3 Caldaie a vapore (generatori di vapore), caldaie dette ad acqua surriscaldata e loro apparecchi ausiliari; loro parti e pezzi staccati	117,65	8,61	4,87	3,74	0,03	0,02	0,01
4 Macchine ed apparecchi per la lavorazione dei metalli (escl. le macchine-utensili) e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	73,84	16,65	13,43	3,22	0,30	0,27	0,03
5 Macchine ed apparecchi per la fabbricazione della pasta di carta e della carta, tagliatrici ed altri apparecchi per la fabbricazione di articoli di carta; loro parti e pezzi staccati	29,59	13,62	10,86	2,76	0,19	0,23	-0,04

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Il comparto che ha registrato la flessione più significativa è quello delle "apparecchiature di illuminazione", con una perdita di quota solo di poco inferiore agli 8 punti percentuali. Ancora una volta la flessione dell'export italiano è da attribuire all'entrata sul mercato delle produzioni cinesi che, con un aumento della quota superiore ai 20 punti percentuali, controllano oltre un terzo dell'intero mercato di apparecchiature di illuminazione.

In calo anche il settore dei "motocicli", una flessione di quasi sei punti percentuali; nonostante la riduzione l'Italia si conferma il secondo esportatore di motocicli in Europa con una quota del 14 per cento, al primo posto si colloca il Giappone (con una quota del 19,5 per cento), che ha registrato una flessione di quasi 9 punti percentuali. In crescita, tra i principali esportatori, Germania, Belgio e Cina.

L'Italia è seconda anche per commercializzazione di "trattori", preceduta dalla Germania. Ma, mentre il mercato tedesco risulta essere in crescita, quello italiano registra una sensibile contrazione.

Tavola 81. Gruppi Medium tech. I 5 gruppi in flessione per quota detenuta sul mercato UE

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Apparecchiature d'illuminazione, n.c.a.	12,78	10,27	18,07	-7,80	0,44	0,61	-0,17
2 Macchine ed apparecchi, elettrici e non, ad uso domestico, n.c.a.	22,44	15,26	22,76	-7,49	2,04	2,59	-0,55
3 Motocicli (incl. i ciclomotori) e cicli, con o senza motore; poltrone a rotelle e altri veicoli per invalidi	26,19	14,18	20,05	-5,87	0,94	1,15	-0,22
4 Trattori (escl. quelli delle posizioni 744.14 e 744.15)	1,51	13,81	17,31	-3,50	0,36	0,54	-0,19
5 Pompe (escl. le pompe per liquidi), compressori d'aria o altri gas e ventilatori; cappe aspiranti a estrazione o riciclaggio, con ventilatore incorporato, anche filtranti; centrifughe; apparecchi per il filtro o l'epurazione; loro parti e pezzi staccati	55,31	9,98	13,07	-3,10	1,21	1,21	0,00

Elaborazione CSU su dati Eurostat

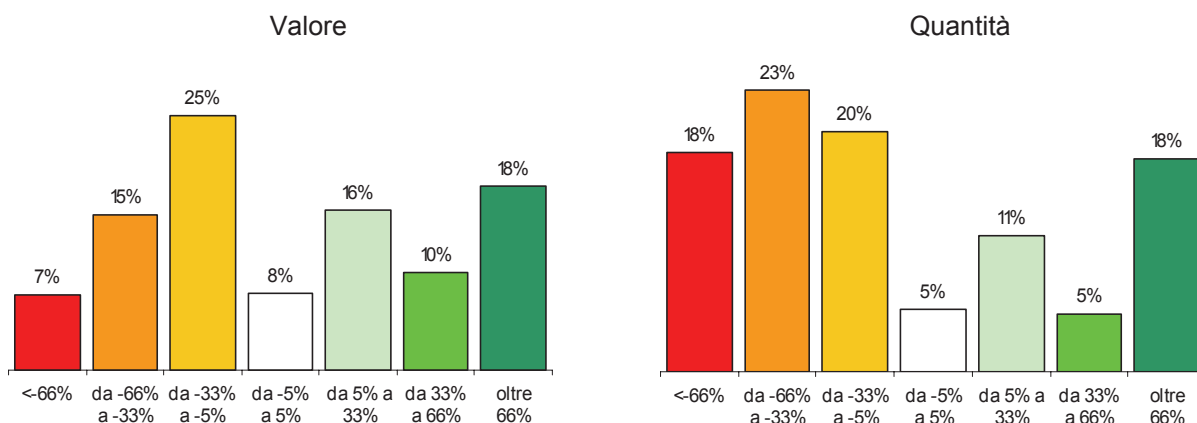
Il 47 per cento dei beni medium tech italiani hanno registrato una perdita di quote di mercato in termini di valore nel decennio in esame, percentuale che sale al 61 per cento se si considerano le quantità. Il divario tra valore e quantità risulta essere più ampio di quanto visto per i beni a bassa tecnologia, a sottolineare come l'Italia sia riuscita ad estendere ad una larga parte delle produzioni con contenuto tecnologico medio il processo di trasformazione volto al miglioramento qualitativo. Un percorso di crescita che sembra aver interessato l'Italia in misura superiore alla Francia, ma anche alla Germania.

Tavola 82. Distribuzione dei prodotti per Paese e per variazione della quota di mercato.

	Flessione				Crescita		
	Forte	Media	Debole	Stazionarietà	Debole	Media	Forte
Italia	7,5%	15,4%	25,3%	7,7%	16,0%	9,8%	18,3%
Germania	5,4%	18,1%	31,2%	9,4%	17,4%	8,2%	10,3%
Francia	14,2%	23,5%	20,6%	5,4%	11,9%	6,9%	17,6%
Spagna	10,0%	12,9%	14,8%	5,1%	11,7%	10,0%	35,5%
Cina	1,5%	1,4%	2,1%	2,7%	3,8%	3,5%	85,0%

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 83. Distribuzione dei prodotti per variazione della quota di mercato in valore e in quantità. Italia



Elaborazione CSU su dati Eurostat

Analogamente a quanto visto per le produzioni a basso contenuto tecnologico, è interessante scendere ad una classificazione più dettagliata per individuare le nicchie di mercato. La filiera del sistema moda – in particolare alcune produzioni che per la loro lavorazione richiedono un apporto tecnologico e i macchinari necessari per la lavorazione – caratterizzano le nicchie di mercato di produzioni medium tech. Il dato può essere visto come una fotografia della specializzazione distrettuale italiana, che ha portato le imprese ad essere leader non solo nella produzione dei beni finali del distretto – pelli, piuttosto che alcune tipologie di filati o prodotti in metallo – ma anche nei macchinari necessari per la loro lavorazione. Dunque, per larga parte delle produzioni che caratterizzano il made in Italy, il valore aggiunto dei beni deriva da una crescita dell'intera filiera di cui fanno parte e ciò sembra assicurare una maggior competitività sui mercati internazionali.

Tavola 84. Gruppi Medium tech. Le nicchie di mercato

	VALORI					QUANTITA'		
	Quota sulle importazioni					Quota sulle importazioni		
	Variaz. 96-06	2006	1996	Variaz. quota	Variaz. 96-06	2006	1996	Variaz. quota
Tessuti di materie sintetiche o artificiali (<i>filati</i>) misti ottenuti dalla mescola principalmente o solo con lana o pelo fine di animale	-68,42	69,85	70,79	-0,94	-85,87	35,89	61,98	-26,09
Fibre grezze artificiali, cardate, pettinate o altrimenti trattate per la filatura	2.603,1	69,32	7,56	61,75	5.804,9	65,40	3,65	61,75
acetato di cellulosa, plastificato	-38,79	64,39	39,62	24,77	-37,33	62,41	39,41	22,99
Pellicole cinematografiche di larghezza pari o superiore a 35 mm	634,45	57,51	11,22	46,29	449,46	38,81	10,27	28,54
Macchine per lavaggio a secco	-60,27	54,98	63,55	-8,57	-81,79	45,41	59,05	-13,64
Macchinari per la preparazione, la concia, o la lavorazione di pellame, pelle o cuoio	-45,06	54,63	69,54	-14,91	-54,68	63,40	61,90	1,51
Parti dei macchinari per la preparazione, la concia, o la lavorazione di pellame, pelle o cuoio	-11,81	54,26	42,04	12,22	-30,41	51,53	42,50	9,03
Pompe - coperture con una ampiezza orizzontale non eccedente i 120 centimetri	56,35	52,61	74,20	-21,58	-41,30	51,27	80,94	-29,67

Elaborazione CSU su dati Eurostat

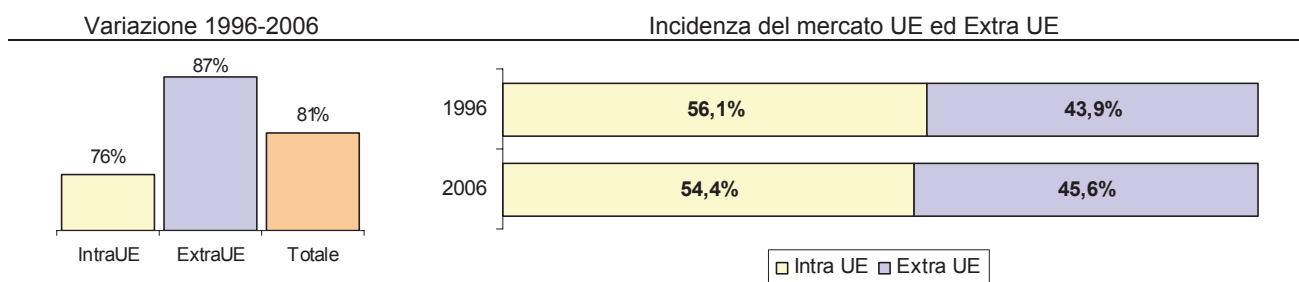
2.2.4 I gruppi merceologici high tech

Solamente l'11 per cento delle esportazioni nazionali riguarda produzioni ad alto contenuto tecnologico, la percentuale più bassa tra i venti principali Paesi esportatori; la Spagna, penultima, presenta una percentuale del 13,8 per cento. Anche in termini dinamici, la crescita rispetto al 1996 è stata inferiore a larga parte degli altri Paesi. L'Italia incide sulle esportazioni high tech dirette nell'Unione europea per una quota inferiore al 3 per cento, undicesimo Paese nella graduatoria che vede in testa la Germania con il 13,5 per cento.

Ancora una volta è da evidenziare il dato della Cina. Con un incremento di quasi nove punti percentuali il Paese asiatico è diventato il secondo partner commerciale europeo per prodotti ad alta tecnologia; il 37 per cento delle esportazioni complessive della Cina verso l'Unione europea è costituito da beni high tech, contro il 16 per cento del 1996.

Dunque, la concorrenza cinese, - contrariamente a quanto spesso si afferma - è sempre meno circoscritta a merci di fascia bassa ed a scarso contenuto tecnologico, ma si sta estendendo a tutte le produzioni, anche quelle high tech.

Tavola 85. Gruppi high tech. Variazione ed incidenza delle esportazioni italiane per area di destinazione



Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 86. Gruppi High Tech. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

	Variaz. quantità	Variaz. valore	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
			2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Germania	42,91	144,63	13,49	13,00	0,49	20,29	15,94	4,34
2 Cina	712,01	1.307,39	10,42	1,75	8,68	37,07	15,97	21,10
3 Stati Uniti	3,51	70,87	10,25	14,15	-3,89	39,96	38,31	1,65
4 Paesi Bassi	128,73	133,57	8,09	8,16	-0,08	25,38	21,78	3,61
5 Regno Unito	-13,03	51,43	6,30	9,81	-3,51	26,32	26,25	0,07
6 Francia	14,73	79,12	5,98	7,87	-1,89	18,62	17,08	1,54
7 Belgio-Luss.	18,75	331,60	5,62	3,07	2,55	18,52	9,27	9,24
8 Irlanda	219,02	265,22	4,46	2,88	1,58	45,50	33,09	12,41
9 Giappone	31,93	10,23	3,29	7,03	-3,74	28,86	33,95	-5,10
10 Svizzera	32,67	126,73	3,04	3,16	-0,12	29,76	20,77	8,99
11 Italia	18,05	76,19	2,96	3,96	-1,00	11,08	9,93	1,15
12 Corea	50,33	214,81	2,29	1,72	0,58	42,38	41,05	1,33
13 Spagna	103,59	179,51	2,14	1,81	0,34	13,80	10,08	3,73
14 Taiwan	-12,43	108,32	1,91	2,16	-0,25	55,09	46,14	8,95
15 Svezia	99,23	83,64	1,79	2,30	-0,51	16,91	16,41	0,50
16 Ungheria	200,04	705,09	1,61	0,47	1,14	31,73	14,99	16,74
17 Danimarca	141,64	161,60	1,49	1,34	0,15	26,61	17,77	8,84
18 Singapore	-22,93	47,98	1,48	2,35	-0,88	48,17	71,83	-23,67
19 Malaysia	20,25	79,59	1,35	1,77	-0,42	58,50	51,21	7,29
20 Rep. Ceca	279,57	825,14	1,34	0,34	1,00	20,19	9,46	10,73

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tra le produzioni high tech che maggiormente incidono sull'export nazionale il primo posto è occupato dal gruppo "medicamenti per la medicina umana e veterinaria". Nonostante una crescita delle esportazioni del 337 per cento la quota italiana sul mercato europeo è diminuita di oltre un punto percentuale. Il comparto farmaceutico sta registrando un passaggio di quote tra i Paesi leader nel 1996, Regno Unito, Svizzera e Francia a quelli del 2006, Germania, Belgio ed Irlanda. L'Italia, sesta nel 1996, scende all'ottavo posto. In leggera contrazione anche la quota relativa alle "attrezzature per le telecomunicazioni", dovuta alla forte crescita dell'export cinese, che ha guadagnato quasi sedici punti percentuali. Stessa dinamica per le "macchine ed apparecchi elettrici".

Tavola 86bis. Gruppi high tech. I primi 20 Paesi esportatori verso la UE. Anni 1996 e 2006 a confronto

	Valore per 100kg di prodotti				Valore per 100kg di prodotti		
	2006	1996	Var.		2006	1996	Var.
1 Germania	4.624,44	2.701,48	71,2%	11 Italia	2.480,37	1.663,76	49,1%
2 Cina	2.045,51	1.180,19	73,3%	12 Corea	5.269,02	2.516,06	109,4%
3 Stati Uniti	14.372,26	8.705,79	65,1%	13 Spagna	1.872,98	1.364,25	37,3%
4 Paesi Bassi	3.484,93	3.412,72	2,1%	14 Taiwan	5.940,98	2.497,34	137,9%
5 Regno Unito	5.920,98	3.400,40	74,1%	15 Svezia	3.598,13	3.903,64	-7,8%
6 Francia	4.047,77	2.592,78	56,1%	16 Ungheria	3.434,28	1.279,87	168,3%
7 Belgio-Luss.	5.575,89	1.534,13	263,5%	17 Danimarca	3.033,63	2.802,13	8,3%
8 Irlanda	5.929,80	5.179,62	14,5%	18 Singapore	13.617,55	7.092,09	92,0%
9 Giappone	4.676,96	5.597,94	-16,5%	19 Malaysia	6.075,92	4.068,37	49,3%
10 Svizzera	8.050,28	4.710,50	70,9%	20 Rep. Ceca	1.855,33	761,21	143,7%

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 87. Gruppi High tech. I primi 10 gruppi esportati per quota sull'export nazionale

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Medicamenti per la medicina umana o veterinaria	337,27	5,93	7,18	-1,25	3,61	1,28	2,33
2 Attrezzature per telecomunicazioni, n.c.a., e parti, pezzi staccati e accessori, n.c.a	134,27	1,90	2,90	-0,99	1,23	0,82	0,42
3 Macchine ed apparecchi elettrici, n.c.a.	36,62	4,49	5,22	-0,73	1,01	1,14	-0,14
4 Lampade,tubi e valvole elettriche a catodo caldo, a catodo freddo o a fotocatodo (per es.: lampade, tubi e valvole a vuoto, a vapore o a gas, tubi raddrizzatori a vapore di mercurio, tubi catodici, tubi e valvole per camere per televisione; diodi, transistor	109,53	2,78	1,95	0,83	0,78	0,58	0,20
5 Macchine e apparecchi elettrici rotativi, e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	81,73	8,18	10,13	-1,94	0,64	0,55	0,09
6 Aeronavi e materiale connesso; veicoli spaziali (incl. i satelliti) e loro veicoli di lancio; loro parti e pezzi staccati	-19,52	2,09	3,79	-1,70	0,59	1,14	-0,55
7 Apparecchi e strumenti di misura, verifica, analisi e controllo, n.c.a.	49,04	3,25	3,77	-0,51	0,58	0,60	-0,02
8 Prodotti medicinali e farmaceutici	138,56	3,15	3,64	-0,50	0,57	0,37	0,20
9 Macchine ed apparecchi per la produzione e trasformazione dell'elettricità e loro parti e pezzi staccati	90,68	5,80	5,37	0,43	0,36	0,29	0,07
10 Macchine automatiche per il trattamento dell'informazione e loro unità; lettori magnetici o ottici, macchine per il caricamento delle informazioni su supporto codificato e macchine per il trattamento di queste informazioni, n.c.a..	-66,46	0,49	2,83	-2,34	0,29	1,35	-1,06

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 88. Gruppi High tech. I 5 gruppi in crescita per quota detenuta sul mercato UE

	Variaz. export UE 1996- 2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Motori e macchine motrici e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	174,73	6,26	4,75	1,51	0,16	0,09	0,07
2 Turbine a vapore e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	67,56	6,68	5,66	1,02	0,03	0,03	0,00
3 Apparecchi ed equipaggiamenti fotografici, n.c.a.	-0,73	3,69	2,81	0,88	0,06	0,09	-0,03
4 Lampade,tubi e valvole elettriche a catodo caldo, a catodo freddo o a fotocatodo (per es.: lampade, tubi e valvole a vuoto, a vapore o a gas, tubi raddrizzatori a vapore di mercurio, tubi catodici, tubi e valvole per camere per televisione; diodi, transistor	109,53	2,78	1,95	0,83	0,78	0,58	0,20
5 Macchine ed apparecchi per la produzione e trasformazione dell'elettricità e loro parti e pezzi staccati	90,68	5,80	5,37	0,43	0,36	0,29	0,07

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Nonostante la forte ascesa delle esportazioni cinesi, l'Italia è riuscita a guadagnare quote di mercato per alcune produzioni. Nello specifico crescono i gruppi di "motori e macchine motrici", delle "turbine a vapore" e, nonostante una variazione negativa delle esportazioni, gli "apparecchi ed equipaggiamenti fotografici".

Tra i prodotti in flessione vi è una netta contrazione degli "apparecchi ricevitori di televisione", sia per la forte concorrenza di produzioni a basso costo provenienti dall'Asia e dall'Est Europa, sia per prodotti qualitativamente superiori realizzati in altri Paesi dell'Europa occidentale. La crescita di oltre otto punti percentuali dei Paesi Bassi indica che dove si è puntato sull'innovazione e sulla qualità i risultati non sono mancati, nonostante la concorrenza asiatica.

Tavola 89. Gruppi High tech. I 5 gruppi in flessione per quota detenuta sul mercato UE

	Variaz. export UE 1996-2006	Quota sulle importazioni UE			Quota sulle esportazioni del Paese verso UE		
		2006	1996	Variaz. quota	2006	1996	Variaz. quota
1 Apparecchi ricevitori di televisione (incl. i monitor video e i proiettori video) anche combinati, sotto uno stesso sviluppo, con un apparecchio ricevitore di radiodiffusione o con un apparecchio di registrazione o di riproduzione del suono e delle immagini	-66,88	0,50	6,37	-5,87	0,07	0,33	-0,26
2 Macchine automatiche per il trattamento dell'informazione e loro unita'; lettori magnetici o ottici, macchine per il caricamento delle informazioni su supporto codificato e macchine per il trattamento di queste informazioni, n.c.a..	-66,46	0,49	2,83	-2,34	0,29	1,35	-1,06
3 Macchine e apparecchi elettrici rotativi, e loro parti e pezzi staccati, n.c.a.	81,73	8,18	10,13	-1,94	0,64	0,55	0,09
4 Macchine ed apparecchi per ufficio	-55,54	0,98	2,92	-1,93	0,04	0,14	-0,10
5 Aeronavi e materiale connesso; veicoli spaziali (incl. i satelliti) e loro veicoli di lancio; loro parti e pezzi staccati	-19,52	2,09	3,79	-1,70	0,59	1,14	-0,55

Elaborazione CSU su dati Eurostat

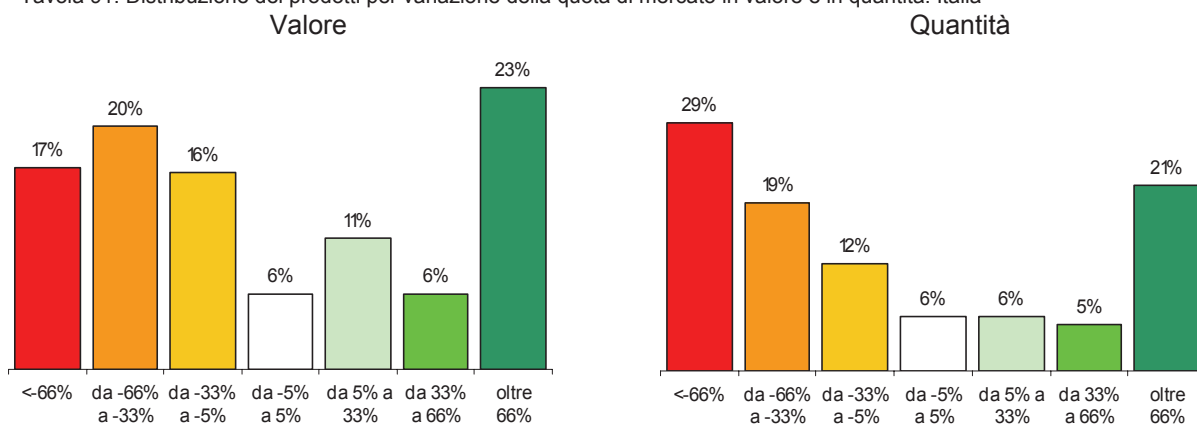
La distribuzione dei prodotti high tech in funzione della variazione della quota di mercato presenta un quadro leggermente più negativo di quanto visto per i beni medium tech: poco più della metà dei beni hanno registrato una perdita di quote, il divario tra valore e quantità risulta essere meno ampio. La scarsa propensione dell'Italia verso produzioni ad alta tecnologia – ovviamente con alcune eccezioni – sembra poter essere letta anche attraverso i dati degli scambi commerciali. Ad ulteriore conferma di ciò, l'Italia non detiene nessuna nicchia di mercato – cioè almeno il 50 per cento della quota – per produzioni ad alta tecnologia. Solo per alcune produzioni farmaceutiche arriva a detenere circa un quarto dell'intero mercato dell'Unione europea.

Tavola 90. Distribuzione dei prodotti per Paese e per variazione della quota di mercato.

	Flessione				Stazionarietà	Crescita		
	Forte	Media	Debole			Debole	Media	Forte
Italia	16,7%	20,2%	16,3%	6,2%	10,9%	6,2%	23,3%	
Germania	5,0%	16,4%	30,2%	6,9%	14,9%	10,7%	16,0%	
Francia	16,0%	26,0%	16,4%	6,1%	7,3%	7,6%	20,6%	
Spagna	13,4%	11,9%	11,5%	5,9%	9,1%	11,1%	37,2%	
Cina	2,5%	4,2%	1,3%	1,7%	4,6%	4,6%	81,2%	

Elaborazione CSU su dati Eurostat

Tavola 91. Distribuzione dei prodotti per variazione della quota di mercato in valore e in quantità. Italia



Elaborazione CSU su dati Eurostat

2.2.5 Alcune considerazioni conclusive

I dati esposti precedentemente non sono facilmente sintetizzabili in pochi punti, in quanto numerose sono le chiavi di lettura possibili. Tuttavia, due sono gli elementi che pare opportuno evidenziare.

Il primo riguarda il processo di trasformazione che sta gradualmente innalzando il livello qualitativo delle merci italiane. Si tratta di un passaggio ineludibile per essere competitivi sui mercati internazionali. Ed è un processo che non riguarda solamente i beni a maggior contenuto tecnologico, ma è trasversale a tutti i settori e a tutte le merci. Come dimostrano i dati vi sono eccellenze in produzioni con un contenuto tecnologico medio, così come in quelle low tech.

Il secondo aspetto riguarda proprio le eccellenze. In alcuni casi la leadership commerciale sembra ascrivibile all'abilità di poche imprese di intercettare prima delle altre le dinamiche del settore.

In altri casi, la grande maggioranza, gli ottimi risultati conseguiti derivano da un'evoluzione dell'intera filiera di appartenenza. Un'evoluzione che quasi sempre nasce dalla capacità di alcune imprese driver, generalmente di media o grande dimensione, di trainare l'intera filiera, proponendosi come *trait d'union* tra dimensione locale – il distretto – e la dimensione globale.

Il consolidamento di quote di mercato in alcuni settori fortemente esposti alla concorrenza cinese deriva proprio da un patrimonio di conoscenze sviluppato all'interno del territorio, che si traduce in una crescita della filiera in tutte le sue componenti, dalle materie prime fino ai beni finali passando dai macchinari necessari per la loro 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.

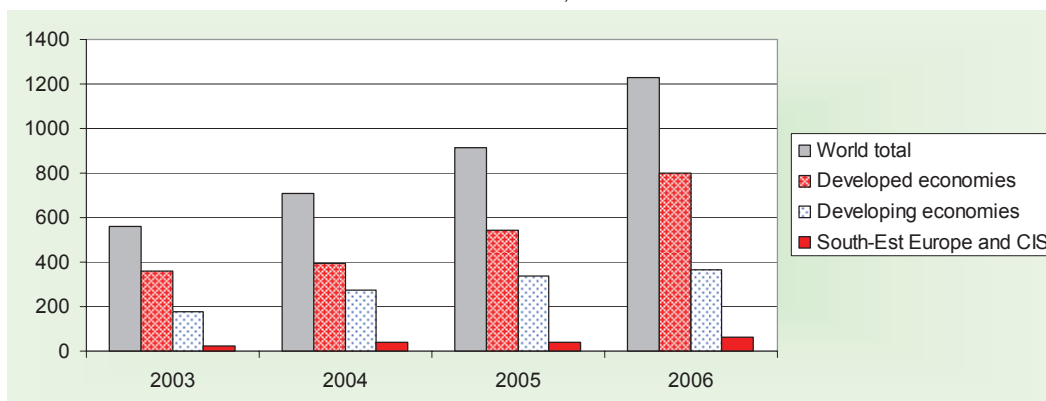
3. L'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri: il quadro conoscitivo in Emilia-Romagna

3.1 Il contesto internazionale: il ruolo degli Ide come fattore di sviluppo

Gli investimenti diretti esteri (Ide) costituiscono una delle modalità più importanti per l'internazionalizzazione delle imprese e la crescita competitiva delle stesse. Nello specifico con il termine Ide in entrata si definiscono gli investimenti di imprese estere che "entrano" in un determinato paese mentre sono definiti in uscita quando si analizza il fenomeno considerando gli investimenti esteri che sono originati dalle imprese di un dato paese. Nel primo caso contribuiscono a valutare l'attrattiva di un territorio, il suo potenziale, nel secondo invece riflettono l'apertura e la capacità del sistema produttivo di cogliere i vantaggi competitivi.

La dinamica degli Ide si è mostrata, nell'ultimo decennio, fortemente correlata con la crescita economica mondiale, seppure con una variabilità più sostenuta. Le caratteristiche degli Ide hanno riflesso le dinamiche geoeconomiche dei paesi e dei settori a livello mondiale. Se negli anni novanta l'ingente flusso degli Ide era originato principalmente dai paesi più industrializzati, con la finalità di delocalizzare e sfruttare i prezzi relativi minori nel costo del lavoro, nel corso dell'ultimo decennio si è assistito ad una crescita degli investimenti originari dai paesi in via di sviluppo. Da un punto di vista settoriale, inoltre, anche i servizi sono diventati sempre più centrali nella crescita degli Ide unitamente ai settori a più alto contenuto tecnologico ed agli investimenti in R&S.

Tavola 1. Flussi di Ide in entrata, miliardi di dollari USA



Fonte: World Investment Report (WIR) 2006, UNCTAD

Secondo le ultime stime dell'UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), nel 2006 i flussi di Ide in entrata a livello mondiale sono cresciuti del 34,3%, raggiungendo l'ammontare di 1.230 miliardi di Dollari USA. Si è dunque confermata l'inversione di tendenza avviata dal 2004, dopo il crollo che si registrò nel 2002-2003.

