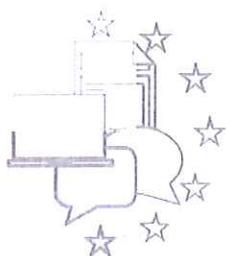




CONFINDUSTRIA
Lombardia



Rassegna stampa

Indagine Internazionalizzazione –
Edizione 2017

Milano, 28 giugno 2017

Internazionalizzazione. Indagine di Confindustria Lombardia e Sda Bocconi sulle strategie e sui risultati delle aziende

Pmi subito in corsa con l'export

Entro tre anni dalla nascita il 34% sviluppa un quarto dei ricavi oltreconfine

Luca Orlando
 MILANO

Una su tre è nativa globale. Per le imprese lombarde nate dopo il 2000 la necessità di collocare i propri prodotti nel mondo è evidente: entro tre anni dalla nascita un quarto dei ricavi è infatti realizzato oltreconfine dal 34% delle aziende, il livello più alto di sempre.

È uno dei risultati dell'indagine di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico di Sda Bocconi su un campione di circa 1200 imprese internazionalizzate. Che offre un quadro di grande dinamismo, con gradi di complessità e impegno crescente nelle strategie adottate al crescere delle dimensioni aziendali, anche se la via dell'export non è affatto patrimonio esclusivo dei "big". Già per le imprese fino a nove addetti il rapporto export/ricavi sfiora il 32%, per salire al 54,3% per le aziende con più

di 250 dipendenti. Auto e macchinari, con export a ridosso del 60% dei ricavi, sono mediamen-

te i settori più internazionalizzati mentre a livello provinciale primeggia Varese (49,9%), grazie anche all'importante contributo del settore aeronautico.

Per tutte le tipologie dimensionali la presenza commerciale oltreconfine (per definizione più "leggera") è presente in misura maggiore rispetto a quella produttiva e in generale il ricorso a investimenti diretti esteri (stabilimenti ma anche filiali proprie o joint venture) è ancora una volta legato alla "stazza": sei aziende su dieci con oltre 100 addetti seguono questa strada, appena 13 su 100 per le realtà fino a 49 addetti. I mercati di destinazione preferiti

riflettono una logica d'espansione prevalentemente europea: Germania, Francia e Spagna sono i primi tre paesi per vendite. Gli

obiettivi di crescita commerciale futura indicati dalle imprese (quali Russia, Stati Uniti, Cina, India, Iran) esprimono invece un'ambizione a estendere il raggio geografico d'azione. Per le imprese piccole, la politica preferita è quella di focalizzarsi su un numero limitato di paesi di destinazione (34,4% delle imprese con meno di 50 addetti). Scelta che permette di economizzare sulle risorse, ma crea rischi di oscillazione delle vendite in caso di congiunture negative locali. Al contrario, le imprese più strutturate preferiscono puntare sulla presenza diffusa in numerosi paesi, anche con piccole quote di mercato. In termini di performance, il campione indagato presenta una redditività maggiore della media nazionale: il return on assets delle Pmi del campione è stato pari al 5,3% nel 2015, oltre un punto in più rispetto alla popolazione nazionale censita da Cerved. Redditività che in media

crece all'aumentare della quota di vendite internazionali. «Questi risultati - spiega il presidente di Confindustria Lombardia **Alberto Ribolla** - testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi. L'Internazionalizzazione - ha aggiunto **Ribolla** - rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro Piano strategico #Lombardia2030». «L'Italia all'estero ha cominciato a fare sistema - spiega il sottosegretario allo Sviluppo Economico **Ivan Scalfarotto** - e ad esempio la nostra rete di ambasciatori oggi conosce i singoli dossier esattamente con gli imprenditori. I risultati di questi sforzi si vedono, con una crescita rilevante dell'export nel 2017».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I settori più internazionalizzati

Quota percentuale di vendite all'estero

Mezzi di trasporto	60,3%	Tessile, abbigliamento e pelletteria	39,9%
Macchinari	58,3%	Petrochimico	37,6%
Altro manifatturiero	46,9%	Carta e stampa	37,2%
Elettrico	45,7%	Metallurgia	35,4%
Legno e mobili	45,6%	Alimentare e bevande	31,6%
Elettronica	42,2%	Servizi alle imprese	29,7%
Plastica	41,9%	Commercio e trasporti	28,8%
Metalmeccanica	41,2%	Informatica	23,6%

Fonte: Confindustria Lombardia, Bocconi

L'APERTURA

Anche per le realtà fino a 50 addetti le vendite estere valgono quasi il 40%

Ribolla: «È uno dei perni del nostro piano strategico»





IL REPORT CONFINDUSTRIA E ASSOLOMBARDA

Piccole e medie imprese crescono E in Lombardia riparte l'export

Piccole e medie imprese in aumento e crescita dell'export. La ripresa del sistema produttivo lombardo si gioca su questi due fattori secondo il Rapporto Pmi Centro-Nord di Confindustria-Cerved e il Booklet Economia di Assolombarda. Due documenti che insieme descrivono un orizzonte meno cupo per le imprese regionali.

Al netto di facili ottimismo e considerando che il fatturato delle aziende è ancora lontano dai livelli pre-crisi, i numeri sono incoraggianti. Nel report di Confindustria si legge che «l'emorragia si è arrestata»: le piccole e medie imprese lombarde sono aumentate del 2% arrivando a toccare le 35.580 unità nel 2015. Un allargamento della base delle Pmi che supera la media dell'incremento nazionale (+1,8%) come sottolinea il presidente di Confindustria Lombardia **Alberto Ribolla**. «Per la prima volta negli ultimi dieci anni — spiega — possiamo parlare di numeri competitivi a livello europeo. Bisogna però lavorare sulla taglia delle singole imprese che resta ridot-

ta e rimane il principale ostacolo allo sviluppo». In Lombardia infatti l'80 per cento delle Pmi è costituito da piccole realtà. Parliamo di attività dal fatturato inferiore ai dieci milioni di euro e con meno di cinquanta dipendenti. È il tanto dibattuto problema del «nanismo aziendale» che da tratto distintivo del Paese diventa limite quando si parla di esportare il Made in Italy o si cerca di promuovere l'innovazione. I dati congiunturali non sembrano tuttavia frenare l'export dei piccoli, indicato dai ricercatori di Assolombarda tra i fattori positivi dell'economia regionale. Sui mercati internazionali la Lombardia ha toccato a fine 2016 il record di 112 miliardi di esportazioni (+0,8 per cento su base annuale e +7,8 dal pre-crisi). Ripresa trainata soprattutto dalla domanda dei paesi europei, della Cina e degli Stati Uniti. Si spiega così il buon risultato del manifatturiero, comparto che dipende per quasi la metà dalle vendite all'estero.

Se il consuntivo dell'anno scorso si è chiuso con il segno «più», non è da meno il primo trimestre 2017. Guardando gli

ultimi dati sull'export tra i settori in crescita troviamo la chimica, la meccanica, l'abbigliamento, la gomma-plastica, il legno, la siderurgia, gli alimentari e i trasporti. In miglioramento anche le attività