La crescita degli Ide è dovuta al maggior apporto degli investimenti cross border M&A (fusioni ed acquisizioni tra imprese estere) tra i paesi avanzati (in particolare UK, USA e Germania) e quelli in via di industrializzazione; esse hanno raggiunto l'ammontare di 716 miliardi di \$ USA nel 2005 in forte recupero rispetto agli anni precedenti. E' invece in calo il numero degli investimenti così detti *greenfield* (nuovi investimenti), una dinamica coerente con la crescita delle M&A, in quanto queste due modalità di realizzazione degli Ide sono viste dalle imprese come strategie alternative tra loro.

La ripresa degli investimenti esteri ha coinvolto tutti i paesi, ed in modo particolare le economie avanzate, che sono cresciute del 48% nel 2006, raggiungendo gli 800 miliardi di \$ USA. Tra queste l'area di destinazione principale degli Ide è l'Unione Europea che rappresenta il 51,2% del totale dei flussi, pari a 469.011 milioni di \$ USA. Gli USA fanno registrare un vistoso calo dei flussi in entrata e si assestano al 10,9% del totale, per un valore pari ad oltre 99 miliardi di \$ USA. Il continente asiatico, che fa registrare una forte crescita negli ultimi anni, supera gli USA e si attesta al 22,3% del totale dei flussi pari ad oltre 212 miliardi di \$ USA. Si registra una crescita importante anche dei paesi africani, specie nell'area del Mediterraneo. Un elemento di novità emerso in questi ultimi anni è stata la crescita degli investimenti denominati "*Sud-Sud*", da e per i paesi in via di sviluppo: il 13 % del totale dei flussi in entrata di questi paesi

proviene da altri paesi in via di sviluppo (Asia, Africa, America meridionale). Questo aspetto evidenzia da un lato come l'internazionalizzazione produttiva sia oramai uno strumento molto diffuso tra tutte le imprese, dall'altro lato dimostra che sul mercato si stanno affacciando nuovi operatori con una strategia maggiormente orientata all'internazionalizzazione fondata sulla ricerca di nuovi mercati di sbocco, di servizi avanzati, di competenze e di nuove collaborazioni tecnologiche.

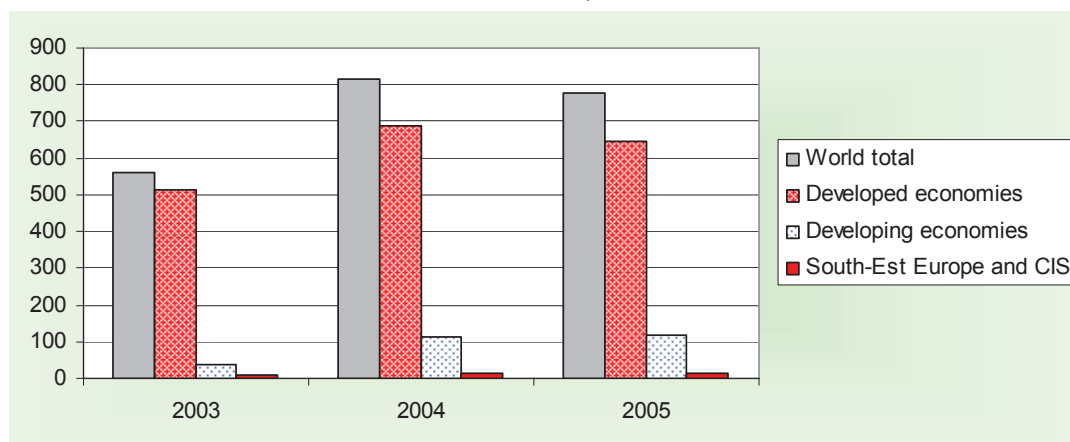
Tavola 2. Consistenza (stock) di Ide in entrata 2002-2004 per settore ed area geografica, milioni di dollari USA

	Paesi avanzati	Paesi in via di sviluppo	Sud-Est Europa e CIS	Totale
Agricoltura, pesca e foreste	131	2.341	132	2.604
Minerali, petrolio...	36.493	13.987	4.777	55.257
Manifatturiero	93.337	84.957	6.648	184.942
Servizi	336.513	92.418	7.243	436.174
Finanza	112.664	19.663	952	133.279
Servizi alle imprese	90.462	26.143	1.637	118.242
Trasporti, logistica	30.710	11.303	822	42.835
Elettricità, gas, acqua	21.397	5.970	43	27.410

Fonte: elaborazioni Ervet su dati UNCTAD

Il peso dei diversi macrosettori suddivisi per paesi dimostra infatti, che quello dei servizi è il principale per tutte le aree del mondo, pari al 43,6 per cento della consistenza in entrata, con una differenza nella composizione tra i paesi: mentre nei paesi avanzati è il settore finanziario ad essere protagonista, in quelli in via di sviluppo gioca un ruolo fondamentale il settore dei servizi alle imprese. Il secondo settore in termini d'importanza è quello manifatturiero. Si noti come anche nei paesi avanzati l'industria di produzione di beni continui ad esercitare una certa attrazione di capitali esteri.

Tavola 3. Flussi di Ide in uscita, miliardi di dollari USA



Fonte: WIR 2006, UNCTAD

Sul fronte degli Ide in uscita i dati consuntivi disponibili fino al 2005 evidenziano una riduzione dei flussi, dopo un recupero fatto registrare dal 2003, che potrebbe essere dovuta a motivazioni metodologiche di contabilizzazione dei dati¹. L'Unione Europea è stata l'area protagonista degli Ide in uscita raggiungendo l'80% dei flussi totali, una percentuale in forte crescita. Ha contribuito a tale sviluppo il processo di integrazione economica e produttiva che ha caratterizzato l'area dell'Euro e che ha stimolato un processo di fusioni e acquisizioni.

¹ Sul dato relativo al 2005 pesano i valori in calo registrati negli USA, dovuti prioritariamente all'ammontare dei profitti reimpatriati dalle imprese affiliate, a seguito del nuovo regime fiscale incentivante in tal senso. Questi profitti reimpatriati vengono contabilizzati come outflows negativi.

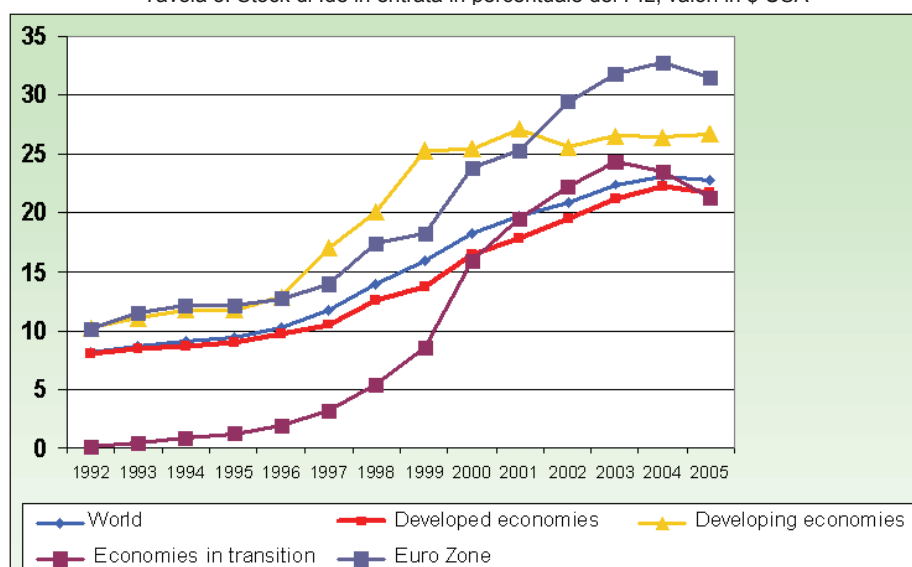
Tavola 4. Flussi di Ide in entrata per macro area, milioni di dollari USA

	<i>flussi in</i>		<i>flussi in uscita</i>	
	<i>entrata 2005</i>	<i>% del totale</i>	<i>2005</i>	<i>% del totale</i>
European Union	469.011	51,2	632.710	81,2
Japan	2.775	0,3	45.781	5,9
USA	99.443	10,9	-12.716	-1,6
Africa	30.672	3,3	1.054	0,1
Latin America	65.428	7,1	19.840	2,5
Asia	212.212	23,2	132.986	17,1
Est Europa-CIS	39.956	4,4	5.237	0,7
Other developed countries	-3.220	-0,4	-46.167	-5,9

Fonte: elaborazioni Ervet su dati UNCTAD

Un indicatore utilizzato per valutare l'impatto dei capitali esteri nell'economia di un paese è il rapporto tra lo stock in entrata dei capitali esteri, o consistenza, e il Pil rispettivo. Tale indicatore, seppure di natura essenzialmente quantitativa, offre una misura dell'impatto diretto dei capitali esteri sulla ricchezza prodotta da un paese.

Tavola 5. Stock di Ide in entrata in percentuale del PIL, valori in \$ USA



Fonte: UNCTAD

L'aspetto che ci sembra più interessante da sottolineare è come tale rapporto sia elevato anche per i paesi avanzati. Si noti che nell'area dell'Euro si sia registrata una forte crescita di questo indicatore proprio dall'anno 2000, quando si introdusse il regime dei cambi fissi, che sembra aver innescato un'ondata di operazioni di M&A tra i paesi europei.

A conclusione di questo primo paragrafo si riporta un approfondimento su alcuni paesi: i così detti BRICS (Brasile, India, Cina e Sud Africa) e poi sull'Italia.

Tavola 6. Investimenti diretti esteri nei paesi BRICS, valori in milioni di \$ USA

<i>Flussi in uscita</i>	2003	2004	2005	2003-2005
Brasile	249	9.807	2.517	911%
Federazione Russa	9.727	13.782	13.126	35%
India	1.325	2.024	1.364	3%
Cina	-152	1.805	11.306	7538%
Sud Africa	565	1.352	68	-88%
Totale BRICS	11.714	28.770	28.381	142%

<i>Flussi in entrata</i>	2003	2004	2005	2003-2005
Brasile	10.144	18.146	15.066	49%
Federazione Russa	7.958	15.444	14.600	83%
India	4.585	5.474	6.598	44%
Cina	53.505	60.630	72.406	35%
Sud Africa	734	799	6.379	769%
Totale BRICS	76.926	100.493	115.049	50%

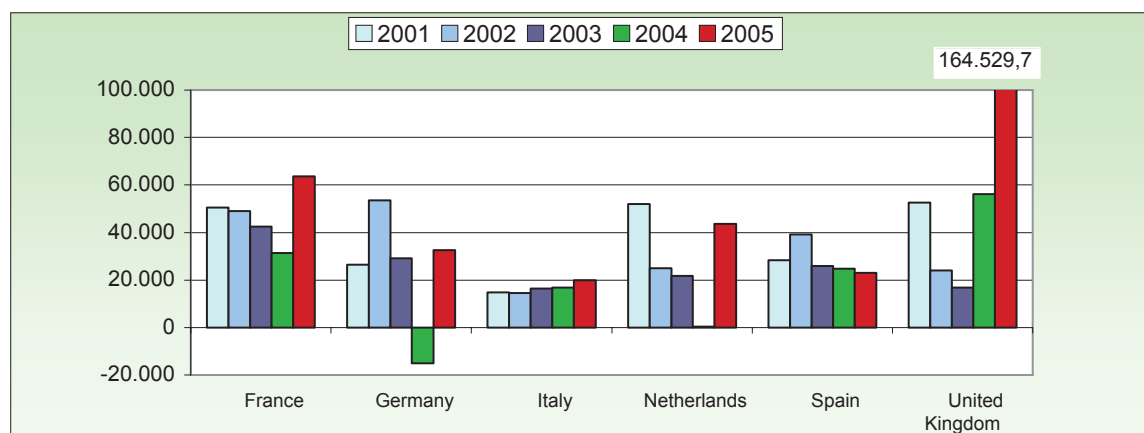
Fonte: UNCTAD

I primi costituiscono un gruppo di paesi emergenti considerati particolarmente strategici per gli investimenti futuri delle aziende. Essi saranno probabilmente, i protagonisti dell'offerta e della domanda mondiale nei prossimi anni. Rilevante è quindi comprendere il loro grado di apertura agli investimenti, perché essi rappresentano un'opportunità futura anche per le aziende della nostra regione. Il secondo è essenziale per interpretare la posizione della nostra regione e comprendere il peso dell'effetto paese sull'attrattività del territorio regionale.

L'analisi dei flussi d'investimento evidenzia come tali paesi riescano ad attrarre ingenti capitali esteri: nel 2005 hanno raggiunto l'ammontare di 115.049 milioni di \$ USA, in forte crescita rispetto al 2003. I paesi più importanti da questo punto di vista sono la Cina, che attrae oltre la metà di tali capitali, seguita da Brasile e Federazione Russa. Per quanto concerne gli Ide in uscita invece, il valore dei capitali è stato nettamente inferiore anche se in piena espansione. Si noti in particolare l'impetuosa crescita della Cina e il costante flusso d'investimenti in uscita della Federazione Russa. Gli investimenti nel settore energetico e nelle materie prime hanno giocato un ruolo importante in entrambi i casi anche se per motivi differenti: nel caso della Cina tali investimenti sono stati destinati all'approvvigionamento delle materie prime, nel secondo ad un loro controllo e rivendita per i paesi avanzati e in via di industrializzazione.

Infine la posizione dell'Italia nel contesto internazionale. Rispetto agli altri paesi europei l'Italia raggiunge una limitata capacità di attrattiva in termini di capitali esteri, contestualmente ad una limitata attività all'estero delle nostre imprese.

Tavola 7. Flussi di Ide in entrata per paese, valori in milioni di \$ USA

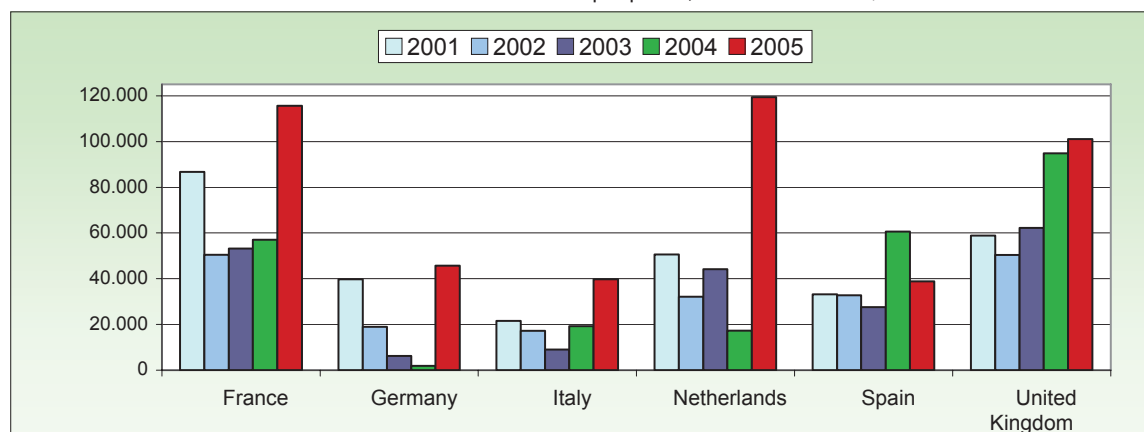


Fonte: UNCTAD

Negli ultimi anni si registra una crescita che, seppur modesta, appare costante nei flussi in entrata e più incerta ma più forte in quelli in uscita.

In particolare nel 2005 si registra un buon recupero del valore degli Ide esteri delle imprese italiane. Le aree di destinazione principale di tali investimenti sono l'Unione Europea e l'Europa centro-orientale.

Tavola 8. Flussi di Ide in uscita per paese, valori in milioni di \$ USA



Fonte: UNCTAD

In conclusione, la posizione dell'Italia appare in recupero, anche se ancora molto indietro rispetto agli altri paesi europei. Il profilo degli investimenti è però allineato a quelli della maggior parte dei paesi avanzati. Il processo d'integrazione europea che, almeno dal punto di vista dell'interdipendenza produttiva, pare in forte accelerazione, potrebbe nei prossimi anni trainare gli ide anche nel nostro paese. Si consideri che dal 2006 in poi, nel nostro paese si sono registrate numerose ed importanti operazioni sia in entrata sia in uscita. In questo quadro, si inserisce anche la nostra regione che sembra scontare un effetto paese nell'attrattività di capitali esteri che ne limita il potenziale nei confronti degli investitori esteri. Dal lato degli Ide in uscita la scarsa propensione delle imprese italiane ad aprirsi ai mercati esteri segna anche le strategie delle PMI dell'Emilia-Romagna. Il contesto internazionale, come dimostrato in queste pagine, evidenzia come gli Ide siano uno strumento per la crescita della competitività delle imprese sempre più diffuso anche tra i paesi avanzati, e non più solamente il frutto di delocalizzazioni produttive. Si tratta quindi di uno scenario favorevole nel quale si ravvisano numerose opportunità anche per le imprese locali dell'Emilia-Romagna.

3.2 Le caratteristiche degli Ide in Emilia-Romagna

3.2.1 Le fonti disponibili

Il ruolo strategico degli Ide come volano dello sviluppo economico e dell'integrazione europea evidenzia l'importanza, per tutti i territori locali, di monitorare i flussi e la consistenza del fenomeno. La conoscenza del profilo degli Ide e delle proprie specializzazioni consente di effettuare valutazioni più precise circa l'impatto degli Ide nell'economia locale.

Secondo i dati dell'Ufficio Italiano Cambi (UIC)², il principale istituto che produce dati sul fenomeno degli investimenti diretti esteri in Italia e che misura i flussi finanziari in entrata ed in uscita, gli Ide risultano in crescita nel 2006. I flussi finanziari così rilevati non riflettono però gli effettivi processi d'internazionalizzazione produttiva, ma le sole transizioni finanziarie indipendentemente dalla destinazione finale degli investimenti esteri senza rilevare, ad esempio, quando transitano per società intermedie. Questo può produrre elementi di distorsione nella valutazione dell'effettiva entità degli investimenti, della loro destinazione e della loro origine soprattutto a livello territoriale.

A titolo di esempio e confronto si riportano i dati prodotti dall'U.I.C. per gli anni 2000 e 2006.

² I dati prodotti dall'UIC, realizzati seguendo la metodologia prodotta dall'FMI, alimentano i data base dell'UNCTAD per la parte italiana del monitoraggio degli IDE a livello mondiale.

Tavola 9. Ide lordi (in migliaia di €)

	2000			2006	
	Entrata	Uscita		Entrata	Uscita
Emilia-Romagna	1.091.292	993.381		5.735.505	877.912
Piacenza	21.871	9.089		22.873	43.921
Parma	140.149	78.090		150.048	121.021
Reggio Emilia	51.716	204.164		200.808	50.190
Modena	143.256	106.804		103.098	163.967
Bologna	223.656	492.903		4.921.747	230.762
Ferrara	57.620	4.017		314.196	182.862
Ravenna	393.623	23.446		15.767	26.959
Forlì	8.590	44.342		4.929	32.348
Rimini	50.811	30.526		2.039	25.882

Fonte: elaborazioni Ervet su dati Unioncamere, UIC

La misura di questi flussi è comunque interessante perché emerge una crescita degli investimenti finanziari realizzati sul territorio facendo presumere un aumento dell'interesse degli operatori esteri nei confronti delle imprese regionali. Si noti come, secondo questi dati, i flussi finanziari degli Ide in entrata siano maggiori rispetto a quelli in uscita. Come si può notare i flussi indicano movimenti finanziari di Ide molto variabili tra le province. In realtà molte delle operazioni d'investimento estero non sono svolte dal territorio locale bensì appoggiandosi a società intermedie estere o succursali.

L'internazionalizzazione produttiva può essere, invece, misurata analizzando in modo aggregato i dati economici delle imprese effettivamente coinvolte negli investimenti in entrata ed in uscita. I dati presentati di seguito si riferiscono alle informazioni contenute nella banca dati REPRINT³ che consentono di effettuare interpretazioni e valutazioni sull'economia reale con particolare riferimento al sistema manifatturiero e di alcuni settori del terziario (si rimanda alla metodologia della banca dati per la definizione dell'universo di riferimento⁴). Questa banca dati presenta però alcuni limiti che, qui riportiamo. Innanzitutto sono esclusi dalla banca dati alcuni settori che proprio negli ultimi anni sono stati oggetto di importanti operazioni con capitali esteri: il settore bancario e assicurativo. Inoltre la banca dati in generale sottostima il fenomeno degli investimenti esteri delle imprese italiane a causa della difficoltà di consultazione e attendibilità delle banche dati di alcuni paesi esteri. Da alcune verifiche effettuate dall'Ervet è, infatti, emerso che proprio nell'internazionalizzazione in uscita sfuggano alcuni casi di imprese. Sono generalmente imprese di piccola o media dimensione che però in taluni casi rivestono importanza strategica per lo sviluppo locale, come vedremo nel terzo paragrafo.

³ La banca dati Reprint, realizzata dal Politecnico di Milano, dai professori S. Mariotti e M. Mutinelli, rileva questi dati ed è, per questo motivo, utilizzata nelle analisi sia dall'Istituto per il Commercio Estero (ICE) sia dall'ISTAT.

⁴ Il campo di indagine coperto dal rapporto si estende all'intero sistema delle imprese industriali e all'insieme dei servizi che ne supportano le attività. In modo puntuale, con riferimento alla classificazione Ateco, i settori considerati sono: industria estrattiva e manifatturiera (cod. 11-37); energia, gas, acqua (cod. 40-41); costruzioni (cod. 45); commercio all'ingrosso (cod. 50-51); logistica e trasporti (cod. 60-63, escluso 63.3); servizi di telecomunicazione (cod. 64.2); software e servizi di informatica (cod. 72); altri servizi professionali (cod. 71, 73, 74). Per la metodologia ed il campo di indagine completo della ricerca si veda Mariotti S., Mutinelli M., "Italia multinazionale 2004. Le partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia", ICE, Roma, 2005.

3.2.2 Il quadro conoscitivo

Il numero di investimenti diretti esteri in entrata ed in uscita risultano, secondo gli ultimi dati disponibili (situazione al 01.01.2006), in aumento rispetto all'anno precedente; si conferma così il trend positivo, dopo il terzo anno consecutivo di crescita nel numero di operazioni sul territorio. Per quanto concerne le modalità d'investimento delle imprese internazionalizzate nella nostra regione si conferma, in linea con quanto avviene a livello mondiale, una predominanza delle acquisizioni e delle fusioni (*merger and acquisition*) rispetto invece ai nuovi investimenti (denominati *greenfield*): le fusioni ed acquisizioni negli investimenti in entrata rappresentano l'86,4% del totale delle operazioni. Se è noto che l'Emilia-Romagna presenta un sistema produttivo aperto all'estero nell'internazionalizzazione commerciale, è altrettanto vero che i dati qui presentati sembrano confermare un significativo impegno delle imprese emiliano-romagnole anche nell'investimento diretto estero. Il sistema produttivo regionale presenta quindi un'elevata apertura complessiva verso l'esterno.

Tavola 10. Le partecipazioni delle imprese dell'Emilia-Romagna all'estero ed estere
in regione al 1.1.2006

	Internazionalizzazione attiva (partecipazioni all'estero)			Internazionalizzazione passiva (partecipazioni dall'estero)		
	Valore	%	% su Italia	Valore	%	% su Italia
Imprese investitrici (N.)	791	100,0	13,7	445	100,0	11,3
Imprese partecipate (N.)	2.289	100,0	13,3	577	100,0	8,1
Dipendenti (N.)	108.370	100,0	9,7	49.917	100,0	5,8
Fatturato (milioni euro)	19.759	100,0	6,1	19.222	100,0	4,9

Fonte: elaborazioni Ervet su Banca dati Reprint

L'Emilia-Romagna presenta, rispetto al resto del paese, una maggior presenza di investimenti in uscita rispetto a quelli in entrata sia in termini di occupati sia nel fatturato.

Ciò non è correlato al minor numero di investimenti da parte di imprese estere nella regione che, invece, si presentano ad un livello appena inferiore a quelli in uscita, quanto invece al fatto che tali investimenti riguardano, rispetto alla media nazionale, soprattutto le PMI e solo in pochi casi le grandi imprese; questo produce un minor impatto sul territorio rispetto alla media nazionale.

Un aspetto che potrebbe aver influenzato questa *performance* è la difficile rilevazione, rispetto alle aziende di medio-grande dimensione, della rete di partecipazioni delle PMI, che sfuggono da qualsiasi dato statistico perchè sono detenute da persone fisiche e non giuridiche (espressione del così detto capitalismo familiare).

Un dato invece certo è che il minor impatto che hanno in Emilia-Romagna gli investimenti esteri nelle imprese locali, in termini di addetti e fatturato, è dovuto alla minore dimensione di queste imprese rispetto alle omologhe partecipate in altre regioni: questo lo si evince anche dalla tabella sotto riportata, relativa ai dati del 2004, disponibile nell'ultimo rapporto sull'internazionalizzazione pubblicato dall'ISTAT-ICE⁵.

⁵ ISTAT-ICE, *Commercio estero e attività internazionali delle imprese, anno 2006*.

Tavola 11. Indicatori di sintesi per regioni

	Distribuzione % Pil 2005	Distribuzione % delle imprese estere partecipate 2004	Fatturato medio delle imprese estere partecipate (milioni di Euro) 2004	Distribuzione % delle imprese a partecipazione estera 2004	Dimensione media delle imprese a partecipazione estera (n. addetti) 2004
Lombardia	20,0	36,8	13,3	51,8	264
Piemonte	8,4	12,4	35,0	9,5	210
Emilia-Romagna	8,7	12,4	10,1	7,9	94
Veneto	8,9	11,9	8,4	6,0	101
Media italiana	100,0	100,0	16,3	100,0	128
Valle D'Aosta	0,3	0,0	4,2	0,2	264
Liguria	3,0	1,7	4,8	2,5	105
Trentino Alto Adige	2,2	1,7	6,4	1,9	98
Friuli-Venezia Giulia	2,4	2,6	6,1	1,8	183
Toscana	6,7	5,4	6,4	4,3	93
Umbria	1,4	0,4	5,1	0,7	130
Marche	2,6	2,6	9,5	0,7	93
Lazio	10,8	8,7	42,0	7,5	170
Abruzzo	1,9	0,6	3,6	0,9	302
Molise	0,4	0,1	4,8	0,2	44
Campania	6,6	1,0	8,9	1,6	120
Puglia	4,6	0,6	7,4	0,7	156
Basilicata	0,7	0,1	2,1	0,3	270
Calabria	2,2	0,0	9,2	0,2	74
Sicilia	6,1	0,3	6,9	0,8	100
Sardegna	2,2	0,6	8,9	0,5	188

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat, Svimez, Reprint, Politecnico di Milano-Ice.

E' infatti noto, che gli investimenti diretti esteri in entrata ed in uscita coinvolgono essenzialmente le grandi imprese. Per tanto i dati evidenziano come la minor attrattività di capitali esteri nella nostra regione rispetto alla media italiana, derivi non già da un minor interesse degli investitori esteri, che lo ricordiamo sono stati 445 nel 2005, pari all'11,3 per cento della media nazionale, bensì da caratteristiche sistemiche del nostro tessuto produttivo. Tale aspetto è inoltre ben visibile anche nell'internazionalizzazione in uscita. Ad un elevato numero di imprese emiliano romagnole che investono all'estero corrisponde un minor impatto, rispetto alla media nazionale, in termini di addetti e soprattutto di fatturato. Questo riflette come le imprese estere partecipate da imprese dell'Emilia-Romagna siano mediamente di dimensione minore rispetto al resto del paese probabilmente perché le imprese investitrici sono di dimensioni più contenute.

Questa peculiarità della nostra regione emerge anche nell'analisi che abbiamo svolto circa la numerosità delle imprese internazionalizzate rispetto al totale delle imprese. Un dato interessante che è emerso è quello relativo all'indicatore che rapporta il numero delle società internazionalizzate, in entrata ed in uscita, con il numero delle imprese del territorio coinvolto. Tale numero è stato ottenuto sottraendo al totale del numero delle imprese iscritte all'anagrafe (disponibile presso Infocamere), il numero delle ditte individuali, in quanto queste non sono quasi mai soggette ad operazioni di internazionalizzazione. Si ottiene così un indicatore che potremo definire di *consistenza dell'internazionalizzazione*. Il rapporto così ottenuto ci dice quante imprese internazionalizzate ci sono per ogni impresa potenzialmente tale. Al 1 gennaio 2006 sono risultate in l'Emilia-Romagna 5 imprese locali con partecipazioni all'estero ogni mille tra quelle considerate, contro una media italiana pari a 3,8 imprese. Il dato più interessante che riportiamo in serie storica è quello relativo al settore manifatturiero dove sono stati individuati elementi di novità circa la posizione della regione Emilia-Romagna. L'indicatore di consistenza delle imprese internazionalizzate nel solo settore manifatturiero evidenzia come la posizione dell'Emilia-Romagna sia superiore alla media italiana e in continuo miglioramento rispetto a quest'ultima. Si nota una maggior propensione delle imprese manifatturiere emiliano-romagnole con investimenti all'estero rispetto alla media italiana: al 1 Gennaio 2006 erano 10,6 ogni mille per la regione contro 9,1 ogni mille per l'Italia.

Tavola 12. Internazionalizzazione in uscita nel settore manifatturiero

	1.1.2001	1.1.2002	1.1.2003	1.1.2004	1.1.2005	1.1.2006
Emilia-Romagna n° imprese	292	303	314	324	330	337
Consistenza dell'internazionalizzazione x 1000 imprese	9,3	9,5	9,7	10,2	10,3	10,6
Italia n° imprese	2.363	2.471	2.534	2.595	2.677	2.738
Consistenza dell'internazionalizzazione x 1000 imprese	8,2	8,4	8,5	8,6	8,9	9,1

Fonte: elaborazioni Ervet su dati Reprint e Movimprese

Sul fronte dell'internazionalizzazione in entrata si evidenzia un recupero ed un sorpasso della regione rispetto alla media italiana.

Al 1 Gennaio 2006 in Emilia-Romagna sono state individuate 8,6 imprese partecipate da imprese estere ogni 1.000 imprese potenzialmente tali contro una media italiana di 8 ogni mille. La progressione dell'indicatore evidenzia come l'interesse degli investitori esteri nel settore manifatturiero sia in crescita mentre si riduce per il resto del paese.

Tavola 13. Internazionalizzazione in entrata nel settore manifatturiero

	1.1.2001	1.1.2002	1.1.2003	1.1.2004	1.1.2005	1.1.2006
Emilia-Romagna n° imprese	261	280	280	266	269	273
Consistenza dell'internazionalizzazione	8,3	8,8	8,7	8,3	8,4	8,6
Italia n° imprese	2.488	2.533	2.510	2.450	2.412	2.406
Consistenza dell'internazionalizzazione	8,6	8,6	8,4	8,1	8,0	8,0

Fonte: elaborazioni Ervet su dati Reprint e Movimprese

Tale approfondimento conferma come il macrosettore manifatturiero risulta essere protagonista dell'apertura dell'intero sistema produttivo; per questo si è ritenuto necessario un approfondimento attraverso la banca dati Reprint, anche dei settori in cui l'Emilia-Romagna risulta specializzata. Mentre ora ci accingiamo a presentare alcuni dati sugli Ide in entrata, per quelli in uscita si rinvia al paragrafo successivo.

Sul fronte dell'internazionalizzazione in entrata, nel 2005 (dati al 1 Gennaio 2006) le imprese multinazionali attive in Emilia-Romagna sono state 445, a cui corrispondono 577 imprese partecipate dall'estero con sede nella regione. Rispetto al 2000 si registra un incremento di 54 imprese regionali partecipate dall'estero; esse sono principalmente riconducibili alla crescita dei settori del "commercio all'ingrosso", con 19 nuove imprese, del "settore manifatturiero", con 12 casi e degli "altri servizi professionali" che presenta 10 nuovi casi.

Tavola 14. Imprese a partecipazione estera (Ide in entrata)

	1.1.2001	1.1.2002	1.1.2003	1.1.2004	1.1.2005	1.1.2006	Var. 1° gennaio 2005- 2006	Var. 1° gennaio 2001- 2006
N. di imprese	523	562	577	563	564	577	2,3	10,3
Dipendenti	52.980	57.661	55.680	52.579	47.494	49.917	5,1	-5,8
Fatturato	15.375	16.246	17.327	16.952	17.632	19.222	9,0	25,0

Fonte: Reprint

L'analisi della dinamica di medio periodo (1° Gennaio 2001-2006) evidenzia una crescita del numero delle imprese partecipate dall'estero e del fatturato (cresciuto del 25% in cinque anni) mentre cala il numero dei dipendenti, che però risultano in recupero nell'ultimo anno. Il calo nel numero dei dipendenti è essenzialmente ascrivibile al settore manifatturiero.

Tale dinamica suggerisce una duplice interpretazione. In primo luogo il fenomeno sembra riflettere un effetto composizione: in questi ultimi anni si sono registrate alcune dimissioni da parte di investimenti esteri in imprese di settori *labour intensive*, tornate in mani italiane. Questo potrebbe evidenziare un maggior interesse delle imprese estere per attività connesse ad attività manifatturiere a maggior contenuto tecnologico ed a maggior valore aggiunto. Ciò sembra emergere anche dalla crescita nella dimensione

media delle imprese partecipate in termini di fatturato e dalla contestuale riduzione della dimensione media in termini di addetti.

Tavola 15. Imprese a partecipazione estera (Ide in entrata)

	2001	2006	Var. 2001-2006
Dimensione media fatturato	29,4	33,3	13,3
Dimensione media dipendenti	101,3	86,5	-14,60

Fonte: elaborazioni Ervet su Banca dati Reprint

In secondo luogo la crescita del fatturato, così consistente nei cinque anni esaminati, potrebbe indicare anche una crescita del giro d'affari delle imprese a partecipazione estere e quindi riflettere un impatto molto positivo di tali investimenti nell'economia locale.

Tavola 16. Imprese a partecipazione estera per settore di attività

	Imprese a partecipazione estera		Dipendenti delle imprese a partecipazione estera		Fatturato delle imprese a part. estera (mln. euro)	
	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006
Industria estrattiva	2	2	155	223	65	51
Industria manifatturiera	261	273	46.081	41.574	10.716	12.198
Energia, gas e acqua	2	9	24	419	77	884
Costruzioni	10	9	304	332	23	48
Commercio all'ingrosso	189	208	3.915	5.194	4.089	5.370
Logistica e trasporti	21	24	1.413	888	267	384
Servizi di telecomunicazione e di informatica	17	21	720	654	87	141
Altri servizi professionali	21	31	368	633	50	145
Totale	523	577	52.980	49.917	15.375	19.222

Fonte: Banca dati Reprint

Il settore *manifatturiero* e quello *del commercio all'ingrosso* risultano aver apportato il più alto contributo alla crescita del fatturato nel periodo 2001-2006, il 71,8% del totale, pari ad oltre 2.700 milioni di €. Essi rappresentano la maggioranza del numero delle partecipazioni, del fatturato e dei dipendenti.

Per l'approfondimento degli altri settori si rinvia al lavoro realizzato da Mariotti e Mutinelli che presenta dati e descrizioni delle dinamiche settoriali dettagliate⁶. Qui ci limitiamo a ricordare come l'interesse degli operatori esteri si sia direzionato anche verso la componente dei servizi avanzati (logistica e trasporti, telecomunicazioni ed informatica, altri servizi professionali), la quale registra un incremento considerevole nel periodo 2001-2006: il numero delle partecipazioni cresce del 28,8% mentre il fatturato del 65,8%. Sono, invece, in calo i dipendenti (-13%) a causa soprattutto del settore della logistica e trasporti che registra un contestuale forte aumento del fatturato facendo supporre una fase di forte recupero di produttività nel settore.

Per quanto concerne, infine, la provenienza degli investitori esteri, si conferma il positivo ruolo delle imprese dei paesi dell'Unione Europea (UE 15) e dell'America Settentrionale, USA in testa. In Europa, Francia e Germania rappresentano la metà circa delle operazioni. La maggioranza degli investimenti esteri provengono, quindi come era presumibile, essenzialmente dai paesi avanzati: l'85,5% del fatturato e l'88,8% dei dipendenti delle imprese a partecipazione estera con sede in Emilia-Romagna. Si segnala l'elevato numero di investimenti proveniente dall'America Settentrionale (essenzialmente USA); pari al 19% di tutte le operazioni effettuate in Italia.

⁶ S. Mariotti, M. Mutinelli, *L'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri delle imprese dell'Emilia-Romagna*, Ervet, 2007. Disponibile nel sito www.ervet.it.

La dinamica nel periodo considerato evidenzia come il numero delle imprese in entrambe le aree geografiche sia in crescita: l'Unione Europea (15) passa da 343 nel 2000 a 368 nel 2005 imprese partecipate; l'America Settentrionale da 116 nel 2000 a 133 imprese nel 2005 (gli USA risultano essere il primo paese per numero di partecipazioni in Emilia-Romagna). Risultano in crescita anche le imprese partecipate dal Giappone che passano da 17 nel 2000 a 22 nel 2005.

Tavola 17. Ide in entrata 1 Gennaio 2006

	composizione % 2001	composizione % 2006	Var. % 2001-2006 valori assoluti
Unione Europea	65,6	63,8	7,3
Europa Centro-Orientale	0,2	0,0	-100,0
Altri paesi europei	5,7	5,5	6,7
Africa settentrionale	1,0	0,9	0,0
Altri paesi africani	0,2	0,5	200,0
America settentrionale	22,2	23,1	14,7
America centrale e meridionale	1,0	0,7	-20,0
Medio Oriente	0,0	0,3	nd
Asia centrale	0,2	0,2	0,0
Asia orientale	3,4	4,3	38,9
Oceania	0,6	0,7	33,3
Totale	100,0	100,0	10,3

Fonte: Reprint

3.3 Gli investimenti delle imprese emiliano-romagnole nel mondo

Sul fronte dell'internazionalizzazione in uscita, nel 2005 (dati al 1 Gennaio 2006) si sono registrate in Emilia-Romagna 791 imprese multinazionali locali a cui sono corrisposte partecipazioni in 2.289 imprese estere, pari ad oltre 100.000 dipendenti ed oltre 19.000 Mn di € di fatturato. Tali dati confermano l'importanza degli investimenti all'estero delle imprese locali. Livelli ancora inferiori rispetto a quelli fatti registrare da Piemonte e Lombardia: in queste due regioni sono presenti alcune importanti grandi imprese di livello europeo, che contribuiscono fortemente all'espansione degli investimenti in altri paesi.

Tavola 18. Imprese estere partecipazione (Ide in uscita)

	1.1.2001	1.1.2002	1.1.2003	1.1.2004	1.1.2005	1.1.2006	Var. 1° Gennaio 2005- 2006	Var. 1° Gennaio 2001- 2006
N. di imprese	2.084	2.161	2.267	2.260	2.262	2.289	1,2	9,8
Dipendenti	108.256	112.538	136.676	122.476	109.951	108.370	-1,4	0,1
Fatturato	16.803	18.103	21.485	20.026	18.808	19.759	5,1	17,6

Fonte: Reprint

Rispetto al 2000 si registra sia un incremento di 205 imprese partecipate all'estero sia un incremento del fatturato, facendo registrare una ripresa dopo due anni contrassegnati da una riduzione del valore degli indicatori. Il fatturato in particolare, risulta in forte crescita, pari al 5,6% nell'ultimo anno, e di quasi il 20% nel periodo 2000-2005. Spesso si sottovaluta il positivo impatto di un aumento del fatturato di partecipate estere sulle imprese locali. I benefici di una crescita avvenuta tramite crescita esterna ricadono anche sulle imprese controllate da quelle acquisite amplificando i suoi effetti. Sono, ad esempio, sempre di più le imprese⁷ che presentano bilanci positivi anche grazie ai risultati delle imprese estere. Non mancano ovviamente casi di delocalizzazione produttiva. Occorre però valutare sempre il saldo netto di queste operazioni poiché alla riduzione di attività produttive si possono associare maggiori attività di servizio alla produzione, spesso maggiormente qualificate.

Delle 205 nuove imprese 88 sono imputabili a nuove operazioni nel settore manifatturiero, 78 in quello del commercio all'ingrosso e 41 nei settori dei servizi più avanzati (logistica e trasporti, telecomunicazioni ed informatica, altri servizi professionali).

Tavola 19. Imprese a partecipazione estera per settore di attività

	N° imprese		Dipendenti		Fatturato (mln. euro)	
	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006
Industria estrattiva	3	3	30	31	2	2
Industria manifatturiera	639	727	90.025	89.652	11.515	13.686
Energia, gas e acqua	1	1	5	5	1	1
Costruzioni	119	117	3.347	3.417	297	328
Commercio all'ingrosso	1.133	1.211	11.578	11.030	4.561	5.113
Logistica e trasporti	107	108	1.146	1.235	237	302
Servizi di telecomunicazione e di informatica	25	53	401	986	38	151
Altri servizi professionali	57	69	1.724	2.014	152	177
Totale	2.084	2.289	108.256	108.370	16.803	19.759

Fonte: Banca dati Reprint

Il settore manifatturiero si conferma quello più dinamico, segno di un processo di espansione delle attività produttive estere da parte delle imprese industriali locali. Il settore principale nell'internazionalizzazione in

⁷ E' possibile fare una verifica dei bilanci e dei comunicati stampa delle principali imprese emiliane romagnole per verificare, anche su internet, la portata di tale fenomeno.

uscita in termini di consistenza è, invece, quello del commercio all'ingrosso per il numero delle iniziative mentre, in termini di impatto, dipendenti e fatturato, è risultato quello manifatturiero. Quest'ultimo si presenta particolarmente attivo nell'internazionalizzazione all'estero anche se, a partire dal 2003 le statistiche registrano una dinamica negativa a seguito dell'importanza di alcune dismissioni operate dalla Parmalat Spa; operazioni che hanno senza dubbio influito su tutti gli indicatori che stiamo analizzando. Si ricorda infatti che la Parmalat Spa era e rimane ancora oggi, una delle società con il più alto numero di partecipazioni estere. Sul fronte dei servizi avanzati (logistica e trasporti, servizi di telecomunicazione e di informatica, altri servizi professionale) si registra una generale crescita su tutti gli indicatori analizzati. In particolare aumenta l'incidenza di tali investimenti sul totale: al 2005 essi rappresentavano il 10% del numero delle operazioni, il 3,9% dei dipendenti ed il 3,2% del fatturato in aumento in entrambi gli indicatori.

Tavola 20. Imprese estere partecipate (Ide in uscita)

	2001	2006	Var. 2001-2006
Dimensione media fatturato	8,1	8,6	7,1
Dimensione media dipendenti	51,9	47,3	-8,86

Fonte: elaborazioni Ervet su Banca dati Reprint

Considerando gli aspetti dimensionali, i dati analizzati fanno registrare una riduzione della dimensione media in termini di dipendenti ed un contestuale incremento di quella in termini di fatturato, anche se più contenuta rispetto al caso degli investimenti in entrata. A livello settoriale, tale fenomeno è maggiormente pronunciato nell'industria manifatturiera, dove si registra una forte riduzione della dimensione media delle imprese in termini di addetti. Questo fenomeno, associato al forte incremento del numero delle nuove operazioni fa presupporre due ipotesi.

Tavola 21. Dimensione media per settore

	Dimensione media dipendenti		Dimensione media fatturato	
	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006
Industria estrattiva	10,0	10,3	0,7	0,8
Industria manifatturiera	140,9	123,3	18,0	18,8
Energia, gas e acqua	5,0	5,0	0,5	0,6
Costruzioni	28,1	29,2	2,5	2,8
Commercio all'ingrosso	10,2	9,1	4,0	4,2
Logistica e trasporti	10,7	11,4	2,2	2,8
Servizi di telecomunicazione e di informatica	16,0	18,6	1,5	2,9
Altri servizi professionali	30,2	29,2	2,7	2,6
Totale	51,9	47,3	8,1	8,6

Fonte: elaborazioni Ervet su dati Reprint

La prima è che sia in atto un effetto di ricomposizione degli investimenti a vantaggio di quelli a maggior intensità di capitale piuttosto che di lavoro. La seconda ipotesi si basa sulla considerazione che le nuove operazioni nel settore manifatturiero siano di minori dimensioni e quindi probabilmente effettuate da PMI piuttosto che da grandi imprese. L'analisi dei singoli investimenti per il periodo 2000-2004 ha evidenziato la presenza di casi che confermano entrambe le ipotesi: da un lato si registrano alcune operazioni a maggior contenuto di capitale, ad esempio l'acquisizione di laboratori o attività ad alto contenuto tecnologico, dall'altro si sono registrate alcune attività di nuovi operatori di medie dimensioni, che hanno effettuato investimenti di piccole dimensioni (imprese di 50 soli addetti).

Tavola 22. Partecipazioni di imprese dell'Emilia-Romagna all'estero al 1.1.2006

	Imprese (N.)	%	% su Italia	Dipendenti (N.)	%	% su Italia	Fatturato (Mn. euro)	%	% su Italia
Industria estrattiva	3	0,1	1,6	31	0,0	0,2	2	0,0	0,0
Industria manifatturiera	727	31,8	13,3	89.652	82,7	10,3	13.686	69,3	7,9
Energia, gas e acqua	1	0,0	0,4	5	0,0	0,0	1	0,0	0,0
Costruzioni	117	5,1	12,3	3.417	3,2	7,1	328	1,7	5,0
Commercio all'ingrosso	1.211	52,9	15,2	11.030	10,2	10,6	5.113	25,9	5,8
Logistica e trasporti	108	4,7	10,2	1.235	1,1	5,7	302	1,5	3,1
Servizi di telecomunicazioni e informatica	53	2,3	12,3	986	0,9	3,5	151	0,8	2,1
Altri servizi professionali	69	3,0	8,2	2.014	1,9	8,8	177	0,9	2,6
Totale	2.289	100,0	13,3	108.370	100,0	9,7	19.759	100,0	6,1

Fonte: Banca dati Reprint

Le considerazioni sopra riportate sono confermate anche dal confronto con la media nazionale che evidenzia come l'Emilia-Romagna sia specializzata nel settore del commercio all'ingrosso (essenzialmente filiali commerciali) e nel settore manifatturiero. A conferma di ciò si consideri infatti che, secondo un recente studio di Unioncamere⁸ su un campione rappresentativo di imprese *esportatrici* della nostra regione, è risultato che circa il 10% di queste avevano una filiale commerciale all'estero. Tale percentuale sale al 30% per le grandi imprese e scende al 4% per le piccole imprese.

Tavola 23. Ide in uscita per settore (tassonomia Pavitt)

	N° imprese		Dipendenti		Fatturato	
	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006	1.1.2001	1.1.2006
Settori tradizionali	163	176	14.185	17.494	1.661	2.345
Settori con forti economie di scala	294	338	60.438	54.167	7.553	8.220
Settori specialistici	139	162	9.988	11.975	1.582	2.092
Settori ad elevata intensità tecnologica	43	51	5.414	6.016	719	1.029
Totale	639	727	90.025	89.652	11.515	13.686

Fonte: Reprint

L'analisi degli investimenti esteri per contenuto tecnologico dei settori dimostra un'elevata incidenza di quelli a contenuto tecnologico medio-basso (tradizionali ed a forti economie di scala) anche se nei settori tradizionali si registra un ridimensionamento relativo delle nuove operazioni. In termini dinamici, invece, a crescere maggiormente sono i settori a contenuto tecnologico medio-alto. Si noti come i settori inclusi nella categoria *"ad alta intensità tecnologica"* siano i soli a presentare una crescita sopra la media in tutti gli indicatori. Tra questi sono i settori dei derivati chimici e della farmaceutica a far registrare gli incrementi percentuali più significativi.

Tavola 24. Ide in uscita per settore, variazione % 1 Gennaio 2001- 1 Gennaio 2006 (tassonomia Pavitt)

	n. imprese	dipendenti	fatturato
Settori tradizionali	8,0	23,3	41,2
Settori con forti economie di scala	15,0	-10,4	8,8
Settori specialistici	16,5	19,9	32,2
Settori ad elevata intensità tecnologica	18,6	11,1	43,2
Totale	13,8	-0,4	18,9

Fonte: Reprint

⁸ Si veda a tal proposito la ricerca *"Percorsi d'internazionalizzazione delle imprese dell'Emilia-Romagna"*, curata da Unioncamere, anno 2006.

Tra i tutti i singoli settori che sono stati classificati nelle quattro categorie definite dalla tassonomia Pavitt, l'alimentare (dove sono presenti tre grandi gruppi, Parmalat Spa, Barilla Spa, Conserve Italia) risulta essere quello maggiormente attivo. Seguono quello meccanico, le ceramiche ed i prodotti in metallo⁹. Per quanto riguardano i singoli settori manifatturieri, si evince dunque che quelli più importanti siano connessi con le specializzazioni manifatturiere regionali e con la presenza di grandi gruppi industriali che trainano gli investimenti.

In uno studio realizzato per conto dell'Assessorato delle Attività Produttive dell'Emilia-Romagna, che verrà diffuso prossimamente nel sito dell'Ervet¹⁰, abbiamo analizzato i dati delle imprese finanziate dal PRRITT (Piano Regionale per la Ricerca Industriale, l'Innovazione ed il Trasferimento Tecnologico) con l'internazionalizzazione delle imprese per stimare l'incidenza di quest'ultime sugli investimenti in innovazione nella regione. Lo studio ha riguardato i due bandi della Misura 3.1, che finanzia nell'ambito del PRRITT le iniziative di ricerca presentate dalle imprese, relativi a progetti d'innovazione di prodotto e di processo fino alla realizzazione di prototipi e brevetti. Si tratta quindi di una misura rivolta alle imprese manifatturiere ed alla competitività del sistema produttivo. L'attività di ricerca di Ervet ha portato all'individuazione di 147 società di capitali, sul totale di 529 imprese, che risultavano internazionalizzate da un punto di vista produttivo, in entrata o in uscita. Un numero frutto anche dell'attività di ricerca condotta dal presente gruppo di lavoro, che, attraverso una ricerca sul campo, ha consentito l'individuazione di alcune nuove imprese internazionalizzate. Anche da questi studi emerge l'importanza strategica delle imprese internazionalizzate in uscita: esse risultano pari a 105 imprese, il 71% del totale, mentre quelle internazionalizzate in entrata sono state pari a 32 (10 sono risultate internazionalizzate in entrambi i sensi). Le imprese internazionalizzate risultano mediamente più strutturate, sia da un punto di vista giuridico sia organizzativo: il 71% delle imprese internazionalizzate sono Spa, il 34,7% sono inserite in un gruppo. Anche la produttività, misurata per valore aggiunto per dipendente e per Margine Operativo Lordo per dipendente, risulta maggiore.

Il contributo delle imprese internazionalizzate agli investimenti in innovazione finanziati dal PRRITT è stato significativo soprattutto nel caso delle imprese locali che detenevano partecipazioni all'estero. Si consideri ad esempio che dei 255 i nuovi collaboratori assunti nella R&S dal totale delle imprese internazionalizzate, pari al 29,8% del totale finanziati dalla Misura del PRRITT, 181 fanno riferimento alle imprese emiliano-romagnole internazionalizzate in uscita. Anche dai dati sugli investimenti in innovazione finanziati dal PRRITT emerge un forte ruolo esercitato dalle imprese internazionalizzate: circa il 22,6% di questi sono stati sostenuti da imprese con partecipazioni estere. Si nota quindi una certa propensione delle imprese internazionalizzate, soprattutto quelle in uscita, ad investire in innovazione. Sembra dunque confermata la tesi che vede tra l'innovazione e l'internazionalizzazione, relazioni di tipo circolari¹¹: l'innovazione determina vantaggi competitivi e rendite esclusive che consentono di poter crescere all'estero e di espandere la propria produzione; l'internazionalizzazione produttiva stimola l'attività innovativa in quanto costringe l'impresa a competere con una moltitudine di attori, a valorizzare le competenze possedute, ad innovare i prodotti e l'organizzazione della produzione.

A tali interpretazioni si vuole aggiungere un'ulteriore chiave di lettura, riferita al macrosettore manifatturiero che, a nostro avviso, contribuisce a spiegare la specializzazione settoriale degli Ide in uscita delle imprese dell'Emilia-Romagna. L'ipotesi di partenza di tale chiave di lettura si basa sulla semplice considerazione che gli Ide in uscita delle imprese nel settore manifatturiero non siano finalizzati alla pura delocalizzazione, ma siano la conseguenza di scelte strategiche. Le imprese intraprenderebbero così investimenti esteri con finalità di strategie competitive tra le quali: ampliare ulteriormente la produzione nei mercati che contano; garantire un livello stabile di offerta dei propri marchi; presidiare con una maggior differenziazione dell'offerta il singolo mercato di destinazione finale; investire in ricerca.

⁹ Si rinvia al lavoro di Mariotti, M. Mutinelli, *L'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri delle imprese dell'Emilia-Romagna, Ervet, 2007* (disponibile nel sito www.ervet.it) per ogni approfondimento settoriale.

¹⁰ Ervet (a cura di), *Innovazione e internazionalizzazione produttiva delle imprese in Emilia-Romagna: l'azione del PRRITT, 2007*.

¹¹ Si veda L. Piscitello, C. Rossi, *Capacità innovativa, spillovers e crescita internazionale. Un'analisi a livello provinciale in ISTAT-ICE, Commercio estero e attività internazionali delle imprese, anno 2006*.

Tavola 25. Composizione dell'export in valore e numero delle imprese estere partecipate, anno 2005

	Composizione % export	Composizione % Ide in uscita
Macchine ed apparecchi meccanici	33,9	22,1
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	10,8	0,8
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	9,9	8,4
Prodotti alimentari e bevande	6,9	27,9
Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali	6,4	4,7
Articoli di abbigliamento; pellicce	5,6	4,1
Prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	3,5	8,3
Prodotti della metallurgia	3,4	1,0
Macchine ed apparecchi elettrici n.c.a.	2,7	2,9
Articoli in gomma e materie plastiche	2,6	2,1
Apparecchi medicali, apparecchi di precisione, strumenti ottici e orologi	2,6	1,4
Prodotti tessili	2,6	4,3
Mobili e altri prodotti delle industrie manifatturiere n.c.a.	2,3	1,5
Altri mezzi di trasporto	1,8	0,1
Cuoio, articoli da viaggio, borse, marocchineria, selleria e calzature	1,7	2,2
Apparecchi radiotelevisivi e apparecchiature per le comunicazioni	1,5	0,7
Macchine per ufficio, elaboratori e sistemi informatici	0,6	0,7
Pasta da carta, carta, cartone e prodotti di carta	0,4	0,4
Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in materiali da intreccio	0,4	3,2
Prodotti dell'editoria e della stampa e supporti registrati	0,3	3,3
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	0,1	0,0
Prodotti a base di tabacco	0,0	0,0

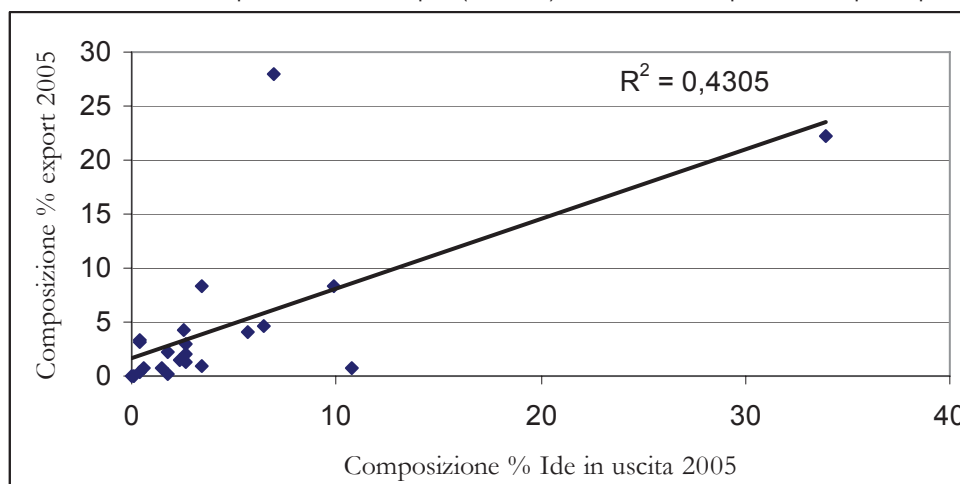
Fonte: elaborazioni Ervet su dati Istat, Reprint

Tale ipotesi presuppone di verificare se sia presente un'associazione tra i settori manifatturieri nei quali la nostra regione ha raggiunto un'elevata consistenza del livello di esportazioni con i settori nei quali si sono registrati il maggior numero di operazioni all'estero da parte delle imprese locali (i dati relativi al fatturato delle imprese estere sono coerenti con la numerosità). Abbiamo quindi analizzato la composizione delle esportazioni per settore manifatturiero per l'Emilia-Romagna al 2005 e confrontato tale composizione con la consistenza del numero delle imprese estere partecipate da imprese della regione al 2005 (al 1 Gennaio 2006). Dalla tabella sopra esposta risulta evidente come tale associazione sia molto significativa¹². Eccezion fatta per il settore alimentare e delle bevande, che presenta un elevato numero di imprese estere partecipate a seguito delle attività di due grandi gruppi industriali, negli altri settori si nota una certa coerenza tra consistenza dell'export e consistenza degli investimenti all'estero come riportato nel grafico sotto riportato. Un'ulteriore verifica è stata effettuata sui dati disponibili eliminando il settore delle macchine ed apparecchi meccanici in quanto si tratta di un *outlayer* in quanto è il settore che in termini di export svetta sugli altri. Esso è il primo settore in termini di esportazioni ma anche il secondo in termini di Ide in uscita. La correlazione tra i dati così ridotti dimostra così un'associazione molto elevata¹³.

¹² Il livello di verosimiglianza della relazione esistente tra le due variabili considerate è pari ad R quadro di 0,43.

¹³ In tale caso il R quadro è risultato ancora più alto che nel precedente caso e precisamente pari a 0,82.

Tavola 26. Correlazione tra la composizione % dell'export (in valore) ed il numero di imprese estere partecipate, anno 2005



Fonte: elaborazioni Ervet su dati Istat, Reprint

Questa analisi non ha di certo valore definitivo visto la tipologia di dati qui considerati, ma avvia una serie di riflessioni che potranno essere verificate attraverso una ricerca delle imprese sul campo. Inoltre la dimostrazione con modelli econometrici di tale ipotesi richiederebbe ulteriori funzioni e dati di maggior dettaglio. Riteniamo comunque, tale analisi di sicuro interesse e stimolante per comprendere meglio il fenomeno degli Ide. Tali ipotesi sono inoltre suffragate anche dai dati degli Ide per paese che andiamo ora ad esaminare.

Similmente a quanto avviene nella composizione delle esportazioni, l'Unione Europea a 15 paesi risulta essere l'area di destinazione preferita dalle imprese regionali, seguita dall'Europa centro orientale e dall'America Settentrionale (USA e Canada). L'Unione Europea e gli Stati Uniti rappresentano due aree strategiche per gli investimenti all'estero delle nostre imprese: il 78% del fatturato realizzato all'estero e quasi il 56,5% dei dipendenti delle imprese partecipate dall'Emilia-Romagna. Risultano invece contenuti gli investimenti in aree quali l'Europa centro-orientale, il Mediterraneo e l'Asia Centrale.

Tavola 27. Partecipazioni di imprese dell'Emilia-Romagna all'estero al 1.1.2006

	Imprese (n.)	% su Italia	Dipendenti (n.)	% su Italia	Fatturato (mln. euro)	% su Italia
Unione Europea (15 paesi)	1.000	14,0	51.685	11,6	11.893	6,1
Europa centro-orientale	367	12,0	17.141	7,0	1.055	4,7
Altri paesi europei	82	11,6	2.482	6,4	535	3,6
Africa settentrionale	57	11,7	2.051	5,8	116	1,3
Altri paesi africani	36	14,6	6.078	28,1	489	9,0
America settentrionale	250	13,3	9.520	10,8	3.520	11,8
America centrale e meridionale	184	12,5	9.768	7,7	768	3,4
Medio Oriente	12	6,7	468	7,3	163	7,9
Asia centrale	27	10,5	1.102	5,2	98	1,8
Asia orientale	221	14,1	6.321	7,4	622	4,8
Oceania	53	24,3	1.754	27,6	499	19,8
Totale	2.289	13,3	108.370	9,7	19.759	6,1

Fonte: Reprint

Dal confronto con la media nazionale si evince che l'Emilia-Romagna è particolarmente presente nell'Unione Europea (UE 15), soprattutto in Francia e Germania con, rispettivamente, 250 e 215 imprese. In particolare la Germania fa registrare una crescita del numero dei dipendenti tra le più elevate sia in valore assoluto sia in valore percentuale (ha influito su tale indicatore le operazioni effettuate dal gruppo Barilla Spa).

La presenza della regione risulta superiore alla media anche in Asia Orientale ed Oceania.

Per quanto concerne il flusso di investimenti nelle aree BRICS si conferma un scarso interesse delle imprese della nostra regione. Il numero delle imprese estere partecipate si presenta nella maggior parte di questi paesi modesta ed addirittura, in alcuni casi, in riduzione in termini di quote: il Brasile conta 68 imprese

partecipate al 2005 contro le 74 del 2000; la Cina ne conta 86 al 2005, appena 6 in più rispetto al 2000; l'India ne conta 23 al 2005, lo stesso numero del 2000; infine il Sud Africa fa registrare 11 imprese partecipate, contro le 15 del 2000. Tali numeri confermano uno scarso interesse delle imprese regionali per la realizzazione di investimenti in aree che pure presentano prezzi relativi nei beni e nei servizi molto inferiori rispetto a quelli italiani. I paesi BRICS risultano quindi interessanti come mercati e non già, almeno fino ad ora, come destinazione di attività produttive a basso costo.

Tavola 28. Composizione % degli Ide in uscita per paese

	N. imprese		Dipendenti		Fatturato	
	01.01.2001	01.01.2006	01.01.2001	01.01.2006	01.01.2001	01.01.2006
Unione Europea (15 paesi)	43,0	43,7	25,7	47,7	44,4	60,2
Europa centro-orientale	13,5	16,0	13,2	15,8	4,1	5,3
Altri paesi europei	4,2	3,6	1,9	2,3	3,3	2,7
Africa settentrionale	2,3	2,5	1,8	1,9	0,5	0,6
Altri paesi africani	1,9	1,6	5,6	5,6	2,1	2,5
America settentrionale	11,5	10,9	15,6	8,8	26,0	17,8
America centrale e meridionale	9,8	8,0	25,1	9,0	12,4	3,9
Medio Oriente	0,6	0,5	0,4	0,4	0,9	0,8
Asia centrale	1,2	1,2	1,1	1,0	0,5	0,5
Asia orientale	9,5	9,7	5,2	5,8	3,2	3,1
Oceania	2,5	2,3	4,4	1,6	2,7	2,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione dati Reprint

In termini di dinamica, nel periodo preso in esame (2000-2005), si registra un forte incremento delle partecipazioni verso l'Unione Europea ed, in misura minore, verso l'Asia Orientale (essenzialmente Giappone). Sono, ovviamente, in aumento anche le partecipazioni estere verso l'Europa centro-orientale ma queste rimangono, in termini d'impatto, assai contenute nel valore del fatturato realizzato. E' comunque evidente, che anche per le imprese della nostra regione, si è avuto un processo di delocalizzazione di attività produttive in questi paesi. Si ricorda però, che l'area di destinazione in cui si è avuto il maggior incremento di addetti e fatturato da parte di imprese partecipate da imprenditori emiliani romagnoli è l'Unione Europea a 15, costituita dai paesi che hanno aderito all'Euro.

A nostro avviso, questo quadro di analisi degli Ide in uscita per paese di destinazione dimostra come gli investimenti esteri siano prevalentemente orientati ai paesi più avanzati dove è alta la valenza strategica degli investimenti, piuttosto che nei confronti di aree a basso costo del lavoro.

3.4 Conclusioni

Nel presente capitolo è emerso che gli investimenti diretti esteri sono uno dei principali strumenti utilizzati nelle strategie competitive delle imprese per cogliere le opportunità offerte dall'apertura dei mercati, per sfruttare i differenziali nei prezzi relativi dei beni e dei servizi, per acquisire competenze e conoscenze in seno ad altre imprese localizzate nel mondo. Rafforzare il proprio posizionamento competitivo è l'obiettivo alla base di queste strategie trasformando l'organizzazione del lavoro e della produzione verso l'allungamento di reti produttive. Questo processo condiziona, come visto nel primo paragrafo, lo sviluppo e la crescita economica dei territori.

Dai primi anni novanta ad oggi, mentre l'interscambio commerciale mondiale incrementava mediamente del 7/8 per cento all'anno, gli Ide nel mondo sono cresciuti a ritmi ancora più sostenuti anche se in modo altalenante. Il loro impatto sulle performance delle imprese è stato, nella maggioranza dei casi, molto positivo, ha guidato la riorganizzazione e l'espansione delle imprese, ha avuto impatti importanti nell'economia di molti territori. Alcuni di questi investimenti hanno avviato processi di delocalizzazione produttiva dai paesi industrializzati a quelli definiti in via di sviluppo; in modo particolare come frutto di strategie di contenimento dei costi del lavoro nei settori manifatturieri. In altri casi si è assistito alla nascita di vere e proprie interdipendenze produttive tra paesi, con indiscutibili vantaggi connessi con la valorizzazione di aziende e competenze locali attraverso capitali esteri. In altri casi ancora, la realizzazione degli investimenti esteri sono stati lo strumento strategico delle imprese per il presidio di nuovi mercati, la creazione di servizi post vendita più strutturati, la realizzazione di nuove linee produttive; attività che hanno contribuito all'affermazione di strategie "win-win", con il conseguente vantaggio sia per i paesi di destinazione degli investimenti sia per quelli di origine. Opportunità emerse per i territori sia nel caso di paesi ospitanti sia nel caso di paesi promotori di investimenti esteri.

Dalle evidenze riportate nel presente capitolo e dalle analisi recenti sul fenomeno è del tutto evidente che gli investimenti esteri riguardano oramai sia i paesi avanzati sia i paesi in via di sviluppo e coinvolge tutti i settori, dalle produzioni tradizionali ai laboratori tecnologici, dall'agricoltura alla finanza. In molti paesi, avanzati e non, l'incidenza di tali investimenti è tale da condizionare le dinamiche della crescita economica e da accompagnare grandi processi di cambiamento produttivo. Nell'Unione Europea, ad esempio, si sta assistendo ad un processo di integrazione produttiva sostenuto anche grazie a tali investimenti. L'impatto di questi sarà valutabile solo nei prossimi anni; certo è che le sinergie e l'interscambio di conoscenze ha un potenziale tale da rendere tale fenomeno come uno degli avvenimenti industriali più interessante dell'ultimo decennio.

L'investimento estero è dunque uno strumento delle aziende che serve per cogliere delle opportunità o attuare delle specifiche strategie mirate ad una maggiore competitività. Un dato su cui varrebbe la pena di indagare maggiormente; ricordiamo ad esempio, che le imprese partecipate all'estero spesso generano profitti a beneficio dell'intero raggruppamento societario e che l'organizzazione di imprese operanti in molti paesi spesso genera maggiori competenze, conoscenze, relazioni di tipo strategico sui mercati e sulla conoscenza dei settori produttivi.

L'Italia è collocata in questo contesto internazionale ai margini dei grandi flussi. Pur essendo in continuo, anche se lento miglioramento, il nostro paese dimostra grandi difficoltà sia nell'attrazione di capitali esteri sia nella capacità delle nostre imprese di cogliere i vantaggi localizzativi in altri paesi. L'Emilia-Romagna è inserita in questo difficile contesto soffrendo dei punti deboli del sistema paese. La posizione della regione rispetto al quadro nazionale presenta alcuni elementi positivi e qualche elemento di criticità nell'attrazione di capitali esteri. Le imprese emiliane romagnole si sono dimostrate molto attive nell'investimento all'estero senza mostrare ad oggi segni rilevanti di delocalizzazione. Questo dato non è scontato, se si considera che ciò è avvenuto mentre in altre regioni italiane si sono registrati elevati investimenti in paesi a basso costo del lavoro. L'Emilia-Romagna ha infatti registrato un maggior interesse verso le aree avanzate del mondo, seguendo strategie che puntano, alla valorizzazione delle esportazioni, alla ricerca della qualità, all'incremento della capacità produttiva e non alla sua sostituzione.

I dati presentati nel terzo paragrafo ci inducono a considerare gli Ide come uno degli strumenti di sviluppo delle imprese anche nell'innovazione. Da un lato gli Ide si configurerebbero quindi come uno strumento strategico successivo rispetto alla penetrazione commerciale nei mercati e a questa sussidiario. In una prima fase le imprese cercano di entrare nei mercati, attraverso strategie incentrate più alla promozione dei propri prodotti, ed una volta conquistati le prime quote di mercato, ampliano la propria presenza con nuove attività manifatturiere, servizi di assistenza, controllo dei canali distributivi. Da un altro lato gli Ide rappresentano un

canale privilegiato per spillovers tecnologici e incentivano le imprese ad investire in innovazione ed a concentrarsi nelle fasi produttive a maggior contenuto di conoscenza¹⁴.

In Emilia-Romagna tale scenario potrebbe essere, alla luce dei dati qui riportati, ancora più significativo.

La crescita competitiva è quindi frutto di strategie delle imprese che contemplan azioni più strutturate e ad ampio raggio. Questo riflette la tendenza delle aziende ad allungare le reti produttive, uscendo dal solo ambito locale e dal confine del distretto senza tuttavia, sradicarsi dal territorio. Segno anche che le specializzazioni manifatturiere connesse alla tradizione industriale regionale hanno ormai raggiunto livelli di competitività sostenibili nello scenario internazionale sempre più globalizzato.

Sotto questa veste, pur considerando che sarà il mercato a decidere la direzione e l'intensità di questi flussi, le policy in favore della promozione delle nostre imprese all'estero rivestono un ruolo cruciale per lo sviluppo del territorio: non solo attraverso la promozione commerciale all'estero ma anche tramite l'internazionalizzazione produttiva. Un legame stretto fra export e Ide che vede il tema non più separato ed alternativo come in passato ma integrato secondo un approccio sistemico più complesso, che deve necessariamente coinvolgere anche le imprese di minori dimensioni. Senza ovviamente sottovalutare la presenza di fenomeni di disinvestimento o di delocalizzazione che potranno comunque presentarsi nei prossimi anni.

¹⁴ R. Antonietti, G. Cainelli, *Production Outsourcing, Organizational Governance and Firm's Technological Performance: Evidence from Italy*, Fondazione Enrico Mattei, 2007.

Bibliografia

Unioncamere (a cura di), *Percorsi d'internazionalizzazione delle imprese dell'Emilia-Romagna*, 2006

Area Studi dell'ICE (a cura di), *La posizione competitiva dell'Italia nell'economia internazionale*, Ministero delle Attività Produttive, 2005

Ervet (a cura di), *Competizione, fra internazionalizzazione e attrattività dei territori*, materiali di Convegno Giugno 2005, www.ervet.it

Ervet (a cura di), *Innovazione e internazionalizzazione produttiva delle imprese in Emilia-Romagna: l'azione del PRRITT*, 2007

S. Mariotti, M. Mutinelli, *L'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri delle imprese dell'Emilia-Romagna*, Ervet, 2007. Disponibile nel sito www.ervet.it

Alessandro Aronica (A cura di), *Come cambia un modello*, Donzelli, 2005

Mariotti S., Mutinelli M., *Italia multinazionale 2004. Le partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia*, ICE, Roma, 2005

ISTAT-ICE, *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, anno 2006

UNCTAD, *World Investment Report*, ONU, 2006

UNCTAD, *Statistiche sui flussi di Ide a livello mondiale* disponibili in www.unctad.org

ISTAT, *Statistiche sul commercio estero* in www.coeweb.istat.it

INFOCAMERE, *Statistiche sui movimenti anagrafici delle imprese* in www.infocamere.it

UFFICIO ITALIANO CAMBI, *Statistiche sui flussi finanziari degli investimenti diretti esteri* (www.uic.it)

R. Antonietti, G. Cainelli, *Production Outsourcing, Organizational Governance and Firm's Technological Performance: Evidence from Italy*, Fondazione Enrico Mattei, 2007

4. Le politiche della Regione Emilia-Romagna per l'internazionalizzazione del sistema produttivo regionale

4.1 Le politiche regionali per l'internazionalizzazione: un quadro d'insieme

La Regione ha inserito, già dal 1999, le politiche di promozione dell'internazionalizzazione delle imprese nell'ambito di una programmazione più ampia ed integrata per lo sviluppo del sistema produttivo emiliano-romagnolo, insieme agli interventi a supporto dell'innovazione, della ricerca industriale e della crescita d'impresa. Lo strumento attuativo di queste politiche è stato il Programma Triennale per le Attività Produttive, approvato per la prima volta nel 1999 e rinnovato nel 2003.

In particolare, il primo Programma triennale (1999-2001), ha dedicato un Asse intero, il quarto, alla definizione degli interventi pubblici a supporto dei processi di internazionalizzazione del tessuto produttivo regionale: programma promozionale, bandi per i consorzi export, servizi alle imprese, operatività del fondo di garanzia. Il Programma recepisce poi gli indirizzi identificati dal Master Plan per l'Internazionalizzazione, realizzato dalla Regione, in cui si identificano le modalità ottimali per affiancare le piccole e medie imprese del territorio nei processi di internazionalizzazione produttiva, creando a Bologna, nell'ambito dell'Accordo di Programma Regione/Ministero per il Commercio Estero siglato nel 1996, uno sportello operativo in grado di dare informazioni ma soprattutto di garantire alle imprese un punto unico per istruire le pratiche di richiesta di finanziamenti SIMEST e di assicurazione SACE. Lo Sportello nasce così nell'ottobre 1999, frutto dell'Intesa fra Regione e Ministero del Commercio Internazionale, organizzato come modulo organizzativo che coinvolge oltre alla Regione, l'ufficio di Bologna di ICE presso il quale aveva sede, il personale di SIMEST e SACE.

Il secondo Programma triennale delle Attività produttive della Regione Emilia-Romagna (2003-2005) rilancia le politiche di internazionalizzazione estendendone la portata per obiettivi, paesi-focus e impegno finanziario. Le novità principali riguardano l'enfasi sul sistema territoriale e sull'aggregazione delle imprese sulla base delle filiere produttive.

Il quadro congiunturale che il nuovo programma doveva affrontare era profondamente cambiato, l'Italia attraversava una crisi produttiva da cui sta lentamente uscendo, con tassi di crescita modesti e forti difficoltà nel mantenimento delle quote di mercato, nonostante il commercio internazionale viva una fase di crescita senza precedenti grazie all'emergere dei BRIC. Questa situazione fa sì che obiettivo fondamentale della Regione non sia più solo quello della fornitura di servizi a livello territoriale a singole imprese, ma quello di garantire una spinta propulsiva lungo nuove strategie.

Emerge così e si afferma la necessità di far confluire le risorse (sempre più scarse) a favore dei processi di internazionalizzazione delle imprese lungo 5 priorità strategiche fondamentali:

1. promozione internazionale del sistema produttivo regionale attraverso il supporto ai percorsi di internazionalizzazione di filiera delle PMI;
2. promozione delle forme aggregate all'internazionalizzazione sia temporanee che permanenti;
3. internazionalizzazione del sistema fieristico regionale;
4. internazionalizzazione del sistema regionale di innovazione, ricerca e sviluppo;
5. valorizzazione internazionale del sistema produttivo in un'ottica di marketing territoriale.

L'Emilia-Romagna adotta così un modello di servizi all'internazionalizzazione del tutto particolare, con l'internazionalizzazione non solo della funzione di definizione delle politiche e della loro valutazione, ma anche dell'erogazione diretta dei servizi alle imprese. La maggior parte delle altre Regioni delega invece la somministrazione dei servizi ad una Agenzia di tipo privato (come Toscana e Lazio) o al Sistema camerale.

In questi anni lo Sportello, anche grazie all'intensa collaborazione con le Associazioni imprenditoriali, le Fiere, le Università, il Sistema camerale, gestisce direttamente 77 progetti internazionali, che danno vita a 95 eventi convegnistici, 58 missioni in entrata, 59 in uscita, con il coinvolgimento di oltre 2500 imprese ogni anno. L'Emilia-Romagna figura sempre nelle posizioni di testa nel ricorso agli strumenti SIMEST e per operazioni SACE, il Fondo di garanzia esaurisce a fine 2005 i fondi in dotazione. Il budget complessivo

destinato all'internazionalizzazione cresce, fra il 2003 e il 2006, da 7 a 10 milioni di euro l'anno, di cui oltre il 60% destinati ai contributi diretti alle imprese.

Durante il 2006 si è portato a compimento il processo di focalizzazione avviato negli anni precedenti: attraverso l'operare di 14 progetti promozionali si sono realizzate iniziative quasi esclusivamente nei BRIC, il 70% delle risorse finanziarie regionali sono state destinate al supporto di aggregazioni di PMI, si sono privilegiati le iniziative di filiera, si è data grande enfasi alle iniziative di collaborazione industriale e di trasferimento tecnologico.

In vista del successivo Terzo Programma triennale per le Attività produttive per il periodo 2007-2009, nel 2006 è stata definita una nuova fase di attività, frutto dell'Accordo con Unioncamere del dicembre 2005 e del lavoro congiunto realizzato nel 2006, sia in termini organizzativi che, soprattutto, di cogestione di progetti di sistema come il Progetto Cono Sur e il progetto speciale Cina. Tale cambiamento è risultato perfettamente in linea con le indicazioni che il Ministero per il Commercio Internazionale ha espresso nelle nuove linee direttrici triennali recentemente approvate.

E' una grande opportunità di convergenza delle politiche e degli interventi della Regione con quelli del sistema camerale che fornisce servizi a sportello sull'internazionalizzazione, dà contributi, svolge un'intensa attività di informazione e animazione territoriale. Obiettivo ideale perseguito è quello dell'identificazione di una programmazione unitaria Regione/Sistema camerale regionale che superi la duplicazione degli interventi e arrivi alla realizzazione di un unico programma promozionale e a un solo sistema di supporto reale e finanziario alle imprese lungo percorsi di internazionalizzazione unitari.

4.2 L'organizzazione dello SPRINT-ER e l'Accordo tra Regione e Unioncamere Emilia-Romagna

Lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione dell'Emilia-Romagna (SPRINT-ER) ha attraversato, in estrema sintesi, tre fasi organizzative:

- 1^a fase, 1999-2002: la sperimentazione come modulo organizzativo presso ICE;
- 2^a fase, 2003-2005: la nascita del Servizio Sportello regionale per l'internazionalizzazione delle imprese e la gestione regionale;
- 3^a fase, da dicembre 2006: l'articolazione territoriale a rete.

La terza fase dello Sportello è frutto dell'Accordo con Unioncamere del dicembre 2005 e del lavoro congiunto realizzato nel 2006 sia in termini organizzativi che soprattutto di cogestione di progetti di sistema come il progetto Cono Sur e il progetto speciale Cina. L'Accordo di collaborazione operativa tra Regione Emilia-Romagna, Unione regionale delle Camere di Commercio e Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna per le attività di internazionalizzazione, siglato nel dicembre 2005 con l'intento di rendere più incisiva la collaborazione tra Regione Emilia-Romagna e Sistema camerale per la gestione dei progetti promozionali condivisi e delle strategie per la penetrazione sui mercati considerati prioritari, segna anche una riforma importante nella conformazione dello SPRINT-ER, la più radicale avvenuta dal 1999, anno della sua nascita. L'Accordo prevede infatti che l'operatività dello SPRINT-ER, fino a questo momento concentrata nella sede centrale del Servizio Sportello per l'internazionalizzazione, si strutturi in una rete di Sportelli attivati presso ciascuna delle Camere di Commercio o di loro strutture operative. L'ingresso di Unioncamere e del Sistema camerale nello Sportello è definitivamente sancita con la firma nel novembre del 2006 del *"Protocollo Operativo tra Ministero del Commercio Internazionale, Regione Emilia-Romagna, ICE, SACE, SIMEST e Unioncamere Emilia-Romagna per la gestione dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione – SPRINT-ER"*.

Dal dicembre 2006 sono dunque attivi presso ogni Camera di Commercio regionale gli Sportelli territoriali, la cui attività garantisce l'erogazione dei servizi a livello provinciale, apportando notevoli vantaggi nel coinvolgimento delle imprese regionali, anche di piccole dimensioni o non ancora esportatrici nei progetti promozionali. L'avvicinamento degli Sportelli alle realtà aziendali, contribuisce inoltre a rendere più efficace lo stimolo agli investimenti in forma aggregata su base distrettuale e alla costruzione di progetti di sistema con una solida base territoriale. Mentre alle sedi presso le Camere di Commercio è dunque affidato il contatto con le realtà economiche, la sede centrale dello SPRINT-ER, collocata presso la Regione Emilia-Romagna si configura sempre di più come centro di programmazione, coordinamento e gestione operativa.

L'operatività degli Sportelli territoriali e l'omogeneità dei servizi erogati è supportata da un'azione rivolta agli operatori, tramite moduli formativi sulle tematiche più tecniche del commercio internazionale, degli strumenti finanziari e assicurativi nazionali, sulle opportunità regionali di finanziamento.

Nel corso del 2007 occorre consolidare ed espandere la struttura a rete per fornire servizi integrati avanzati alle imprese, promuovere le aggregazioni per filiera specializzata, coinvolgendo soprattutto anche le imprese di dimensioni minori, le imprese non ancora esportatrici, rendendo più efficace lo stimolo agli investimenti in forma aggregata su base distrettuale, costruendo progetti di sistema con una solida base territoriale.

4.3 I risultati dell'attività nel periodo 2003-2006

Gli interventi della regione negli anni di attuazione del secondo Programma Triennale per le attività produttive, dal 2003 fino al 2006, riflettono le priorità che sono state indicate dal programma stesso e articolate attraverso specifiche misure ed azioni. In particolare ci si è mossi lungo cinque linee operative: piccola impresa e aggregazioni di imprese, filiere produttive, paesi prioritari, sistema regionale dell'innovazione e della ricerca, internazionalizzazione delle fiere.

4.3.1 I servizi alle imprese

Lo SPRINT-ER ha un ruolo decisivo nell'offerta di servizi diretti alle imprese fornendo servizi avanzati per l'internazionalizzazione, tramite l'intervento degli operatori ICE, SACE e SIMEST, ricorrendo all'organizzazione di convegni, seminari, corsi di formazione, grandi eventi, missioni in entrata e in uscita. La partecipazione delle imprese è riassunta nella Tabella successiva.

Tavola 1. I risultati delle principali azioni di supporto alle imprese

Azioni	2003	2004	2005	2006 (stime)
Servizi SPRINT-ER*	1.150	1.665	1.405	1.246
Animazione territoriale (stima)	2.500	2.500	2.500	2.200
Missioni in entrata e in uscita	250	290	330	460

* Dati comprensivi dei servizi offerti tramite il Centro Xintiandi Emilia-Romagna a Shanghai (Cina) e il desk presso Ice a Sofia (Bulgaria).

Particolarmente intensa è stata l'attività di animazione territoriale, realizzata dallo Sportello in collaborazione con i partner istituzionali, la rete camerale e l'Università, che ha realizzato un ricco programma di seminari e incontri. L'obiettivo di questa attività è stato quello di coinvolgere imprese regionali in azioni di sistema che ne agevolassero i processi di internazionalizzazione, sia per quanto riguarda aziende alla prima esperienza su mercati esteri, sia nell'ottica di consolidare la presenza di imprese già attive su alcuni mercati di particolare rilievo.

Una parte rilevante delle missioni in uscita è stata costituita dalle missioni di operatori economici: partecipazioni collettive a fiere e manifestazioni internazionali significative per le filiere regionali (nel 2006 si segnala in particolare il CISMEF, la Fiera Internazionale delle PMI che si è tenuta a Canton nel 2006, come evento centrale dell'Anno dell'Italia in Cina, e che ha visto una nutrita partecipazione imprenditoriale emiliano-romagnola), o visite aziendali e incontri *one-to-one* come nel caso della missione in Brasile e Cile. Sono inoltre state effettuate visite istituzionali volte a rafforzare rapporti istituzionali ed economici, o all'identificazione di nuove opportunità di business.

Fra i servizi paese adattati alle esigenze delle piccole imprese, il più rilevante è sicuramente il Centro servizi di Shanghai, che nel quinquennio ha svolto attività a favore di oltre 1.000 imprese regionali. Sono stati operativi fra il 2002 e il 2006 anche i Desk di Sofia (presso ICE), Sarajevo (presso la sede della Camera di Commercio di Ravenna a Sarajevo), Belgrado (presso la locale Camera di Commercio) e Buenos Aires (presso l'ufficio di ICE).

Infine, sono state avviate importanti iniziative anche nel campo dell'alta formazione; in particolare l'avvio dei 2 Master in processi di internazionalizzazione delle imprese, presso le Università di Modena e Reggio

Emilia e di Bologna, volti a formare tecnici qualificati in grado di supportare in particolare le piccole e medie imprese della regione nell'elaborazione di strategie di penetrazione sui mercati esteri.

4.3.2 L'accesso agli strumenti nazionali

E' molto alto il ricorso da parte del sistema produttivo regionale agli strumenti nazionali di SACE e SIMEST. A concorrere a determinare la leadership nazionale vanno sicuramente segnalati l'operare con lo Sportello degli operatori SACE e SIMEST, tramite personale dedicato, e il funzionamento dal 2002 al 2005 del Fondo di garanzia per le operazioni di investimento commerciale previste dalla L. 394/81.

Tavola 2. Partecipazione delle imprese regionali agli strumenti SIMEST, 2002-2005

Operazioni SIMEST con aziende Emiliano-Romagnole								
	2002		2003		2004		2005	
	Numero	Importo (in migliaia di Euro)	Numero	Importo (in migliaia di Euro)	Numero	Importo (in migliaia di Euro)	Numero	Importo (in migliaia di Euro)
L.100/90	15	96.274,00	8	40.183	10	97.029,00	10	49.739,00
L. 394/81	36	44.495,00	27	34.617	36	42.875,00	31	41.850,00
D.m. 136/00	14	3.372,00	14	3.403	12	3.203,00	7	2.145,00
227/77	16	208.579,00	19	253.150	26	554.552,00	15	130.045,00
L. 304/90	7	683,00	13	958	10	793,00	5	402,00
Totale	88	353.403,00	81	332.311,00	94	698.452,00	68	224.181,00

Tavola 3. Utilizzo dei Fondi di garanzia per consorzio gestore, 2002-2005

Utilizzo fondo di garanzia				
	2003/2004		2005	
	n. operazioni garantite	totale impegni	n. operazioni garantite	totale impegni
Fidindustria	28	6.181.048,95	8	3.150.817,05
Artigiancredit	12	2.026.570,83	4	2.223.583,17
Coop.E.R.Fidi	0	0,00	0	0,00
Totale	40	8.207.619,78	12	5.374.400,22

Sulla base dell'analisi delle domande accolte nel 2005 da parte di SIMEST, l'Emilia-Romagna è risultata una delle regioni italiane più attive relativamente all'utilizzo dei finanziamenti per l'internazionalizzazione del sistema di piccola e media impresa verso i paesi extra-UE¹. I dati relativi alla performance emiliano-romagnola rispetto alle operazioni di Costituzione di Imprese all'estero² rilevano, infatti, l'attestarsi della nostra regione immediatamente dopo Lombardia e Veneto, con una percentuale del 14,5% delle operazioni per un valore del 22,7%; una notevole dinamica rispetto lo scorso anno quando la percentuale era rispettivamente del 6 e 2 %; in termini assoluti si passa da un valore di 5,8 milioni di euro a quasi 32. Anche con riguardo ai Crediti agevolati all'esportazione l'Emilia-Romagna segna dei dati positivi attestandosi al secondo posto tra le regioni italiane con una percentuale del 25,9% per un valore complessivo del 12,5%.

I dati regionali relativi ai paesi e ai settori maggiormente interessati dalle iniziative imprenditoriali confermano il trend fatto segnare anche a livello nazionale. Relativamente alla Costituzione di Imprese all'estero i dati 2005 diffusi da SIMEST pongono al vertice le regioni dell'Europa Centro Orientale e dell'Asia, rispettivamente con 48 e 18 operazioni approvate per un valore pari a 70 e 30 MI di Euro. A livello di singoli paesi spicca il dato relativo alla Cina che con 17 operazioni accolte (dal valore complessivo di 29 MI di Euro) risulta il paese destinatario di maggiore attenzione a livello nazionale, seguito dalla Russia con 10 operazioni approvate per complessivi 36 ml. di euro e dalla Romania. Il settore che registra il maggior numero di operazioni è di gran lunga quello elettromeccanico e meccanico con una percentuale del 40%, seguito a distanza da edilizia e costruzioni, farmaceutico e moda.

Con riferimento, invece, agli Studi di Fattibilità/Prefattibilità e Assistenza Tecnica,³ la Romania rappresenta il paese verso il quale sono state accolte il maggior numero di operazioni (19 per un valore di 18 ml. di euro),

¹ In particolare L.100/90 e L. 19/91 - Investimenti produttivi all'estero; D.Lgs 143/98, Art. 22 comma 5 - Studi di Fattibilità, Prefattibilità e Assistenza Tecnica; D.Lgs 143/98, Capo II - Crediti agevolati all'esportazione.

² L.100/90 e L. 19/91.

³ D.Lgs 143/98, Art. 22 comma 5.

seguita da Cina (10 operazioni per 14 ml. di euro) e dagli USA, prevalentemente concentrate nel settore della fabbricazione di prodotti in metallo (50% del valore complessivo delle operazioni accolte).

I valori relativi ai Crediti agevolati all'esportazione⁴ indicato, infine, una sostanziale prevalenza dei paesi dell'America Latina (1.575 ml. di Euro suddivisi su 17 operazioni) seguiti da quelli dell'Europa Orientale, con in testa la Russia (24 operazioni per 401 ml. di euro).

Infine per quanto riguarda le operazioni L. 394, per le quali è possibile accedere anche al Fondo di garanzia Confidi, nel 2005 si è registrato una leggera flessione nel numero delle operazioni rispetto l'anno precedente ma a fronte di un livello analogo di investimento previsto e un incremento della quota nazionale.

Per quanto riguarda SACE, sono state deliberate nel periodo 2002-05 148 operazioni per un importo pari all'8 % dell'operatività complessiva. Le operazioni deliberate per l'Emilia-Romagna riguardano diversi paesi, con una concentrazione particolare verso il Brasile (11%), il Messico (9%), Turchia e Russia (6%) e, da un punto di vista settoriale, si concentrano principalmente nella filiera della meccanica (68%).

Tavola 4. Ricorso delle imprese regionali agli strumenti SACE, 2002-2005

	2002	2003	2004	2005
Nr. Aziende incontrate	99	134	n.d.	188
Nr. Operazioni deliberate	93	112	180	148

SACE negli ultimi anni ha intrapreso un processo di trasformazione per rispondere in modo più efficace e efficiente alle esigenze di imprese e banche italiane impegnate nei mercati esteri, attraverso una revisione della struttura organizzativa, lo sviluppo di nuovi prodotti innovativi e l'ampliamento della propria operatività. Questi mutamenti dovrebbero quindi riflettersi in un ulteriore miglioramento dei risultati ottenuti sul territorio regionale, grazie anche alla recente apertura (nel 2006) di un proprio ufficio a Modena.

4.3.3 La partecipazione ai bandi regionali per le imprese in forma aggregata

Per colmare il fattore cruciale di debolezza delle imprese regionali, il deficit dimensionale, il secondo Programma triennale per le Attività produttive della Regione ha previsto strumenti che incentivino l'aggregazione delle PMI attorno a progetti di internazionalizzazione di medio e lungo periodo. Questo tipo di intervento prevede l'impiego di diversi strumenti di aggregazione:

- per progetto promozionale di sistema;
- attraverso l'erogazione di servizi paese;
- attraverso bandi per aggregazioni temporanee;
- attraverso bandi per aggregazioni permanenti.

Lo Sportello ha svolto nel corso del periodo un'attività fondamentale di promozione e animazione territoriale relativa alle opportunità finanziarie offerte dalla Regione tramite due bandi per iniziative di internazionalizzazione in forma aggregata, sia in fase di lancio dei bandi sia di follow-up delle iniziative. I due bandi sono inseriti nell'ambito della Misura 5.2. del Programma triennale per le Attività Produttive della Regione Emilia-Romagna:

1. riformando il bando preesistente per le aggregazioni permanenti in Consorzi Export (Mis. 5.2.C), cioè per le forme stabili di aggregazione, trasformandolo dal 2004 da una forma di contribuzione *ex post* ad una approvazione *ex ante* per programmi e progetti;
2. creando un nuovo bando per iniziative promozionali sui mercati prioritari tramite la costituzione di forme aggregate di scopo (Mis. 5.2.D) con un'attività promozionale e di assistenza tecnica volta a massimizzare la partecipazione delle imprese regionali.

La tendenza ad operare con percorsi di internazionalizzazione in forma aggregata, soprattutto per imprese della stessa filiera, è stato possibile grazie al supporto fondamentale delle Associazioni di categoria che hanno facilitato il coinvolgimento e la fidelizzazione di numerose imprese regionali, in particolare appartenenti alle filiere dell'automotive, della meccanica, dell'agroindustria, dell'abitare e costruire e, grazie al supporto degli Enti fieristici regionali, la partecipazione di imprese delle filiere abitare e costruire e salute e benessere.

⁴ D.Lgs 143/98, Capo II - Crediti agevolati all'esportazione.

Entrambi i bandi si sono rivelati strumenti in grado non solo di aggregare le imprese, ma anche di rispondere alle caratteristiche strutturali del tessuto produttivo regionale. Da un'analisi dei dati riportati di seguito, si evince, infatti, una buona rispondenza tra la rilevanza delle filiere, in termini di partecipazione al PIL regionale e la suddivisione tra i settori dei contributi erogati dalla Regione⁵.

Le tavole inserite qui di seguito illustrano la partecipazione delle diverse filiere all'erogazione del contributo regionale (Fig. 1). Nel caso del bando 5.2. C si indicano sia la partecipazione delle filiere al valore complessivo dei programmi promozionali presentati, sia la partecipazione al contributo totale calcolato sulle 5 edizioni del bando realizzate fino ad oggi (annualmente dal 2001 al 2006).

Per la specificità del bando, dove l'importo massimo del contributo dipende anche dal numero di imprese oltre che da massimali fissati dalla L. 83/1989, questa distinzione risulta opportuna in quanto il contributo regionale non può mai raggiungere il 50% del valore del programma promozionale.

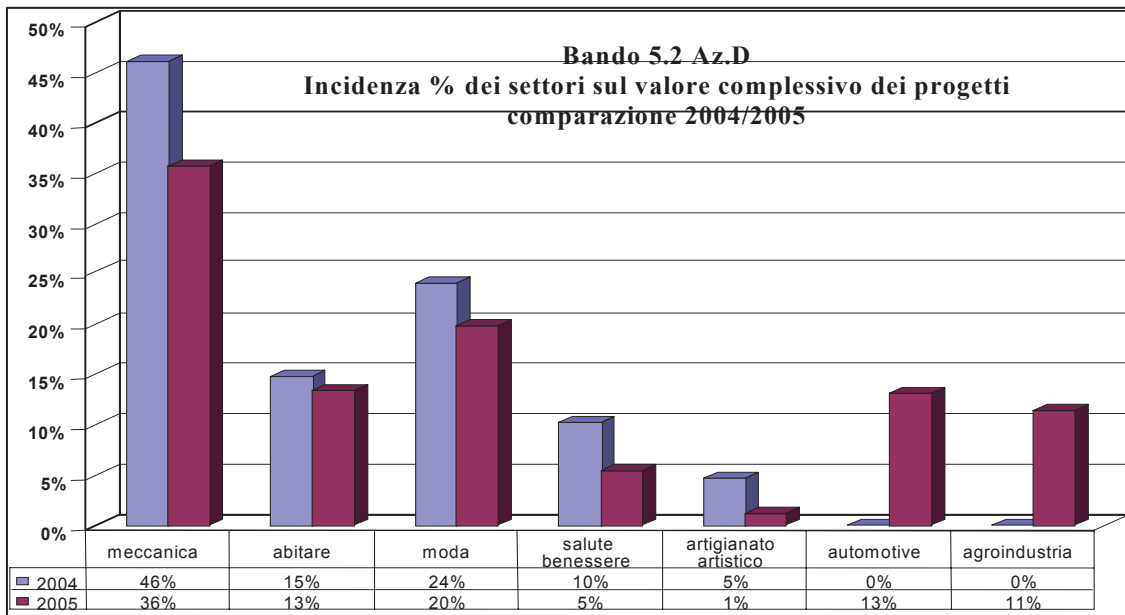
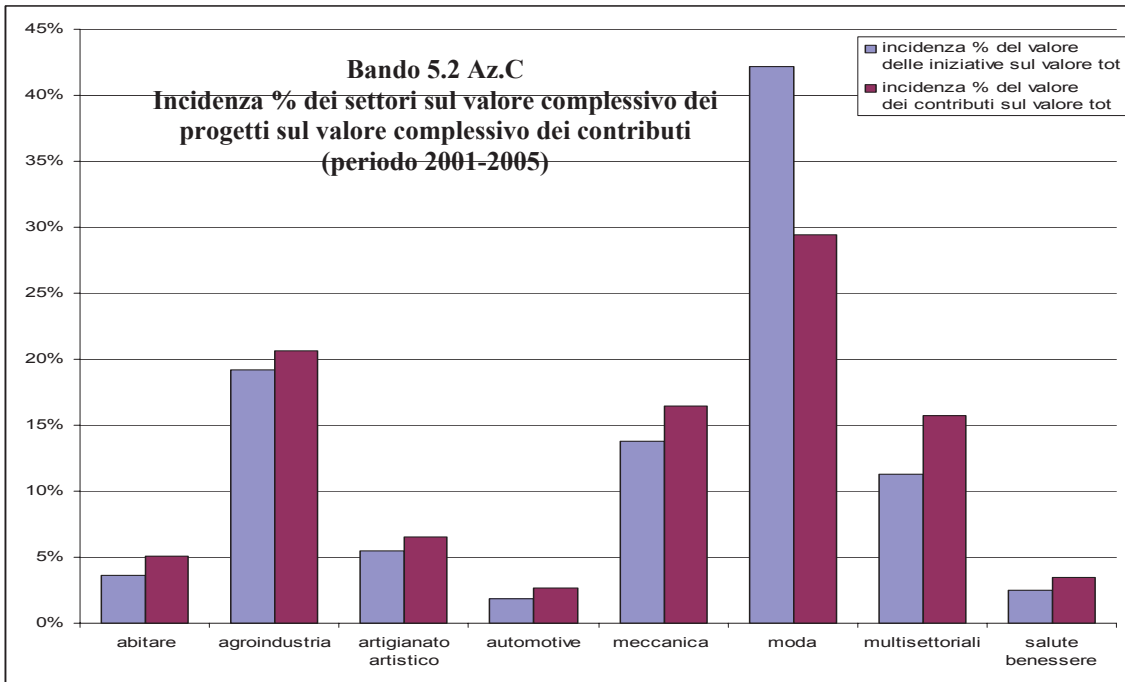
Nel periodo considerato sono stati erogati 12.583.447 di Euro, a beneficio di 37 Consorzi che riuniscono quasi 1.000 imprese.

Per il bando 5.2.D si comparano i valori complessivi dei progetti presentati, in considerazione del fatto che il contributo è al 50% del valore ammissibile dell'iniziativa. Questo bando ha saputo, nella distribuzione dei contributi, fotografare con ancora maggiore precisione la struttura produttiva regionale. Le due edizioni hanno supportato i progetti di 451 PMI riunite in 46 ATI di scopo, attraverso una concessione di contributi pari a € 5.199.362.

⁵ *Le diversità dei destinatari dei due bandi determinano asimmetrie nella distribuzione dei contributi. In particolare, la natura di alcuni Consorzi Export, che si caratterizzano per riunire imprese attive in diversi ambiti produttivi, rendono difficile una classificazione e un'analisi omogenea dell'impatto dello strumento sulle filiere. Si deve però rilevare, che i Consorzi definibili multisettoriali, possono funzionare da agevolatori di iniziative che facilitino la collaborazione tra PMI operanti in ambiti produttivi diversi. In sostanza, nell'elaborazione di strategie promozionali per i propri associati, questa tipologia di Consorzi potrà più facilmente avere una visione di filiera dei mercati internazionali.*

L'entità economica dei contributi erogati verso i Consorzi che riuniscono PMI e imprese artigiane della filiera della moda, e la parziale sottorappresentazione della filiera della meccanica, è riconducibile alla natura stessa dei Consorzi. Le imprese del tessile, notoriamente, sono state le prime a dover rilevare l'aggressività dei nuovi competitori internazionali; per prime si sono consorziate alla ricerca di alleanze strategiche e di efficaci strategie promozionali che consentano di recuperare e incrementare le quote di mercato. La meccanica regionale, con l'alto valore aggiunto delle tecnologie che utilizza e produce, è stata più riparata dall'emersione di nuovi produttori e dalla competizione basata sui bassi costi produttivi.

Figura 1. Partecipazione imprenditoriale ai bandi in forma aggregata per filiera produttiva.



Anche gli interventi correttivi realizzati nelle edizioni dei bandi sembrano aver ben interpretato le necessità delle PMI regionali. Relativamente al bando 5.2. C l'innovazione principale è stata la valutazione *ex ante* dei programmi promozionali, introdotta nel 2004 e confermata nell'edizione 2005 (che ha visto l'approvazione dei progetti ed il loro avvio nel 2006), che ha portato i Consorzi ad impegnarsi in una maggiore pianificazione strategica delle attività, dovendo presentare i progetti per una valutazione della Regione e una successiva concessione dei contributi.

Evidente è anche la maggiore attrattiva che ha assunto il bando 5.2. Az. D nella modalità prevista dalla sua seconda edizione. L'aumento delle domande pervenute è spiegabile sia in termini di maggiore familiarità con lo strumento, sia di una richiesta di maggiore flessibilità relativamente alla platea di soggetti che possono presentare la domanda.

Tavola 5. Comparazione bando 5.2.D annualità 2004 e annualità 2005

	Bando 5.2 Az. D DGR N° 1350/2004	Bando 5.2 Az. D DGR N° 2308/2005
N° progetti Presentati	18	32
N° progetti ritirati	4	-
Valore progetti presentati (compresi quelli ritirati)	3.017.369	7.817.247
Valore progetti presentati (esclusi quelli ritirati)	2.444.344	7.817.247
Valore contributi richiesti (compresi progetti ritirati)	1.345.630	3.853.732
Valore contributi richiesti (esclusi progetti ritirati)	1.114.942	3.853.732
stanziamento iniziale	2.950.000	3.004.371
stanziamento definitivo	2.950.000	3.853.732
Aziende beneficiarie	137	314

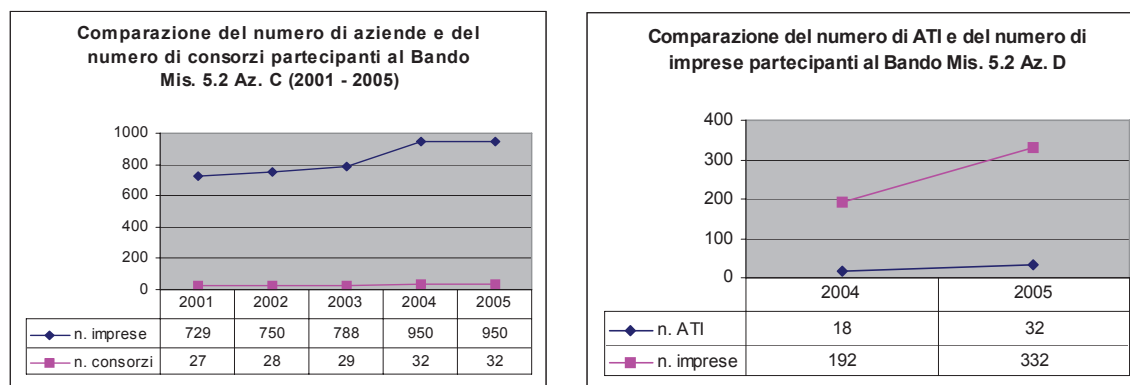
Il bando per le ATI sembra aver raggiunto un buon punto di equilibrio tra le necessità connesse ai procedimenti pubblici per la concessione di contributi alle imprese e le esigenze di flessibilità legate ai tempi aziendali e agli imprevisti che si incontrano durante la realizzazione di progetti complessi d'internazionalizzazione al fine di soddisfare le richieste delle imprese, focalizzate sulla necessità di ridurre i tempi e le energie necessari per la gestione dei progetti più che per la loro realizzazione.

L'edizione del 2005 dei due bandi, relativa ad iniziative da realizzarsi nel 2006, ha confermato i dati positivi riscontrati nelle edizioni precedenti:

- l'aumento costante di partecipazione delle imprese;
- la concentrazione dei progetti nei paesi prioritari individuati dai bandi (il 76% nel caso del Bando 5.2. C e l'82% nel caso del bando 5.2 D);
- la possibilità di integrare l'intervento di promozione del tessuto economico realizzato dalla Regione attraverso il co-finanziamento di progetti di sistema con interventi più mirati realizzati direttamente dalle imprese con il supporto del contributo finanziario regionale.

L'evoluzione della partecipazione risulta evidente dalla Figura 2: i consorzi passano dai 27 del 2001 ai 32 odierni, con una rappresentatività di 950 imprese. Le ATI raddoppiano al secondo bando del 2005, raccogliendone oltre 330. In totale dunque oltre 1200 Piccole e Medie Imprese manifatturiere.

Figura 2. La partecipazione imprenditoriale ai bandi regionali in forma aggregata, 2003-2005



4.3.4 Filiere specializzate e paesi prioritari

Il programma promozionale della Regione Emilia-Romagna è lo strumento annuale di definizione e realizzazione degli interventi sui mercati esteri. Nel corso del periodo 2003 – 2006 la Regione, tramite il Servizio Sportello regionale per l'internazionalizzazione delle imprese, ha promosso la maggiore focalizzazione degli interventi per filiera specializzata e per paese prioritario. La limitatezza del modello distrettuale nell'economia globale implica infatti grandi investimenti nella R&S e parallelamente un ripensamento delle strategie internazionali: le dimensioni limitate delle imprese e l'ampiezza delle opportunità di business a livello internazionale favoriscono strategie centrate sulla ricostruzione della filiera integrata verticalmente - in una logica di ricostruzione della grande impresa – lungo percorsi di internazionalizzazione di medio e lungo periodo.

Sono stati realizzati 7 studi che hanno portato all'identificazione di altrettante filiere, che sono state oggetto di interventi progettuali, animazione territoriale, missioni in e out, grandi eventi promozionali. Le filiere individuate sono: high-tech, agroindustria, abitare e costruire, meccanica avanzata, automotive, salute e benessere, moda.

Mirato a incentivare un maggiore attivismo sul fronte degli IDE, superando la logica della concentrazione sulle sole esportazioni e dunque unicamente sui fattori della competitività relativa, il programma promozionale si evolve in progetti di sistema volti alla promozione del sistema economico regionale, all'insediamento produttivo di gruppo, alla ricerca di partnership strategiche, al trasferimento tecnologico internazionale, al perseguimento della collaborazione industriale e commerciale. Diventa cruciale la scelta paese e la focalizzazione su un numero limitato di paesi prioritari: i BRIC. Il Servizio ha quindi promosso la realizzazione di progetti promozionali centrati su percorsi di internazionalizzazione di filiera in alcuni paesi cruciali. Si sono realizzati, fra il 2003 e il 2006, 91 progetti internazionali, che hanno dato vita a 134 eventi convegnistici e seminari, 76 missioni in entrata, 75 in uscita, coinvolgendo annualmente oltre 2500 imprese.

L'incrocio paese prioritario / filiera ha dato vita a interventi informativi e formativi, grandi eventi promozionali, accordi istituzionali ed economici, costruzione di percorsi di internazionalizzazione con incontri B2B, visite aziendali, missioni commerciali, partecipazione a fiere, studi di fattibilità, a livello di filiera specializzata (tabella 6). Ricordiamo qui fra gli altri:

- Filiera agroindustriale: settori ortofrutta, avicolo, impiantistica alimentare, packaging alimentare nei Balcani, in Medio Oriente, Brasile, Russia, Cina e India, anche con il supporto attivo delle fiere di settore (Cibus San Paolo, partecipazioni collettive a Fispal, Cibus Mosca, Cibus/Vinitaly Shanghai);
- Filiera meccanica avanzata e automotive: Cina e Russia (Mito&Velocità Shanghai e Mosca), Brasile (collaborazione industriale);
- Filiera Abitare e costruire: Russia e Giappone (Galleria Passage, Piazza Italia a Kobe, partecipazione all'Expo internazionale di Aichi), Cina con la Fiera Expobuild;
- Filiera Salute e benessere con il Biomedicale in M. O. (Israele e Dubai), Cosmoprof in Cina, Brasile, USA;
- Filiera high-tech: accordi di collaborazione in Israele, Cina e Giappone.

Tavola 6. Principali iniziative di filiera per paese extra-europeo nel periodo 2003-2006.

PAESE							
FILIERA	Cina	Russia	India	Giappone	Balcani	Mediterraneo	Mercosur
Sistema abitare e costruire	Expobuild, Hotelex e Verticalia	Galleria Passage Road show Markitecture Delegazioni estere in entrata	India Days a Saiedue Building with India	Expo universale di Aichi 2005, Piazza Italia a Kobe 2005	Delegazioni in entrata al SIA		
Agro-industria	Mostra Fabbri a Shanghai Progetto valorizzazione filiera avicola in Cina Cibus/Vinitaly Shanghai	Cibus Moscow Prodexpo Moscow Progetto Confindustria	Ricerca opportunità agroindustria Valorizzazione internazionale della filiera ortofrutta Progetti con Confindustria indiana	Fiera di Parma La cucina dell'ER in Giappone	Delegazioni in entrata a Macfruit e Fieravicola	Missioni imprenditoriali in Marocco, Turchia ed Egitto, delegazioni estere in entrata a Macfruit e Fieravicola	Progetto speciale Cono Sur Missioni imprenditoriali e istituzionali Club imprese Meccanica agricola API
Meccanica e automotive	E-R terra dei Motori China Mec Mito & Velocità Shanghai	Mito&Velocità Mosca	India Mec		Desk Sofia Missioni imprenditoriali Fiera di Plovidv Distretto Industriale a Brasov	Centro servizi II Cairo, Nautica Turchia	
High-tech	Accordo di collaborazione con SST e Centro Nanotecnologie Ecomondo Cina	Ecomondo Russia	Progetto India ICT	Primavera italiana in Giappone		Hi-Tech Israele	Master Argentina Forum Università Brasile, 2005
Salute, benessere, biomedicale	Cosmoprof Shanghai 2007	Fitness Mosca			Settore ortopedico in Romania	Arab Health Dubai 2007	
Moda		Fashion Emilia-Romagna (CPT Moscow)		Fashion Emiliano-Romagnolo a Kobe	European Fashion Awards		

4.3.5 L'internazionalizzazione del sistema regionale dell'innovazione e R&S

Un ulteriore fronte su cui si sono concentrati gli interventi è stato lo sviluppo, anche in ambito internazionale, del sistema regionale della R&S. Nel 2003 la politica per la ricerca della Regione Emilia-Romagna, indirizzata verso un rafforzamento del sistema produttivo regionale, incentivando l'attività di ricerca applicata, il contenuto tecnologico delle produzioni e lo sviluppo dell'economia della conoscenza, si è concretizzata nel PRRIITT, il Piano Regionale per la Ricerca Industriale, l'Innovazione e il Trasferimento Tecnologico. A questa fase di consolidamento del sistema regionale di innovazione dell'Emilia-Romagna, è stata affiancata un'azione a carattere pluriennale, capace di favorire il livello di competitività internazionale del sistema della ricerca regionale, promuovendone l'inserimento in Network internazionali, agevolando la collaborazione internazionale in progetti di ricerca industriale e nelle fasi di industrializzazione dei risultati della ricerca, favorendo l'attrazione di investimenti esteri nei settori hi-tech e promuovendo l'inserimento del sistema regionale d'innovazione nelle reti europee e internazionali.

La Regione ha così realizzato 3 Programmi annuali di internazionalizzazione del sistema della ricerca regionali affidati ad ASTER, il Consorzio regionale delle Università e dei centri di ricerca, mentre lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione ha avuto un ruolo fondamentale nell'organizzazione degli eventi e nel coinvolgimento delle imprese innovative.

Tavola 7. Schema sintetico del Programma di internazionalizzazione della R&S per il 2004-2006 della Regione Emilia-Romagna

N.	AZIONE	IN COLLABORAZIONE CON	PAESI TARGET
1	R2B – Salone internazionale dalla ricerca all'impresa – edizioni del 2005, 2006 e 2007	BolognaFiere, ASTER, ICE	molteplici
2	Ricerca sui distretti industriali cinesi con particolare riferimento alla realtà del Guangdong	Università di Ferrara (CFR)	Cina
3	Azione promozionale in Cina	ASTER	Cina
4	Mito & Velocità Shanghai e Mosca	MAP, ICE, Regione Piemonte	Russia e Cina
5	Forum delle università brasiliane	ASTER	Brasile
6	Collaborazione R&S nel Software	ASTER	India
7	Rete sulle alte tecnologie	ASTER	CINA
8	Collaborazione nella R&S	ASTER	Cina, Israele, Giappone, Singapore
9	Cooperazione intra-universitaria	Università di Ferrara, di Bologna e di Modena -Reggio Emilia, ASTER	Cina

Gli eventi più prestigiosi, che hanno visto l'impegno del Servizio per garantire un elevato flusso di visitatori anche tramite una sua presenza in un apposito stand, sono state le 3 edizioni del Salone internazionale della Ricerca Industriale: R2B. L'evento, ha riscontrato un notevole successo sia di visitatori che di espositori, costituendo una sede ottimale di incontro tra mondo della ricerca e realtà imprenditoriale. Degli oltre 2.000 visitatori dell'ultima edizione, appena conclusa, circa l'85% è costituito da Piccole e Medie Imprese.

Fra gli espositori è cresciuta nelle varie edizioni la presenza di soggetti provenienti da altri paesi, passati dal 9% circa della prima edizione al 15% dell'ultima.

Tavola 8. La partecipazione di imprese a R2B.

	2005	2006	2007
Nr. Visitatori	1.500	1.877	2.303
Nr. Espositori	135	142	173
Nr. Progetti di ricerca presentati	260	216	259

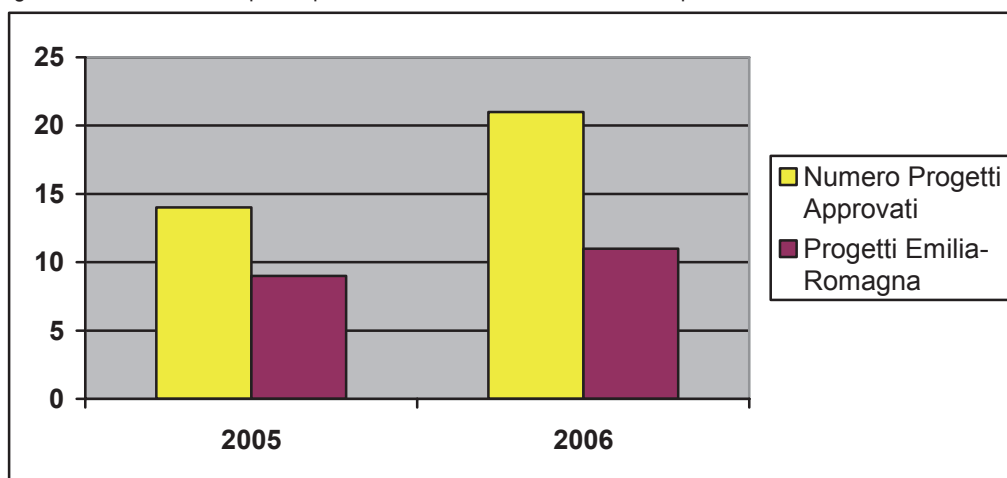
4.3.6 Internazionalizzazione del Sistema fieristico regionale dell'Emilia-Romagna

Un altro filone di interventi su cui si sono concentrate le attività è il rafforzamento a livello locale e la valorizzazione a livello internazionale del Sistema fieristico regionale dell'Emilia-Romagna, come soggetto operativo unitario.

Questo obiettivo si è realizzato tramite un forte supporto ad azioni di *incoming* qualificato e di supporto alla realizzazione di manifestazioni all'estero. L'iniziativa maggiormente incisiva è stata la partecipazione all'Accordo tra Ministero Attività produttive, Associazioni fieristiche e Regioni e Province autonome, finalizzato a massimizzare le sinergie tra l'intervento pubblico statale e regionale e l'azione privata nel processo di internazionalizzazione del settore fieristico italiano, tramite la realizzazione di progetti congiunti articolati in azioni di promozione commerciale. Tali azioni sono volte a dare una più ampia visibilità ai servizi fieristici italiani nonché ai settori produttivi di beni e servizi, in una logica di filiera, sui mercati di maggiore interesse, e sono mirate a sviluppare collaborazione tra gli enti fieristici italiani e tra questi e soggetti omologhi esteri e a esportare i servizi fieristici italiani. Le azioni da realizzarsi sono individuate in coerenza con le Linee di indirizzo ministeriali e regionali per l'attività promozionale e tenendo conto degli interventi previsti dalle altre intese sottoscritte dal Ministero.

Lo SPRINT-ER ha partecipato alle prime due annualità dell'Accordo, presentando un programma integrato di progetti, che sottolineino le sinergie tra enti fieristici regionali e istituzioni, e che hanno avuto un ottimo riscontro dalla commissione preposta alla valutazione (Tavola 9). Il dinamismo delle società fieristiche regionali sui mercati esteri è confermato anche dai risultati ottenuti nei bandi di selezione dei progetti: dei complessivi 21 progetti ammessi al finanziamento nel solo bando del 2006, 11 sono stati presentati dalla Regione Emilia-Romagna congiuntamente alle Fiere (Fig. 3). Per quanto riguarda il Bando 2007, scaduto lo scorso 30 giugno, la Regione Emilia-Romagna ha presentato 11 progetti sempre volti alla valorizzazione delle proprie filiere d'eccellenza.

Figura 3. Il successo della partecipazione del SFR all'Accordo di settore per l'internazionalizzazione delle fiere



Inoltre la Regione Emilia-Romagna è stata anche nel 2006 l'unica regione italiana a presentare un programma integrato di manifestazioni fieristiche che prevedono la sinergia e la compresenza di più società fieristiche regionali, suddividendo i progetti per filiera: agroalimentare e tecnologie food-related, salute e benessere, meccanica, public utilities, moda persona/tempo libero, arte e building e interior design.

Tutte queste azioni sono finalizzate ad un processo di internazionalizzazione del sistema fieristico regionale nel senso più ampio del termine, ossia riconoscendo l'indubbia importanza di manifestazioni fieristiche regionali che si svolgono all'estero (Cibus, Ecomondo, Cosmoprof, ExpoBuild), ma anche e soprattutto cercando di far diventare i quartieri fieristici regionali delle strutture in grado di attrarre espositori e visitatori esteri che riconoscono i poli fieristici regionali come centri di eccellenza per valore delle manifestazioni e dei servizi fieristici offerti. Sviluppare quindi un'attività di outgoing fieristico ma anche e soprattutto focalizzarsi su azioni di incoming fieristico per far sì che il sistema fieristico regionale sia veramente internazionalizzato.

Tavola 9. I progetti di internazionalizzazione del sistema fieristico regionale approvati dal MAP nel 2005 e nel 2006 e realizzati o in corso di realizzazione

PROGETTO	CO-PROMOTORI CON LA REGIONE, MCI E ICE	PAESI PRIORITARI DI INTERVENTO
Valorizzazione Internazionale del Sistema fieristico regionale dell'Emilia-Romagna	BolognaFiere, Fiere di Parma, Rimini Fiera	Nord America, Brasile, Balcani, Cina
Promozione Internazionale del Sistema fieristico regionale per il settore Agroalimentare: MIA e Cibus e Dolce Italia	BolognaFiere, Fiere di Parma	Nord-America, UE, Russia, Estremo Oriente, Golfo persico
Wellness: Cosmoprof Shanghai	BolognaFiere, Rimini Fiera	Cina
Ambiente Multiutilities - Fiera ACCADUEO ed Ecomondo	BolognaFiere, Rimini Fiera	Balcani, Europa Centro-orientale, Mediterraneo, Cina
CERSAIE/Ceramic Tiles of Italy 2006: programma a sostegno dell'internazionalizzazione di CERSAIE	BolognaFiere, Assopiastrelle	Nord America, Russia, UE
Sistema arte e antiquariato	BolognaFiere, Fiere di Parma	UE, Russia
Cibus e Vinitaly Shanghai	Fiere di Parma e Verona Fiere	Cina
A leather bridge with Africa	Bologna Fiere	Africa occidentale
Promozione internazionale del Sistema Fieristico per il settore meccano-alimentare: Cibustec	Fiera di Parma	Vari
Polo Ambiente Multiutilities	Bologna Fiere, Rimini Fiera	Nord Africa e M. O.
Bologna Innovation Building Leadership	Bologna Fiere	
Promozione internazionale del Sistema Fieristico per il settore agroalimentare	Fiera di Parma, Veronafiere	Cina
2° Workshop Ecomondo - Mosca 2007	Rimini Fiera	Russia
SH Contemporary 2007	Bologna Fiere - Co-promotori esteri: Sicca - Shanghai Art Fair Company	Area Pacifico
Vinitaly/Cibus Cina 2007	Veronafiere, Fiere di Parma	Cina
1° Workshop Sia Guest - Dubai 2007	Rimini Fiera	Dubai e M.O.
Promozione internazionale del sistema fieristico per il settore alimentare: Cibus 2008	Fiere di Parma	USA, Giappone, Brasile, Russia (altri)
Fiera del libro per ragazzi a Shanghai	Bologna Fiere	Cina
Vinitaly/Cibus Russia 2007	Veronafiere, Fiere di Parma	Russia

Accanto ai progetti presentati e approvati nell'ambito dell'Accordo di settore nazionale, la Regione supporta anche altre manifestazioni considerate in linea con i medesimi obiettivi che sottostanno alla selezione dei progetti presentati nell'Accordo e che ne integrano l'efficacia sui mercati esteri.

4.3.7 La comunicazione

Negli ultimi anni è stato fatto un intenso lavoro per ampliare la gamma di strumenti informativi da mettere a disposizione delle imprese. Oltre a strumenti tradizionali, come le brochure ed i depliant che presentano un quadro sintetico delle eccellenze produttive e dei servizi della regione, un ruolo crescente ha avuto anche il sito dello Sportello quale strumento di comunicazione con le imprese e gli operatori del settore.

Lo SPRINT-ER ha concepito il proprio sito web come uno strumento utile alle imprese alla ricerca di supporto ai propri percorsi di internazionalizzazione, pubblicando il programma costantemente aggiornato delle attività organizzate dallo Sportello o dai suoi partner, illustrando i servizi per l'internazionalizzazione messi a disposizione del sistema produttivo regionale e pubblicizzando le opportunità di investimento offerte da paesi esteri. Il sito dello SPRINT-ER sta subendo una radicale trasformazione per diventare progressivamente più fruibile dalle imprese, ma anche per costituire uno strumento di lavoro che agevoli la collaborazione e lo scambio tra gli operatori della rete degli Sportelli provinciali. L'attuale sito verrà potenziato e dotato di una Intranet, e sarà modificato cercando l'integrazione con i siti degli altri partner.

Nel corso del solo 2006 il sito www.sprint-er.it ha contato più di 120.500 visite, superando le 230.000 pagine viste e 1.152.242 di hits, con un significativo picco di accessi nel mese di marzo, in concomitanza con l'apertura dei bandi regionali di finanziamento alle imprese in forma aggregata. Il forte incremento di accessi riscontrato dal 2004 al 2006 rivela come la tendenza per le imprese sia sempre più quella di ricercare in rete informazioni utili e supporto alla propria attività.

Tavola 10. Indicatori di utilizzo del Sito web dello SPRINT-ER

	Media mensile 2004	Media mensile 2005	Media mensile 2006	Variazione % 2004-2006
Visite	2.000	6.800	10.048	402,40
Hits	25.000	73.200	96.020	284,08
Pagine viste	5.300	15.500	19.270	263,58

4.4 Focus Paese: gli interventi sul mercato cinese

La Regione Emilia-Romagna ha dato molta enfasi alla fornitura di servizi di accompagnamento delle PMI sui BRIC. In particolare, anche nel 2006, la Cina ha rivestito un ruolo cruciale, enfatizzato dallo svolgimento dell'Anno dell'Italia in Cina, culminato con la partecipazione alla missione istituzionale ed economica promossa dal Governo italiano a settembre.

La Regione tramite lo SPRINT-ER e tramite l'appoggio al progetto "Servizi Avanzati per il Mercato Cinese – Centro Servizi di Shanghai", ha percorso il duplice obiettivo di invertire il trend negativo del saldo commerciale e di favorire l'insediamento produttivo delle imprese interessate a penetrare il principale mercato asiatico. I dati analizzati nei primi capitoli di questo osservatorio mostrano come le esportazioni emiliano-romagnole verso questo mercato siano in crescita, a tassi che a partire dal 2004 superano quelli delle importazioni. Significativa è anche la presenza in Cina di aziende italiane originarie dell'Emilia-Romagna: sono 183, secondo i dati relativi al 2005 rilevati dall'Osservatorio Asia. Le "presenze" sul mercato sono però in numero maggiore perché in alcuni casi le "case madri" delle imprese emiliano-romagnole vantano più rappresentanze e diverse location commerciali e produttive in Cina. Dal 2003 al 2005 si sono insediate in Cina oltre 30 imprese emiliano-romagnole nella sola area di Shanghai. Non si tratta di delocalizzazioni, ma di veri e propri investimenti, soprattutto nel settore meccanico, finalizzati alla penetrazione nel vastissimo e dinamicissimo mercato cinese.

La Regione Emilia-Romagna ha avviato le proprie azioni di sostegno alle relazioni economiche con la Cina già a partire dal 1987 attraverso una serie di iniziative che vanno dallo scambio di missioni istituzionali e soprattutto economiche, alla firma di accordi di cooperazione economica e scientifico-tecnologica con alcune aree specifiche della Repubblica Popolare Cinese. Particolare rilevanza hanno assunto gli accordi firmati sulla cooperazione scientifica e tecnologica (S&T) con cui la Regione, assieme ad altri enti regionali, università e centri di ricerca presenti sul territorio regionale, ha avviato oppure sta per realizzare progetti di

intervento e sostegno specifico alle attività cooperazione nei settori hi-tech tra soggetti appartenenti al mondo della ricerca ed imprese emiliano-romagnole interessate alle opportunità di cooperazione S&T con centri di ricerca ed imprese cinesi.

Tavola 11. Accordi di cooperazione della Regione Emilia-Romagna con la Cina

DATA	DOCUMENTO SIGLATO	SETTORI DI COLLABORAZIONE	FIRMATARI
1987	Protocollo di collaborazione	Scambi imprenditoriali, collaborazione nel campo della medicina tradizionale cinese, assistenza tecnica nel campo del monitoraggio dell'inquinamento ambientale	Regione Emilia-Romagna e la Provincia dello Liaoning
2001	Accordo di collaborazione	Incremento delle relazioni economiche, industriali e commerciali attraverso la costituzione del Centro Servizi di Shanghai	Municipalità di Shanghai e la CFIE di Shanghai
2002	Lettera di intenti per lo sviluppo di Relazioni Amichevoli	Economia, commercio, scienze, tecnologia, cultura	Regione Emilia-Romagna e Provincia dello Zhejiang (siglato a Hangzhou, Prov. dello Zhejiang)
2004	Protocollo di Intenti	Cooperazione scientifica e tecnologica negli ambiti specifici: Meccanica avanzata, Nanotecnologie e Meccatronica	Regione Emilia-Romagna, CNR, ASTER, Fudan University (siglato a Shanghai)
2005	Protocollo di Intenti	Adesione alla Rete Internazionale per il Trasferimento Tecnologico di Shanghai SITTNet	Regione Emilia-Romagna e Commissione Scienza e Tecnologia della Municipalità di Shanghai (siglato a Shanghai)
2006	Accordo di collaborazione	Formazione professionale e scambi culturali	Regione Emilia-Romagna e Tongji University (Shanghai)

4.4.1 I servizi alle imprese per il mercato cinese e le iniziative per la collaborazione economica e culturale

Per le aziende regionali interessate alla Cina un punto di riferimento continua ad essere costituito dal Centro Xintiandi Emilia-Romagna a Shanghai che compie quest'anno 5 anni di attività sul territorio cinese e che ha offerto, dal suo insediamento, assistenza a quasi 1000 imprese regionali attraverso l'organizzazione di incontri B2B, ricerca partner, missioni imprenditoriali e l'erogazione di informazioni di primo accesso al mercato cinese. Il Centro rappresenta una straordinaria iniziativa di concertazione e raccordo che vede coinvolte nella partnership di progetto, oltre alla Regione e il sistema camerale regionale, soprattutto gli enti fieristici della regione (Bologna Fiere, Rimini Fiera e Fiere di Parma) e APT Servizi. Il Centro si è affermato come un vero proprio "incubatore" e poi sede comune delle iniziative di presenza e di insediamento a Shanghai, e ospita oggi la sede di Bologna Fiere (BF China Fairs) anche con Rimini Fiera e Fiere di Parma che hanno dato vita ad una crescente attività fieristica a Shanghai. Attraverso APT Servizi si sono insediati gli uffici di tour operator come Italcamel che organizzano i primi programmi per il turismo cinese.

Il Centro dal 2006 è anche la sede operativa in Cina dell'Associazione Collegio di Cina e del Forum Permanente per la Collaborazione Industriale fra Italia e Cina. L'attenzione del Centro Servizi sarà pertanto ora anche rivolta alle esigenze delle imprese regionali che intendono avvalersi di risorse umane cinesi qualificate e da inserire all'interno di iniziative di tirocini formativi e stage presso le proprie sedi operative in Cina.

L'Associazione Collegio di Cina è stata fondata nell'ottobre 2005 con lo scopo di sostenere la presenza di studenti cinesi presso l'università di Bologna e negli altri Atenei della Regione e di promuovere le relazioni culturali, formative e scientifiche fra Italia e Cina. L'obiettivo che la Regione si è posta, promuovendo la costituzione dell'Associazione, è di avviare azioni dirette a rafforzare i rapporti di collaborazione economica, industriale, scientifica e culturale. L'Associazione Collegio di Cina è un'iniziativa nata dalla collaborazione tra

Regione Emilia-Romagna, Università degli Studi di Bologna, Comune, Provincia e Camera di commercio di Bologna, Unioncamere Emilia-Romagna, le principali associazioni economiche e fondazioni del territorio regionale. Tra le iniziative avviate dall'Associazione Collegio di Cina ci sono l'erogazione di 15 borse di studio offerte a studenti cinesi per la frequenza a corsi universitari di primo e secondo livello e l'organizzazione di servizi per la frequenza di stage nelle aziende emiliano-romagnole.

Nell'ambito del Collegio di Cina, la Regione Emilia-Romagna ha promosso la costituzione del Forum Permanente per la Collaborazione Industriale fra Italia e Cina, centro per la cooperazione con la Cina sulla ricerca, formazione, cultura e sviluppo d'impresa. Il Forum vede la partecipazione, assieme alla Regione, dell'Università di Bologna con il Consorzio Alma, delle associazioni imprenditoriali (API Bologna, CNA Bologna, Assindustria Bologna assieme ai relativi enti di formazione: Cofimp, Ecipar e Fondazione Aldini Valeriani). Il programma del Forum prevede la realizzazione di corsi di formazione, l'offerta di un ciclo di seminari tecnici aventi per tema la cornice economico-giuridica cinese, i diritti di proprietà intellettuale, l'outsourcing, e l'analisi della struttura del mercato cinese. A completare il programma del Forum è il servizio orientamento, stage e tirocini offerto agli studenti cinesi per realizzare esperienze sul campo presso le sedi in Italia e in Cina delle imprese regionali.

All'interno delle azioni di sostegno all'internazionalizzazione e a favore degli interventi di filiera sul mercato cinese un ruolo importante è giocato dal sistema fieristico regionale, verso cui la Regione ha indirizzato azioni di supporto e finanziamenti per il rafforzamento delle manifestazioni fieristiche d'eccellenza anche su questo importante mercato. Le fiere dell'Emilia-Romagna guardano alla Cina con una serie di iniziative crescenti che propongono a Shanghai, Hong Kong e Guangzhou manifestazioni delle eccellenze regionali. Bologna in particolare è attiva con 8 manifestazioni Expo Build China e Ceramics China per il settore dell'edilizia e dei materiali per le costruzioni; Cosmoprof Hong Kong, Guangzhou e Shanghai per il settore merceologico della cosmesi, profumeria, prodotti per capelli e attrezzature per acconciatori, prodotti ed attrezzature per saloni di estetica, prodotti per l'imballaggio e confezionamento, materie prime; Lineapelle Asia Guangzhou per il settore merceologico delle pelli, modelli, accessori e componenti per calzature, pelletteria, abbagliamento e arredamento. Fiere di Parma è attiva nella promozione sul mercato cinese delle manifestazioni Cibus e Cibus Tec, la prima legata al settore agro-food e la seconda alle tecnologie pertinenti al settore alimentare e nel 2006 ha avuto luogo a Shanghai la prima manifestazione congiunta Cibus/Vinitaly, che verrà replicata nel 2007 e nel 2008. Fiera di Rimini presenta a Shanghai la fiera Ecomondo Cina, manifestazione del settore ambiente, energia e delle tecnologie del riciclo e della tutela ambientale con una partnership con IFAT China.

4.4.2 Le iniziative per l'internazionalizzazione del sistema regionale dell'innovazione e della ricerca

Gli accordi fin qui siglati dalla Regione con istituzioni cinesi, riassunti nella precedente tabella 11, mostrano la rilevanza attribuita alla promozione di forme stabili di collaborazione fra centri di ricerca, Università e istituzioni coinvolte nel trasferimento tecnologico. Diverse sono le reti che si sono create con partner cinesi, in particolare dell'area di Shanghai. L'adesione al SITTNNet da parte della Regione Emilia-Romagna, con la firma del Protocollo di Intenti (PdI) in data 29/04/2005 a Shanghai, è fra i più importanti, Innovazione e Trasferimento Tecnologico a favore di specifici interventi nei settori hi-tech in cui la Regione Emilia-Romagna dimostra una specializzazione in termini di capacità di produzione di conoscenza scientifica nonché dallo sviluppo di un numero crescente di imprese a forte contenuto tecnologico presenti a livello regionale. Il PdI per l'adesione al SITTNNet contempla opportunità di cooperazione S&T, la realizzazione di attività congiunte in ambito del Trasferimento Tecnologico e ad iniziative di commercializzazione dei risultati della ricerca nei settori Hi-Tech. Tra le attività SITTNNet previste vengono specificatamente elencate: la realizzazione di manifestazioni fieristiche, corsi di formazione, conferenze e seminari, organizzati all'interno della partnership SITTNNet sia in Cina che all'estero. Lo stesso PdI prevede la possibilità che attraverso la rete SITTNNet possano avere luogo iniziative di promozione e di comunicazione a favore delle imprese, e dei relativi prodotti, che aderiscono alla rete SITTNNet⁶.

E' attualmente in fase di elaborazione un intervento di promozione e supporto alla collaborazione industriale, scientifico-tecnologica e di trasferimento tecnologico (TT) fra l'Emilia-Romagna e la Cina rivolto alle imprese e ai referenti del sistema regionale della ricerca dell'Emilia-Romagna e della Cina, con particolare riguardo all'area di Shanghai, che vedrà coinvolti operativamente Aster e le controparti cinesi con le quali sono stati firmati gli accordi di collaborazione S&T. Le principali attività delineate sono: azioni di comunicazione in Regione e in Cina sulle opportunità di cooperazione S&T e di TT, predisposizione di profili di offerta e richiesta tecnologica sia da parte emiliano-romagnola sia cinese, matching dei profili nei due territori di riferimento, servizi di supporto nell'attivazione delle relazioni tra le imprese e/o centri di ricerca con i soggetti potenzialmente interessati e all'individuazione di possibili strumenti di supporto.

A partire dal 2006 si sviluppato un'intensa collaborazione con l'Università di Tongji, una delle più prestigiose università cinesi, con sede a Shanghai, che ospita, fra l'altro, il Campus Sino-Italiano nato dagli accordi presi nel 2006 dal Governo italiano e da quello cinese. A Campus partecipa anche l'Università degli di Bologna a riprova della solidità delle relazioni che le principali istituzioni emiliano-romagnole hanno saputo creare nel tempo in questo paese, sancite anche dalla partecipazione della Regione e dell'Università alle celebrazioni per il centenario della fondazione della Tongji University. In collaborazione con questa università, nel corso del 2007, è stato avviato un programma sperimentale per la formazione di laureandi cinesi in merito alle caratteristiche del modello produttivo e organizzativo delle imprese emiliano-romagnole; grazie alla collaborazione delle imprese regionali insediate nell'area di Shanghai, il corso ha permesso l'attivazione di stage aziendali particolarmente qualificanti ed apprezzati. La finalità di questa sperimentazione è la creazione di strumenti a supporto delle imprese emiliano-romagnole insediate in Cina.

⁶ SITTNET, Shanghai International Technology Transfer Network, mira al rafforzamento e all'integrazione delle risorse, pubbliche e private, in ambito del trasferimento tecnologico internazionale, delle relazioni scienza-industria, delle collaborazioni S&T e della formazione. Promuove lo scambio di conoscenza e competenze scientifiche e tecniche, sostiene le produzioni hi-tech e promuove le collaborazioni internazionali e regionali nei settori ad alto contenuto tecnologico. Sostiene iniziative di valorizzazione e di commercializzazione di risultati della ricerca in particolare il trasferimento transnazionale di tecnologia industriale.

SITTNNet, parte di "Shanghai Research & Development Public Service Platform System", è coordinata dalla STCSM e i membri promotori sono: il Centro Nazionale per il Trasferimento Tecnologico di Shanghai, la Jiao Tong University, il Centro per l'Innovazione Tecnologica di Shanghai, Shanghai Co-Way International Company Ltd., l'Azienda speciale per il Trasferimento Tecnologico Internazionale di Shanghai, il Centro per il Trasferimento Tecnologico dell'Accademia della Scienza e Tecnologia di Shanghai, il Centro Servizi di Shanghai per le Piccole Imprese.

5. Programma integrato del sistema camerale per le attività di internazionalizzazione

5.1 Collaborazione camerale allo Sportello regionale per l'internazionalizzazione

Le attività per la promozione dei processi di internazionalizzazione delle imprese costituiscono una priorità per il sistema camerale emiliano-romagnolo. Al fine di potenziare l'efficacia delle iniziative attraverso l'integrazione degli enti pubblici, Unioncamere ha scelto di rafforzare negli ultimi anni la partnership con la Regione Emilia-Romagna. Il sistema camerale ha sottoscritto nel dicembre 2005 l'Accordo di collaborazione operativa per le attività di internazionalizzazione con l'Assessorato regionale alle Attività produttive, contraddistinto da una logica processuale che ha consentito di aprire una fase sperimentale di attività comune. Nel novembre 2006 è stato stipulato il Protocollo operativo con Ministero del Commercio internazionale, Regione Emilia-Romagna, ICE, SACE e SIMEST per la gestione dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione. Nel dicembre 2006 la collaborazione è stata ulteriormente ampliata con un Protocollo di intesa triennale sottoscritto dall'Unioncamere Emilia-Romagna e dall'Assessorato regionale all'Agricoltura, al fine di offrire un riferimento di ampio respiro alle convenzioni annuali per la promozione all'estero dei prodotti agroalimentari di qualità.

Tali accordi hanno consentito di concretizzare anche in Emilia-Romagna la previsione della normativa statale sul coinvolgimento del sistema camerale in materia di articolazione territoriale degli sportelli, con l'avvio a carattere sperimentale, a partire dal 1 dicembre 2006, della prima fase di attività degli sportelli territoriali presso le Camere di commercio e le loro strutture specializzate. Parallelamente, si è iniziato a costruire la "cassetta degli attrezzi" degli addetti allo sportello territoriale: scheda di monitoraggio dei contatti con le imprese; comunicazione attraverso l'integrazione dei siti web dei partners dello SPRINTER; Carta dei servizi per gli utenti; attività di formazione sulle iniziative degli altri soggetti aderenti. Sul versante promozionale, l'Accordo di collaborazione operativa con la Regione ha consentito di intensificare, a partire dal 2006, le iniziative congiunte per accompagnare le imprese nei percorsi di internazionalizzazione con progetti e iniziative "rivolte alla Cina, alla Russia e all'America Latina" al fine di "rendere ancora più incisiva la collaborazione in atto tra sistema camerale e Assessorato regionale sul versante dei programmi promozionali cofinanziati e delle strategie di penetrazione nei mercati considerati prioritari". Per quanto riguarda in particolare un mercato emergente come la Cina, considerato a livello nazionale Paese prioritario negli indirizzi ministeriali per il 2006, è stata sottoscritta una convenzione biennale con l'Assessorato regionale, gli enti fieristici e l'APT servizi per finanziare nel 2006-2007 l'attività del Centro servizi di Shanghai, prezioso supporto alle imprese emiliano-romagnole.

Il sistema camerale ha lavorato non solo per sviluppare gli accordi di collaborazione con la Regione. Sono state ricercate collaborazioni e confronti con altri soggetti (strutture associative di rappresentanza delle imprese, istituti bancari, sistema dei consorzi fidi) per ricercare il coordinamento ed evitare la sovrapposizione degli interventi. Per il 2007 l'Unioncamere Emilia-Romagna ha intensificato gli sforzi per integrare i programmi promozionali, i desk e le missioni all'estero delle nove Camere di commercio e delle loro strutture specializzate, adottando logiche intersettoriali. Sono stati impostati a tal fine importanti progetti di rete, inseriti nel programma di attività 2007 del sistema camerale, caratterizzati da collaborazioni a geometria variabile con altri enti nazionali, e con le strutture camerali di altri contesti regionali. Altri progetti integrati sono stati impostati a livello nazionale all'interno dell'intesa operativa tra ICE e Unioncamere italiana e dell'"Accordo di Torino", vale a dire dell'intesa operativa sottoscritta da un gruppo di strutture camerali particolarmente attive in tema di l'internazionalizzazione. L'adesione a questo gruppo di coordinamento è preziosa perché le strutture coinvolte costituiscono un prioritario punto di riferimento dei progetti camerali di internazionalizzazione di maggior respiro. Attraverso i progetti di rete, imperniati sulla collaborazione a livello nazionale con l'ICE e a livello decentrato con la Regione, il sistema camerale regionale ha potuto conseguire un significativo effetto di moltiplicatore delle risorse impiegate nelle attività promozionali e dei conseguenti risultati.

5.2 Progetti di rete del sistema camerale per il 2007

5.2.1 Progetto Russia

Il progetto intende mettere a sistema le diverse attività di promozione e valorizzazione di interesse sia della Regione Emilia-Romagna (Assessorati Agricoltura e Attività produttive) sia del sistema camerale, in ambito regionale e nazionale.

Il progetto sviluppato dal sistema camerale prevede tre linee di lavoro collegate a tre filoni di lavoro differenti:

1. **Progetto “Meccanica Made in Italy”**: persegue l’obiettivo di accompagnare le imprese nel processo di internazionalizzazione verso il mercato russo ed è diretto ai settori della meccanica, con particolare riferimento a beni strumentali (in particolare meccanica per agro-industria, imballaggio e macchine per l’agricoltura). Le azioni prevedono l’assistenza e l’affiancamento delle imprese da parte di qualificati consulenti prima della missione commerciale e nel **follow up** (fasi: check-up aziendale, organizzazione di eventi di business, predisposizione di incontri con potenziali partner, visite aziendali, realizzazione di un piano di pre-fattibilità per l’ingresso nel mercato). La seconda fase del progetto prevede l’organizzazione di una missione nella zona sud occidentale della Russia, dove si prevede anche la partecipazione ad un evento fieristico del settore. Il progetto, proposto dalla Camera di commercio di Reggio Emilia, rientra nell’ambito dell’intesa operativa Unioncamere-ICE 2006.

2. **Progetto agroalimentare**: intende approfondire e consolidare le azioni di promozione a favore dei prodotti agro-alimentari di qualità controllata (DOP, IGP, QC e biologici) dell’Emilia-Romagna. A seguito di quanto realizzato a Mosca a partire dal 2004, ed al notevole interesse registrato da tutto il comparto dei consorzi di tutela regionali verso il mercato russo. Con questo progetto si intende approfondire la conoscenza dei prodotti enogastronomici emiliano-romagnoli di qualità in Russia, attraverso una diversificazione di attività promozionali sia in loco sia in Emilia-Romagna. La diffusione della conoscenza viene ricercata attraverso azioni promo-commerciali nei ristoranti, nei negozi specializzati e nelle scuole di cucina, con la partecipazione collettiva di imprese alla edizione 2008 della manifestazione “PRODEXPO” di Mosca, a conclusione della prima fase di azioni sul mercato russo. Mosca viene identificata come città obiettivo delle azioni, ma è prevista l’estensione delle iniziative anche ad altre città, a integrazione e completamento del progetto “meccanica Made in Italy”. Il paniere dei prodotti da promuovere sul mercato di riferimento include: formaggi, salumi, aceto balsamico tradizionale di Reggio Emilia e di Modena, olio extra-vergine di oliva, pasta (secca e ripiena), sostitutivi del pane, dolci, vini, liquori e distillati, prodotti biologici. Il progetto presentato è frutto dell’integrazione delle proposte pervenute dall’Assessorato agricoltura e dai consorzi di tutela, dall’Istituto Commercio Estero e dalla Camera di commercio di Ferrara. All’evento fieristico è prevista la partecipazione della Regione nell’ambito di uno stand istituzionale collettivo che vede la presenza dell’Enoteca regionale, del Consorzio del Parmigiano Reggiano e del Consorzio del Prosciutto di Parma. Lo scopo della presenza a questo importante evento fieristico è quella di monitorare i contatti ad oggi ottenuti e intensificare la selezione dei partner con i quali programmare l’attività anche per il 2008. Le attività prevedono la realizzazione di:

- un programma di interventi a carattere formativo a Mosca (seminari sui prodotti agroalimentari e sui vini, seguiti da degustazioni guidate) sui principali prodotti enogastronomici emiliano-romagnoli e di ristorazione;
- una serie di attività di *incoming* in Emilia-Romagna rivolti sia ad un gruppo di selezionati giornalisti russi specializzati in enogastronomia, sia ad un selezionato target di riferimento (chef, ristoratori, personale di banco, personale di cucina);
- la ricerca di una idonea rete di distribuzione locale che si occupi della vendita e della distribuzione diretta dei prodotti enogastronomici emiliano-romagnoli nel canale HO.RE.CA. e nella Grande Distribuzione Organizzata, in collaborazione con il desk camerale di Mosca.

3. **Desk Russia a Mosca**: i progetti promozionali di rete rivolti al mercato russo saranno supportati in loco dall’assistenza del referente del sistema camerale emiliano-romagnolo impiegato nel Desk Russia. Il consolidamento del servizio di assistenza offerto alle imprese dal sistema camerale regionale ha l’obiettivo di sviluppare i contatti fra le aziende del territorio emiliano-romagnolo e gli operatori economici russi. Il Desk Russia a Mosca presidia il mercato per il sistema imprenditoriale regionale, ricercando costantemente nuove opportunità e diventa un prezioso punto di riferimento operativo per le imprese che partecipano alle missioni e agli incontri d’affari.

5.2.2 Progetto India

Il Ministero del Commercio Internazionale ha indicato nelle Linee direttrici dell'attività promozionale fra i Paesi Focus del 2007 il mercato indiano, dichiarando quello in corso l'"Anno dell'Italia in India". Già a partire dal 2006, il sistema camerale regionale ha svolto azioni finalizzate a promuovere l'interscambio commerciale con l'India, riscuotendo risultati incoraggianti. Con la partecipazione alla missione del Presidente del Consiglio Romano Prodi in India nel febbraio 2007, e la firma di un accordo commerciale di rilevanti potenzialità economiche, sottoscritto anche dall'Unioncamere regionale, la Camera di commercio di Forlì-Cesena ha confermato l'interesse per un mercato strategico come quello indiano, elaborando una proposta progettuale da condividere con il sistema camerale a livello regionale.

I settori obiettivo del progetto sono: meccanica in generale, meccanica agricola (produzione e raccolta), macchine utensili, macchine ed attrezzature per il packaging e agroalimentare. Per una sempre più qualificata assistenza al sistema imprenditoriale della Regione il progetto prevede una serie di azioni: predisposizione di *company profile* personalizzate; realizzazione di incontri seminariali itineranti presso le Camere di commercio; check-up aziendali; organizzazione di eventi finalizzati alla creazione di incontri con potenziali partner; predisposizione di studi di pre-fattibilità per le aziende interessate; organizzazione di una missione commerciale in India; missione in entrata di una delegazione istituzionale e di operatori indiani; organizzazione di workshop e business meeting e servizio di accompagnamento post-contatto.

In un'ottica di integrazione regionale, l'Assessorato attività produttive, esprimendo l'interesse alla condivisione del progetto proposto dal sistema camerale, svilupperà, a integrazione delle azioni previste, un programma di eventi istituzionali a sostegno degli interventi promozionali da realizzarsi nel mercato di riferimento.

Le azioni previste nel 2007 fanno seguito ad importanti iniziative già sviluppate dal sistema camerale, che si sintetizzano di seguito:

✓ **Progetto India sviluppato nell'ambito dell'Accordo di programma con l'ICE:** realizzazione per la "meccanica agricola", "filiera ortofrutticola" e "settore del packaging" di un campo prova, consistente in una dimostrazione operativa "sul campo" delle potenzialità tecniche dei macchinari/attrezzature, al fine di verificare l'adattabilità dei macchinari alle condizioni lavorative locali e di promuoverne la vendita. Organizzazione di un corso di formazione in Italia per tecnici indiani al fine di formare figure tecniche che possano rappresentare, per le imprese italiane, un valido punto di riferimento in India, orientare le scelte tecniche degli operatori indiani e fornire agli stessi la necessaria assistenza tecnica;

✓ **Progetto "Parma Cluster India":** un progetto realizzato congiuntamente dalla Unione Parmense degli Industriali e dalla Camera di Commercio di Parma, con lo scopo principale di posizionare sul mercato indiano il "sistema Parma", fornendo alle aziende ed agli enti partecipanti il know-how e gli strumenti necessari per approcciare ed operare sul mercato indiano nella maniera più efficace. Il progetto avrà una forma modulare ed una articolazione temporale di tre anni, in modo da consentire il corretto posizionamento del sistema Parma e di soddisfare le esigenze di realtà differenti tra loro per sub-settore di appartenenza, tipologia di prodotto, strategie commerciali e distributive, stato di accesso al mercato indiano.

5.2.3 Progetto Cina

Il mercato cinese viene in prospettiva considerato (insieme a quello indiano) uno dei mercati strategici nel processo di internazionalizzazione delle imprese italiane ed in particolare delle imprese emiliano-romagnole, con le quali negli ultimi anni sono state realizzate numerose iniziative, con risultati positivi.

Sulla base della convenzione biennale sottoscritta dall'Unione regionale e dalle Camere di commercio nel 2005, l'attività del Centro Servizi Shanghai proseguirà anche nel 2007. L'attività del Centro Servizi viene affiancata da un'attività sul territorio regionale che si è concentrata nei primi mesi dell'anno nell'organizzazione di seminari Paese presso le singole Camere di commercio e nell'organizzazione di incontri fra i consulenti esperti del mercato e le aziende della regione interessate a verificare le loro potenzialità di inserimento nel mercato cinese.

Nella promozione del sistema imprenditoriale, il sistema camerale dell'Emilia-Romagna ha rivolto particolare attenzione al settore "food", partecipando attivamente all'organizzazione della seconda annualità del progetto nazionale "Sapori d'Italia nel mondo". Il progetto, oltre al mercato cinese, ha sviluppato azioni promozionali negli Stati Uniti e in Corea del Sud. L'evento "Sapori d'Italia", che ha visto la prima edizione nel 2005 con azioni rivolte al mercato cinese proseguite nel corso del 2006, si articola nell'anno in corso in una

serie di attività promozionali anche per altri mercati di estremo interesse per il settore agro-food: nel 2008 l'edizione sarà riproposta anche per il mercato indiano.

Nel solco di queste iniziative, si inserisce la preparazione della **“missione commerciale in Cina”** che il sistema camerale regionale, in collaborazione con Unioncamere Nazionale, sta promovendo nei confronti delle aziende emiliano-romagnole. L'iniziativa, nata nell'ottobre 2005 dall'accordo tra Unioncamere Nazionale e CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade), prevede lo svolgimento di due missioni commerciali in Cina. La prima si è svolta nel luglio 2006 in due tappe (Pechino e Canton). La seconda, grazie a un finanziamento messo a disposizione dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio, si svolgerà alla fine del mese di ottobre 2007 a Pechino e Chengdu. Il Ministero del Commercio Internazionale ha espresso interesse per la missione, con la disponibilità a partecipare. I settori interessati dalla missione commerciale sono: tecnologie, meccanica, mobili e arredamento, calzature in pelle di alto livello, medicale e chimica, agroalimentare, aerospaziale e aviazione e abbigliamento. La missione prevede incontri d'affari tra aziende italiane e cinesi e visite presso le sedi del CCPIT di Pechino e Chengdu.

Il **Collegio di Cina**, soggetto partecipato da Unioncamere Emilia-Romagna, Camera di Bologna, Regione Emilia-Romagna e Università di Bologna, si occupa principalmente dell'organizzazione della frequenza ai corsi universitari e della permanenza in Italia di studenti cinesi (circa il 20% degli studenti cinesi in Italia fanno capo a questa struttura) allo scopo di facilitare i futuri rapporti commerciali ed istituzionali fra Italia e Cina. L'iniziativa, che prevede stage per gli studenti presso nostre realtà produttive, consente in prospettiva alle imprese emiliano-romagnole e alle istituzioni di interloquire con una classe dirigente cinese che conosca la nostra realtà produttiva e istituzionale. Collegio organizza, inoltre, corsi post-laurea per europei e cinesi in collaborazione con Università cinesi, permettendo a professionisti ed operatori di avvicinare il Vecchio Continente alla realtà economica dell'estremo Oriente.

5.2.4 America Latina

Le iniziative del sistema camerale per il sud America si inseriscono all'interno degli accordi sottoscritti con la Regione Emilia-Romagna: il Protocollo d'intenti, sottoscritto nell'ottobre 2005, con l'Inter-American Investment Corporation (IIC) e la Regione, ha lo scopo di promuovere accordi di collaborazione tra imprese emiliano-romagnole e sudamericane, ed eventualmente supportarli finanziariamente. Già l'accordo di collaborazione operativa, stipulato con la Regione nel dicembre 2005, indicava l'America Latina fra le aree prioritarie su cui focalizzare comuni attività di promozione. Il prodotto interno lordo medio dei Paesi dell'area ha una crescita interessante e stabile. Dopo la crisi finanziaria del recente passato, la politica monetaria e finanziaria ha ripreso credibilità e il tasso di crescita medio dei Paesi dell'America Latina nel 2006 è stato di circa 4,5 punti; per l'anno 2007 si attendono risultati egualmente positivi.

Tutti i Paesi dell'area appaiono interessanti per le opportunità di business; in modo particolare, vanno segnalate le potenzialità di Brasile, Messico e Argentina. Il Brasile per lo sviluppo del proprio mercato interno, l'Argentina per la sostenuta crescita economica e il Messico perché, facendo parte del NAFTA, offre un'agevole porta d'accesso al mercato americano.

Le attività in via di attuazione nell'area nel corso del 2007 sono:

- ✓ **“progetto network BID-IIC”**: con una logica “trasversale” all'intera area del Sud America si intende creare un network di collegamento fra operatori dei paesi obiettivo e quelli emiliano-romagnoli. Il progetto è stato condiviso, per un verso, con la Regione Emilia-Romagna e l'ICE e, per altro verso, con Unioncamere Toscana e Promofirenze, in collegamento con la Banca Interamericana di Investimento. Per il 2007 la collaborazione con l'istituto bancario sudamericano è proseguita, incrementando e perfezionando il database di aziende sia dei Paesi focus che di quelle emiliano-romagnole, programmando azioni di match-making e selezionando i progetti di business per l'accesso al finanziamento.
- ✓ **“Desk Messico”**: nato all'interno del sistema camerale nazionale, persegue lo sviluppo di contatti fra aziende del territorio ed operatori economici messicani. A seguito delle numerose richieste ricevute dalle aziende del territorio nel 2007 è stata prevista, all'interno del desk, una risorsa a disposizione esclusivamente delle imprese emiliano-romagnole. Tra i servizi offerti dalla struttura: sviluppo dei contatti commerciali, selezione di nominativi di operati di settore, organizzazione di contatti diretti con gli operatori di settore, assistenza nel **follow up**, promozione delle produzioni delle aziende emiliano-romagnole e segnalazione di opportunità commerciali, organizzazione di appuntamenti bilaterali nell'ambito di meeting organizzati in occasione di fiere e

missioni, risposte a quesiti on-line, organizzazione di delegazioni e missioni commerciali o istituzionali in entrata e in uscita, analisi di mercato.

5.2.5 Progetti nell'area del Mediterraneo

I Paesi del Mediterraneo, anche per la prossimità geografica, rappresentano opportunità che, ancorché in un contesto regionale scosso da tensioni ricorrenti, vanno valutate e perseguite adeguatamente. Alcuni di questi Paesi possiedono infrastrutture moderne e presentano condizioni interessanti di sviluppo economico, altri dispongono di rilevanti nicchie di innovazione in settori diversi, altri ancora si caratterizzano per una dinamica in crescita della capacità d'acquisto.

E' interessante lo scenario che vede il Mediterraneo al centro di altre aggregazioni geografiche: ad esempio, quella offerta dal "Consiglio di Cooperazione del Golfo" che riunirà Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Bahrein, Qatar, Kuwait e Oman, impegnata da tempo nella definizione di un modello di integrazione simile a quella dell'UE. Nei prossimi anni potrebbe concretamente aprirsi la possibilità di avvicinare e associare tre grandi aree commerciali: il mercato europeo, l'area del Mediterraneo e quella del Golfo, costituita da un miliardo di persone.

Anche a livello extra-europeo si registra una consapevolezza dell'accresciuta centralità dell'area mediterranea. Basti pensare agli accordi economici che gli Stati Uniti hanno sottoscritto con alcuni Paesi (ad esempio il Marocco e la Giordania) e agli investimenti che imprese asiatiche hanno sviluppato in settori specifici. Sulla base di queste considerazioni e delle indicazioni delle Linee direttrici 2007 del Ministero del Commercio Internazionale, il sistema camerale regionale ha elaborato per quest'area tre diverse linee di azioni, allargando – proprio come indicato dal Ministero – il raggio d'azione alla Turchia. Quest'ultimo paese, infatti, con i suoi tassi di crescita ed il pur lento processo di adesione all'Unione Europea, rappresenta un mercato di investimento prioritario, anche in una prospettiva a medio termine.

Di seguito vengono sintetizzati i progetti per l'area del Mediterraneo impostati dal sistema camerale:

✓ **Desk Marocco:** l'antenna camerale nel mercato dell'Africa settentrionale ha lo scopo di supportare e sviluppare i contatti fra le aziende del territorio e gli operatori economici marocchini. Il desk Marocco è nato all'interno dell'Accordo di Torino. Per il 2007 in considerazione delle numerose richieste delle aziende del territorio è stato potenziato il personale a disposizione delle imprese emiliano-romagnole. Tra i servizi offerti dal punto di contatto camerale a Casablanca: sviluppo dei contatti commerciali, analisi e ricerche di mercato, selezioni e contatti diretti con operatori di settore, promozione delle produzioni delle aziende emiliano-romagnole, segnalazione di opportunità commerciali, organizzazione di missioni, meeting, incontri b2b e partecipazione a fiere, assistenza nel **follow up**, risposte a quesiti on-line.

✓ **progetto "Nautic Italy":** proposto dall'Azienda speciale SIDI Eurosportello di Ravenna, sulla base di precedenti esperienze, è teso a supportare le imprese della filiera della nautica da diporto e dell' indotto nei grandi mercati internazionali (Nafta, USA) e nei mercati emergenti (Mediterraneo, Turchia). Le attività previste: apertura di un ufficio di rappresentanza delle aziende italiane della subfornitura, selezione e formazione del personale impiegato, partecipazione all'evento "Nautica Med World Ravenna 2008" e assistenza di follow up per le imprese.

✓ **progetto "Forum sul Turismo nel Mediterraneo":** impostato dalla Camera di commercio di Rimini, si sviluppa nell'ambito dell'Intesa operativa ICE-Unioncamere. Alla settima edizione, programmata a novembre 2007, sono chiamati a partecipare operatori economici e rappresentanti istituzionali provenienti da Tunisia, Marocco, Egitto, Giordania, Turchia, Siria, Libia ed Algeria. L'obiettivo è incrementare e consolidare le relazioni, gli scambi, la cooperazione tra gli operatori della macro-area del Bacino del Mediterraneo che intervengono nei vari segmenti della filiera del turismo. Oggetto di specifico approfondimento sono: arredamento, tecnologie e materiali, forniture e hotellerie, ristorazione professionale, edilizia turistica, impiantistica, trasferimento di know-how, catene alberghiere e parchi tematici. Tra le attività previste dal progetto: formazione nel settore della ristorazione e management turistico, organizzazione di workshop, missioni di scouting, promozione e sottoscrizione di nuovi accordi di collaborazione con associazioni ed istituzioni del Mediterraneo, sviluppo delle attività della Associazione Intermediterranea per il turismo e disseminazione dei risultati del Forum sul turismo.

5.2.6 Europa

Anche se l'Unione Europea ha costruito a partire dal 1992 il mercato interno, da non considerarsi in senso stretto oggetto di promozione dell'internazionalizzazione delle imprese, vengono sviluppate con continuità azioni rivolte al mercato di diversi Stati comunitari nel settore dell'agroalimentare (Regno Unito, Irlanda, Austria, Danimarca). Anche all'interno delle linee direttrici del Ministero per il 2007 rientrano azioni di promozione verso i paesi del mercato comune: si raccomanda, anzi, una particolare attenzione per questi Paesi che rappresentano ancora il maggior sbocco commerciale per le esportazioni italiane ed emiliano-romagnole. In specifico viene segnalata l'opportunità di promuovere programmi specifici verso i mercati scandinavi, che fanno registrare uno scambio con l'Italia non in linea con il tradizionale apprezzamento di questi popoli per la cultura, lo stile di vita ed i prodotti italiani.

Tra le azioni di promozione del comparto agroalimentare programmati dal sistema camerale emiliano-romagnolo vanno segnalati:

✓ **Collaborazione con la Camera di commercio italo-lussemburghese** nell'ambito del progetto "Agroalimentare: l'Italia un esempio per l'Europa". A seguito dei positivi risultati ottenuti nel 2006, la Camera di commercio Italiana in Lussemburgo ha fatto pervenire una proposta di collaborazione per l'anno in corso, finalizzata a sviluppare ulteriormente la conoscenza delle eccellenze enogastronomiche regionali;

✓ **Progetti per l'agroalimentare nel mercato europeo:** il programma promozionale 2007 della Direzione generale Agricoltura, impostato insieme al sistema camerale dell'Emilia-Romagna, continuerà a focalizzare la propria azione di valorizzazione sul mercato europeo, dando seguito alle attività in essere da oltre un biennio in Regno Unito, Irlanda, Austria, Danimarca, Norvegia e Islanda. La finalità perseguita è di approfondire e consolidare le azioni di promozione e valorizzazione delle produzioni a qualità regolamentata dell'Emilia-Romagna, attraverso una serie di attività formative ed informative, nonché promo-commerciali.

5.2.7 Altri strumenti complementari

La programmazione dell'attività promozionale 2007 prevede il proseguimento dell'attività seminariale e di assistenza di primo orientamento rivolta alle imprese emiliano-romagnole e realizzate sui territori di riferimento da ciascuna Camera di commercio, secondo modalità e criteri condivisi.

Nell'ambito dell'attività di assistenza, il programma 2007 di Unioncamere intende consolidare alcuni servizi di consulenza on-line:

✓ **"Infoexport"**: offre un servizio di assistenza **on-line** alle imprese emiliano-romagnole sulle tematiche di base dell'internazionalizzazione (contrattualistica, fiscalità, dogane, modelli Intrastat, sistema valutario e pagamenti internazionali);

✓ **"Newsmercati"**: servizio di informazione puntuale sui mercati internazionali e sulle relative problematiche mediante la pubblicazione della rivista **on-line** "Newsmercati". La rivista viene pubblicata attraverso diversi canali (motori di ricerca, campagne banner, creazione di strumenti di comunicazione di supporto, attività di comunicazione e promozione, collaborazioni istituzionali con Sace, Simest, Agenzia delle entrate e delle dogane) al fine di raggiungere un ampio numero di imprese ed operatori economici emiliano-romagnoli.

5.3 I desk all'estero del sistema camerale dell'Emilia-Romagna

Il provvedimento legislativo n. 56/2005 che ha previsto la costituzione degli **sportelli unici all'estero** ha rappresentato un'importante novità in termini di razionalizzazione della presenza degli enti italiani all'estero. Agli "sportelli Italia" si chiede di dare efficacia (potenziando le sinergie tra i soggetti operanti all'estero) alle azioni per il sostegno dell'internazionalizzazione, per la tutela del **made in Italy** (e più in generale degli interessi economici, turistici, culturali del nostro paese) e per la valorizzazione degli interessi delle comunità di affari di origine italiana. All'attività degli sportelli all'estero sono chiamati a partecipare, in accordo con le rappresentanze diplomatiche e consolari, gli enti che hanno una presenza diretta in loco (ICE, ENIT, CCIE), oltre a Sviluppo Italia per l'attrazione degli investimenti, ad altre istituzioni nazionali e regionali e a soggetti privati (enti fieristici, istituti di credito).

Anche le **linee direttrici dell'attività promozionale per il 2007** del Ministero del Commercio Internazionale, che presentano caratteristiche innovative, sono finalizzate a "creare sinergia e integrazione tra le iniziative dei numerosi interlocutori che annoverano l'internazionalizzazione delle imprese italiane tra le loro responsabilità ed obiettivi" e incoraggiano "le Regioni, il sistema camerale e le associazioni a proporre progetti nei paesi di riferimento prioritario, articolando i programmi di promozione per Paese, in modo da inserire singole iniziative in un quadro complessivo con obiettivi definiti".

In ambito regionale, l'**Accordo di collaborazione operativa** sottoscritto con l'Assessorato alle Attività produttive che ha permesso l'attivazione presso le Camere di commercio dello sportello per l'internazionalizzazione territoriale, richiede anch'esso livelli di integrazione crescente, sia con gli altri soggetti che all'interno del sistema camerale.

Dal livello nazionale e da quello regionale emergono dunque spinte verso la stessa direzione: il coordinamento e l'integrazione delle iniziative. Il sistema camerale dell'Emilia-Romagna applica la stessa logica anche all'attività dei "desk all'estero", ed ha avviato una razionalizzazione delle presenze all'estero, aumentando la condivisione delle strutture esistenti a completamento della capillare rete di Camere di commercio italiane all'estero e di Camere di commercio miste. In questo senso, l'Unione regionale è impegnata a raccordare la programmazione dell'attività dei desk con gli interventi promozionali, le missioni calendarizzate e le partecipazioni alle fiere all'estero.

Le antenne collocate nei principali mercati di sbocco rispondono a diverse esigenze: l'attuazione degli interventi promozionali, le tendenze di sviluppo delle filiere in cui si articola l'export regionale, le sollecitazioni del sistema delle imprese nei diversi contesti provinciali, la necessità di valorizzare le comunità e le produzioni emiliano-romagnole all'estero, gli accordi istituzionali stipulati con soggetti esteri. Tutti elementi che già oggi si possono in qualche modo ravvisare alla base della configurazione dei desk delle singole strutture camerale e dell'Unioncamere regionale, finalizzati in sostanza a servire al meglio le imprese emiliano-romagnole nelle loro attività di business all'estero.

Complessivamente considerato, il sistema camerale dell'Emilia-Romagna (nove Camere della regione e l'Unione regionale) utilizza 27 desk collocati presso 23 città diverse che offrono la copertura su un totale di 33 Paesi. Gli uffici desk sono collocati presso Camere di Commercio Italiane all'Estero, società di consulenza specializzata, strutture di Promos (Azienda speciale della C.C.I.A.A. di Milano), strutture create *ad hoc* (Centro Servizi Shanghai e Desk Marocco a Casablanca) e Camere di Commercio locali (desk di Promec a Sofia in Bulgaria).

L'articolazione dei desk estero nata, da una parte, da scelte autonome delle Camere di commercio e, dall'altra parte, per iniziativa coordinata del sistema camerale regionale, garantisce la copertura pressoché globale sui principali mercati di riferimento e, contemporaneamente, assicura risposte aderenti alle esigenze peculiari del sistema imprenditoriale emiliano-romagnolo.

L'elenco dei Paesi dove esiste una struttura desk, illustra in modo inequivocabile la copertura delle aree geo-economiche principali.



Russia

Desk Russia a Mosca

Cina

Centro Servizi Shanghai

America Latina

Desk Argentina a Rosario
 Desk Brasile a San Paolo
 Desk Cile a Santiago
 Desk Messico a Città del Messico
 Desk Perù e Area Acca a Lima
 Desk Uruguay a Montevideo

Asia

Desk Asia Pacifico a Singapore (per Malaysia, Indonesia, Thailandia, Vietnam, Filippine)
 Desk Corea del Sud a Seoul
 Desk Giappone a Tokyo
 Desk India a Mumbai
 Desk Israele a Yocneam
 Desk Turchia a Istanbul

Africa

Desk Marocco a Casablanca

Nord America

Desk Canada a Montreal
 Desk Canada a Toronto

Desk USA a New York

Oceania

Desk Australia a Sydney

Unione europea

Le Camere di commercio non hanno attivato desk (ad eccezione di alcune strutture situate nei Paesi recentemente coinvolti nel processo di allargamento della UE o in fase di preadesione) nei Paesi dell'Unione europea, perché le aziende si affidano alla rete europea degli "Euro Info Center" (o alla rete "BIC"). Tuttavia, l'export verso gli Stati membri dell'Unione europea costituisce ancora il riferimento principale per l'economia dell'Emilia-Romagna: nei dati del primo trimestre 2007 si possono contare ben sette Paesi europei tra i primi 10 partner commerciali delle imprese regionali (Germania, Francia, Spagna, Regno Unito, Svizzera, Belgio, Paesi Bassi), quindi una particolare attenzione va rivolta all'assistenza delle imprese che incontrano difficoltà sul mercato comune europeo. In Emilia-Romagna i servizi di informazione e assistenza sono garantiti dalla rete degli "Euro Info Center", costituita dall'Eurospportello di Ravenna e dai "relais" nelle Camere di commercio regionali. Dal 1° gennaio 2008 le cose cambieranno: la Commissione Europea riunirà la rete degli Euro Info Center (EIC) e la rete degli Innovation Relais Center (IRC), allo scopo di creare una nuova rete per il programma di competitività e innovazione delle imprese. In questo contesto, Unioncamere Emilia-Romagna, la Camera di commercio di Ravenna (SIDI Eurospportello) e, attraverso un protocollo di collaborazione operativa, tutte le Camere di commercio della regione, si sono candidate, in consorzio con Aster Emilia-Romagna e altri partner della Lombardia (Cestec, Camera di commercio di Milano, FAST, Politecnico innovazione), a garantire attraverso una rete di sportelli per le imprese i servizi di assistenza e informazione per il mercato comunitario.

Alcune strutture desk in **Europa**

Desk Bulgaria a Sofia

Desk Bosnia a Sarajevo

Italy Point a Timisoara

Desk Serbia a Belgrado

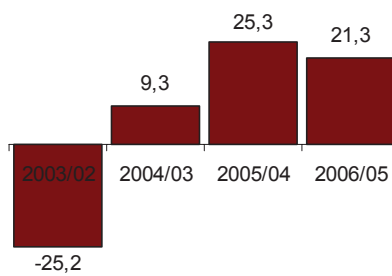
Appendice

Le esportazioni dell'Emilia-Romagna verso i "BRICS"

PAESE DI RIFERIMENTO: **BRASILE**

1. Emilia-Romagna e Italia a confronto; quadro di sintesi. Valore delle esportazioni, incidenza del Paese sul totale export, variazione 2006 rispetto al 2005, quota di mercato detenuta nel 2002 e nel 2006 (valore delle esportazioni ascrivibili all'Emilia-Romagna/Italia ogni milione di euro esportati verso il Paese di riferimento), variazione della quota in termini percentuali. Nel grafico il tasso di crescita delle esportazioni regionali verso il Paese di riferimento nel 2002-2006

	Emilia-Romagna	Italia
Valori 2006	286.377.266	2.233.596.176
Incidenza sul valore 2002	0,72	0,74
Incidenza sul valore 2006	0,69	0,68
Variazione 2006 su 2005	21,34	9,80
Quota mercato 2002 (in milioni)	4.466	38.738
Quota mercato 2006 (in milioni)	4.107	32.007
Variazione quota in percentuale	-8,04	-17,38



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

2. Le prime 10 regioni italiane per valore delle esportazioni 2006 verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export di ciascuna regione.

Rank 2006	Rank 2002	Regioni	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	1	Lombardia	747.561.997	33,47	0,80
2	2	Piemonte	407.422.145	18,24	1,17
3	3	Emilia-Romagna	286.377.266	12,82	0,69
4	4	Veneto	229.408.143	10,27	0,52
5	5	Toscana	148.821.124	6,66	0,61
6	6	Friuli-Venezia Giulia	141.408.429	6,33	1,29
7	11	Puglia	53.847.883	2,41	0,81
8	7	Lazio	46.495.327	2,08	0,38
9	10	Marche	34.609.848	1,55	0,30
10	9	Abruzzo	34.325.415	1,54	0,52

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

3. Le prime classi merceologiche per valore delle esportazioni 2006 dell'Emilia-Romagna verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export regionale.

Rank 2006	Rank 2002	Prodotti	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	2	Altre macchine impiego generale	58.205.338	26,80	20,32
2	1	Altre macchine per impieghi speciali	54.387.079	12,46	18,99
3	3	Parti e accessori per autoveicoli	36.319.115	18,89	12,68
4	5	Macchine produzione energia mecc.	16.539.406	29,94	5,78
5	4	Macchine utensili	16.511.131	15,66	5,77
6	24	Tubi	8.004.731	87,35	2,80
7	10	Autoveicoli	7.649.757	-0,61	2,67
8	7	Prodotti farmaceutici	7.271.219	44,07	2,54
9	6	Altri prodotti chimici	7.028.673	6,15	2,45
10	17	Macchine per l'agricoltura	6.488.924	68,19	2,27

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

4. Analisi di medio periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione dell'incidenza media negli anni 2005 e 2006 rispetto agli anni 2002-2003. Primi 5 prodotto per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione in punti percentuali	Classi merceologiche in flessione	Variazione in punti percentuali
Altre macchine per impieghi speciali	4,65	Macchine utensili	-3,35
Altre macchine impiego generale	2,16	Macchine produzione energia mecc.	-1,55
Tubi	1,22	Vetro e prodotti in vetro	-1,30
Autoveicoli	1,07	Altri articoli di abbigliamento	-1,09
Macchine per l'agricoltura	0,66	Altri prodotti chimici	-0,87

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

5. Analisi di breve periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione 2006 rispetto al 2005. Primi 5 prodotto per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione percentuale	Classi merceologiche in flessione	Variazione percentuale
Locomotive e materiale rotabile	4378,27	Metalli preziosi	-49,95
Pasta da carta	884,46	Altri prodotti alimentari	-36,08
Altri prodotti tessili	864,13	App. distribuzione energia	-21,37
Manufatti vari, n.c.a.	258,71	Apparecchi per uso domestico	-20,93
Cicli e motocicli	231,17	Apparecchi elettrici, n.c.a.	-17,57

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

6. Quote di mercato per macrosettore. Quota di mercato nel 2005 espressa in milioni (valore ascrivibile alle esportazioni dell'Emilia-Romagna o dell'Italia ogni milione di euro esportati da tutti i Paesi del mondo verso il Paese di riferimento) e variazione percentuale rispetto al 2002.

Macrosettore	Emilia-Romagna		Italia	
	Quota (milioni)	Variazione 05/02	Quota (milioni)	Variazione 05/02
Industria estrattiva ed energetica	11	-72,85	6.335	94,99
Agro-alimentare	2.795	53,19	13.518	19,09
Tessile-Abbigliamento	2.937	-42,19	42.512	-16,81
Chimica	1.449	-21,47	21.515	-13,09
Metalli	4.652	18,67	50.977	-20,08
Elettricità-elettronica	1.135	-12,69	26.170	-11,78
Automotive	10.748	5,67	76.261	-23,36
Altro meccanica	11.063	9,98	65.069	6,98
Altro manifatturiero	3.173	-40,25	42.422	-23,02

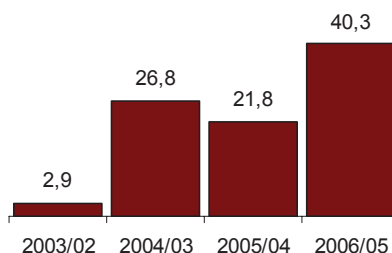
Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

Le esportazioni dell'Emilia-Romagna verso i "BRICS"

PAESE DI RIFERIMENTO: **FEDERAZIONE RUSSA**

1. Emilia-Romagna e Italia a confronto; quadro di sintesi. Valore delle esportazioni, incidenza del Paese sul totale export, variazione 2006 rispetto al 2005, quota di mercato detenuta nel 2002 e nel 2006 (valore delle esportazioni ascrivibili all'Emilia-Romagna/Italia ogni milione di euro esportati verso il Paese di riferimento), variazione della quota in termini percentuali. Nel grafico il tasso di crescita delle esportazioni regionali verso il Paese di riferimento nel 2002-2006

	Emilia-Romagna	Italia
Valori 2006	1.432.867.595	7.639.062.978
Incidenza sul valore 2002	2,01	1,41
Incidenza sul valore 2006	3,47	2,34
Variazione 2006 su 2005	40,30	25,74
Quota mercato 2002 (in milioni)	10.166	60.134
Quota mercato 2006 (in milioni)	11.097	58.660
Variazione quota in percentuale	9,15	-2,45



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

2. Le prime 10 regioni italiane per valore delle esportazioni 2006 verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export di ciascuna regione.

Rank 2006	Rank 2002	Regioni	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	1	Lombardia	2.112.609.249	27,66	2,27
2	2	Emilia-Romagna	1.432.867.595	18,76	3,47
3	3	Veneto	1.223.343.856	16,01	2,79
4	4	Marche	719.612.940	9,42	6,24
5	6	Piemonte	527.858.980	6,91	1,52
6	5	Toscana	433.984.662	5,68	1,78
7	7	Friuli-Venezia Giulia	410.132.781	5,37	3,73
8	8	Lazio	205.350.793	2,69	1,69
9	10	Campania	116.810.335	1,53	1,40
10	11	Abruzzo	93.892.145	1,23	1,41

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

3. Le prime classi merceologiche per valore delle esportazioni 2006 dell'Emilia-Romagna verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export regionale.

Rank 2006	Rank 2002	Prodotti	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	2	Altri articoli di abbigliamento	211.845.068	39,13	14,78
2	1	Altre macchine impiego generale	185.445.939	26,13	12,94
3	3	Altre macchine per impieghi speciali	148.695.737	33,88	10,38
4	4	Piastrelle e lastre in ceramica	109.272.989	171,38	7,63
5	5	Calzature	61.721.258	43,76	4,31
6	8	Macchine produzione energia mecc.	57.532.058	51,04	4,02
7	10	Macchine utensili	51.983.065	59,68	3,63
8	20	Apparecchi per uso domestico	50.743.403	-46,92	3,54
9	7	Mobili	37.673.662	24,23	2,63
10	9	Articoli a maglia	36.219.108	27,64	2,53

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

4. Analisi di medio periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione dell'incidenza media negli anni 2005 e 2006 rispetto agli anni 2002-2003. Primi 5 prodotti per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione in punti percentuali	Classi merceologiche in flessione	Variazione in punti percentuali
Apparecchi per uso domestico	5,69	Altre macchine impiego generale	-4,46
Macchine utensili	1,13	Piastrelle e lastre in ceramica	-1,69
Tubi	1,06	Carne, prod. a base di carne	-1,20
Navi e imbarcazioni	0,92	Prodotti in calcestruzzo	-0,79
Macchine produzione energia mecc.	0,68	lavori di falegnameria	-0,77

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

5. Analisi di breve periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione 2006 rispetto al 2005. Primi 5 prodotti per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione percentuale	Classi merceologiche in flessione	Variazione percentuale
Navi e imbarcazioni	572,37	Apparecchi per uso domestico	-46,92
Bevande	493,03	Stampe	-30,00
Metalli preziosi	402,28	Carne, prod. a base di carne	-1,19
Pietre da taglio o da costruzione	268,43	Tessuti	7,63
Articoli di carta e di cartone	202,02	Agricoltura e orticoltura	9,27

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

6. Quote di mercato per macrosettore. Quota di mercato nel 2005 espressa in milioni (valore ascrivibile alle esportazioni dell'Emilia-Romagna o dell'Italia ogni milione di euro esportati da tutti i Paesi del mondo verso il Paese di riferimento) e variazione percentuale rispetto al 2002.

Macrosettore	Emilia-Romagna		Italia	
	Quota (milioni)	Variazione 05/02	Quota (milioni)	Variazione 05/02
Industria estrattiva ed energetica	94	146,40	1.023	63,60
Agro-alimentare	3.408	5,46	19.203	34,51
Tessile-Abbigliamento	23.899	-16,47	113.547	-28,27
Chimica	3.442	22,79	31.215	-0,61
Metalli	5.520	55,52	28.710	-54,79
Elettricità-elettronica	1.717	-6,05	28.205	8,60
Automotive	3.010	39,84	10.108	5,62
Altro meccanica	21.354	5,86	105.451	16,09
Altro manifatturiero	12.053	-16,90	99.864	-3,09

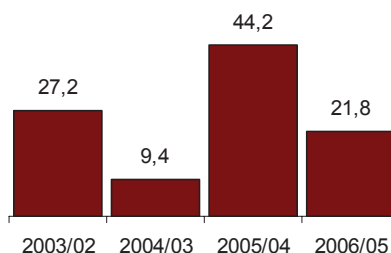
Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

Le esportazioni dell'Emilia-Romagna verso i "BRICS"

PAESE DI RIFERIMENTO: **INDIA**

1. Emilia-Romagna e Italia a confronto; quadro di sintesi. Valore delle esportazioni, incidenza del Paese sul totale export, variazione 2006 rispetto al 2005, quota di mercato detenuta nel 2002 e nel 2006 (valore delle esportazioni ascrivibili all'Emilia-Romagna/Italia ogni milione di euro esportati verso il Paese di riferimento), variazione della quota in termini percentuali. Nel grafico il tasso di crescita delle esportazioni regionali verso il Paese di riferimento nel 2002-2006

	Emilia-Romagna	Italia	
Valori 2006	289.239.005	2.170.154.831	
Incidenza sul valore 2002	0,37	0,38	
Incidenza sul valore 2006	0,70	0,66	
Variazione 2006 su 2005	21,83	29,28	
Quota mercato 2002 (in milioni)	2.017	17.646	
Quota mercato 2006 (in milioni)	2.105	15.790	
Variazione quota in percentuale	4,35	-10,52	



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

2. Le prime 10 regioni italiane per valore delle esportazioni 2006 verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export di ciascuna regione.

Rank 2006	Rank 2002	Regioni	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	1	Lombardia	735.517.609	33,89	0,79
2	3	Emilia-Romagna	289.239.005	13,33	0,70
3	4	Veneto	235.211.716	10,84	0,54
4	2	Toscana	183.442.519	8,45	0,75
5	5	Piemonte	145.011.550	6,68	0,42
6	16	Puglia	132.214.394	6,09	1,98
7	7	Friuli-Venezia Giulia	109.182.982	5,03	0,99
8	10	Marche	80.705.764	3,72	0,70
9	6	Liguria	71.744.353	3,31	1,72
10	9	Campania	40.347.964	1,86	0,48

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

3. Le prime classi merceologiche per valore delle esportazioni 2006 dell'Emilia-Romagna verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export regionale.

Rank 2006	Rank 2002	Prodotti	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	1	Altre macchine per impieghi speciali	69.459.536	16,93	24,01
2	3	Macchine produzione energia mecc.	39.750.838	30,81	13,74
3	2	Altre macchine impiego generale	31.971.782	36,34	11,05
4	4	Macchine utensili	20.480.326	-20,72	7,08
5	5	Parti e accessori per autoveicoli	18.199.024	78,69	6,29
6	14	Motori, generatori	17.636.942	96,28	6,10
7	6	Prodotti chimici di base	16.589.967	14,50	5,74
8	7	Altri prodotti chimici	8.609.660	46,71	2,98
9	12	Strumenti di misurazione	7.575.651	12,83	2,62
10	8	Tubi	5.540.176	-15,32	1,92

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

4. Analisi di medio periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione dell'incidenza media negli anni 2005 e 2006 rispetto agli anni 2002-2003. Primi 5 prodotto per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione in punti percentuali	Classi merceologiche in flessione	Variazione in punti percentuali
Macchine produzione energia mecc.	5,32	Altri prodotti chimici	-4,42
Motori, generatori	3,42	Altre macchine impiego generale	-3,41
Prodotti chimici di base	1,26	Macchine utensili	-2,26
Altre macchine per impieghi speciali	1,12	Articoli di coltelleria	-1,51
Strumenti di misurazione	0,90	Pitture, vernici e smalti	-1,14

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

5. Analisi di breve periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione 2006 rispetto al 2005. Primi 5 prodotto per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione percentuale	Classi merceologiche in flessione	Variazione percentuale
Apparecchi trasmissivi	1419,55	Prodotti farmaceutici	-46,98
Legno tagliato, piallato	871,09	lavori di falegnameria	-40,77
Metalli preziosi	510,07	Ferro, ghisa e acciaio	-38,53
Vetro e prodotti in vetro	140,62	Pitture, vernici e smalti	-25,70
Autoveicoli	105,06	Macchine per ufficio	-25,21

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

6. Quote di mercato per macrosettore. Quota di mercato nel 2005 espressa in milioni (valore ascrivibile alle esportazioni dell'Emilia-Romagna o dell'Italia ogni milione di euro esportati da tutti i Paesi del mondo verso il Paese di riferimento) e variazione percentuale rispetto al 2002.

Macrosettore	Emilia-Romagna		Italia	
	Quota (milioni)	Variazione 05/02	Quota (milioni)	Variazione 05/02
Industria estrattiva ed energetica	0	-91,53	1.098	-15,44
Agro-alimentare	290	-5,41	2.661	29,72
Tessile-Abbigliamento	770	-1,27	31.215	-37,33
Chimica	2.277	-18,78	17.669	-46,91
Metalli	2.244	-52,34	24.929	-21,16
Elettricità-elettronica	1.691	69,46	17.870	-14,15
Automotive	10.920	-34,44	49.805	-45,21
Altro meccanica	9.685	1,55	50.431	-12,24
Altro manifatturiero	1.658	32,81	16.641	15,80

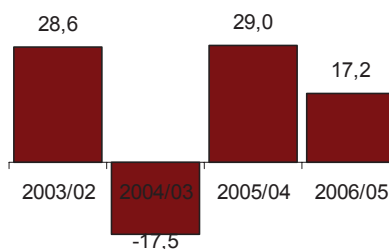
Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

Le esportazioni dell'Emilia-Romagna verso i "BRICS"

PAESE DI RIFERIMENTO: **CINA**

1. Emilia-Romagna e Italia a confronto; quadro di sintesi. Valore delle esportazioni, incidenza del Paese sul totale export, variazione 2006 rispetto al 2005, quota di mercato detenuta nel 2002 e nel 2006 (valore delle esportazioni ascrivibili all'Emilia-Romagna/Italia ogni milione di euro esportati verso il Paese di riferimento), variazione della quota in termini percentuali. Nel grafico il tasso di crescita delle esportazioni regionali verso il Paese di riferimento nel 2002-2006

	Emilia-Romagna	Italia	
Valori 2006	638.235.575	5.702.502.113	
Incidenza sul valore 2002	1,25	1,49	
Incidenza sul valore 2006	1,55	1,74	
Variazione 2006 su 2005	17,23	23,88	
Quota mercato 2002 (in milioni)	1.300	13.126	
Quota mercato 2006 (in milioni)	1.023	9.131	
Variazione quota in percentuale	-21,32	-30,44	



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

2. Le prime 10 regioni italiane per valore delle esportazioni 2006 verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export di ciascuna regione.

Rank 2006	Rank 2002	Regioni	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	1	Lombardia	2.036.474.807	35,71	2,19
2	4	Veneto	764.026.208	13,40	1,74
3	5	Emilia-Romagna	638.235.575	11,19	1,55
4	3	Piemonte	625.863.436	10,98	1,80
5	6	Toscana	415.656.000	7,29	1,70
6	7	Friuli-Venezia Giulia	240.426.198	4,22	2,19
7	9	Umbria	207.866.612	3,65	6,47
8	2	Lazio	165.903.906	2,91	1,37
9	12	Puglia	154.213.770	2,70	2,31
10	8	Campania	106.896.789	1,87	1,28

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

3. Le prime classi merceologiche per valore delle esportazioni 2006 dell'Emilia-Romagna verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export regionale.

Rank 2006	Rank 2002	Prodotti	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	2	Altre macchine impiego generale	176.215.685	5,25	27,61
2	1	Altre macchine per impieghi speciali	108.718.797	10,36	17,03
3	4	Macchine produzione energia mecc.	72.069.064	52,93	11,29
4	3	Macchine utensili	42.388.791	55,82	6,64
5	10	Tubi	35.808.109	811,52	5,61
6	17	Autoveicoli	24.617.344	26,92	3,86
7	6	Prodotti chimici di base	12.925.995	-45,75	2,03
8	13	Piastrelle e lastre in ceramica	12.069.139	37,73	1,89
9	19	Altri articoli di abbigliamento	10.378.608	34,36	1,63
10	20	Motori, generatori	9.733.779	65,38	1,53

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

4. Analisi di medio periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione dell'incidenza media negli anni 2005 e 2006 rispetto agli anni 2002-2003. Primi 5 prodotti per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione in punti percentuali	Classi merceologiche in flessione	Variazione in punti percentuali
Macchine produzione energia mecc.	4,87	Altre macchine per impieghi speciali	-12,52
Autoveicoli	3,14	Ferro, ghisa e acciaio	-3,96
Apparecchi trasmettenti	2,72	Macchine utensili	-2,21
Tubi	2,27	Apparecchi per uso domestico	-0,84
Altre macchine impiego generale	1,45	Strumenti di misurazione	-0,83

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

5. Analisi di breve periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione 2006 rispetto al 2005. Primi 5 prodotti per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione percentuale	Classi merceologiche in flessione	Variazione percentuale
Pesticidi ed altri prodotti chimici	9499,59	Apparecchi trasmettenti	-73,35
Agricoltura e orticoltura	977,15	Apparecchi elettrici, n.c.a.	-59,46
Tubi	811,52	Macchine per ufficio	-55,68
Prodotti farmaceutici	249,53	Tubi e valvole elettronici	-49,66
Fogli da impiallacciatura	211,91	Prodotti chimici di base	-45,75

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

6. Quote di mercato per macrosettore. Quota di mercato nel 2005 espressa in milioni (valore ascrivibile alle esportazioni dell'Emilia-Romagna o dell'Italia ogni milione di euro esportati da tutti i Paesi del mondo verso il Paese di riferimento) e variazione percentuale rispetto al 2002.

Macrosettore	Emilia-Romagna		Italia	
	Quota (milioni)	Variazione 05/02	Quota (milioni)	Variazione 05/02
Industria estrattiva ed energetica	17	8,21	380	-57,97
Agro-alimentare	145	85,97	901	51,28
Tessile-Abbigliamento	903	85,83	18.304	56,93
Chimica	528	6,75	6.633	-6,31
Metalli	211	-42,04	18.659	57,58
Elettricità-elettronica	388	146,94	3.555	-35,53
Automotive	2.405	68,21	8.588	1,45
Altro meccanica	3.820	-13,52	22.715	-18,04
Altro manifatturiero	789	-36,99	10.531	-63,46

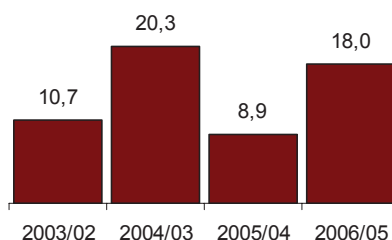
Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

Le esportazioni dell'Emilia-Romagna verso i "BRICS"

PAESE DI RIFERIMENTO: **REPUBBLICA SUDAFRICANA**

1. Emilia-Romagna e Italia a confronto; quadro di sintesi. Valore delle esportazioni, incidenza del Paese sul totale export, variazione 2006 rispetto al 2005, quota di mercato detenuta nel 2002 e nel 2006 (valore delle esportazioni ascrivibili all'Emilia-Romagna/Italia ogni milione di euro esportati verso il Paese di riferimento), variazione della quota in termini percentuali. Nel grafico il tasso di crescita delle esportazioni regionali verso il Paese di riferimento nel 2002-2006

	Emilia-Romagna	Italia
Valori 2006	238.567.053	1.591.431.993
Incidenza sul valore 2002	0,44	0,37
Incidenza sul valore 2006	0,58	0,49
Variazione 2006 su 2005	18,05	22,01
Quota mercato 2002 (in milioni)	4.593	33.187
Quota mercato 2006 (in milioni)	3.918	26.114
Variazione quota in percentuale	-14,70	-21,31



Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

2. Le prime 10 regioni italiane per valore delle esportazioni 2006 verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export di ciascuna regione.

Rank 2006	Rank 2002	Regioni	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	1	Lombardia	551.422.411	34,65	0,59
2	2	Emilia-Romagna	238.567.053	14,99	0,58
3	3	Veneto	201.776.664	12,68	0,46
4	4	Piemonte	166.302.714	10,45	0,48
5	13	Sardegna	138.507.956	8,70	3,19
6	6	Toscana	65.765.891	4,13	0,27
7	5	Campania	36.215.184	2,28	0,43
8	9	Marche	31.490.106	1,98	0,27
9	10	Liguria	30.974.552	1,95	0,74
10	7	Lazio	30.708.367	1,93	0,25

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

3. Le prime classi merceologiche per valore delle esportazioni 2006 dell'Emilia-Romagna verso il Paese di riferimento. Posizione 2006, posizione 2002, variazione rispetto al 2005 e incidenza sul totale export regionale.

Rank 2006	Rank 2002	Prodotti	Valore 2006	Var.% 06/05	Incidenza export
1	3	Altre macchine impiego generale	35.164.352	-5,10	14,74
2	2	Altre macchine per impieghi speciali	34.459.863	18,22	14,44
3	1	Macchine per l'agricoltura	25.901.528	190,80	10,86
4	6	Macchine produzione energia mecc.	22.066.008	4,28	9,25
5	4	Parti e accessori per autoveicoli	17.764.125	-6,61	7,45
6	5	Piastrelle e lastre in ceramica	17.659.950	13,39	7,40
7	7	Macchine utensili	16.980.787	15,60	7,12
8	9	Autoveicoli	12.618.803	79,61	5,29
9	39	Articoli sportivi	5.759.137	74,15	2,41
10	8	Articoli in materie plastiche	4.045.071	-19,79	1,70

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

4. Analisi di medio periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione dell'incidenza media negli anni 2005 e 2006 rispetto agli anni 2002-2003. Primi 5 prodotti per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione in punti percentuali	Classi merceologiche in flessione	Variazione in punti percentuali
Altre macchine impiego generale	4,71	Macchine per l'agricoltura	-9,46
Macchine utensili	2,79	Articoli in materie plastiche	-1,05
Macchine produzione energia mecc.	1,94	Apparecchi per uso domestico	-0,81
Articoli sportivi	1,51	Altre macchine per impieghi speciali	-0,71
Autoveicoli	1,39	Prodotti chimici di base	-0,62

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

5. Analisi di breve periodo: classi merceologiche in crescita e in flessione. Variazione 2006 rispetto al 2005. Primi 5 prodotti per crescita e primi 5 prodotti in flessione.

Classi merceologiche in crescita	Variazione percentuale	Classi merceologiche in flessione	Variazione percentuale
Alimenti per animali	2639,09	Apparecchi elettrici, n.c.a.	-28,71
Altri prodotti in legno	705,11	Cicli e motocicli	-28,56
Mobili	265,66	Articoli in materie plastiche	-19,79
Altri prod. minerali non metallif.	261,72	Macchine per ufficio	-18,49
Macchine per l'agricoltura	190,80	Prodotti della macinazione	-17,99

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.

6. Quote di mercato per macrosettore. Quota di mercato nel 2005 espressa in milioni (valore ascrivibile alle esportazioni dell'Emilia-Romagna o dell'Italia ogni milione di euro esportati da tutti i Paesi del mondo verso il Paese di riferimento) e variazione percentuale rispetto al 2002.

Macrosettore	Emilia-Romagna		Italia	
	Quota (milioni)	Variazione 05/02	Quota (milioni)	Variazione 05/02
Industria estrattiva ed energetica	9	-71,38	6.344	86,57
Agro-alimentare	2.833	43,91	19.528	23,10
Tessile-Abbigliamento	993	-37,34	23.513	-32,94
Chimica	1.624	-5,08	35.880	8,62
Metalli	1.209	-58,07	42.033	-21,84
Elettricità-elettronica	1.129	44,54	26.262	-48,89
Automotive	3.507	-22,00	12.153	-37,26
Altro meccanica	14.632	-3,53	58.785	-2,13
Altro manifatturiero	5.490	-3,70	43.604	-16,52

Fonte: Area studi Unioncamere Emilia-Romagna su database Pegaso e dati Istat, WTO.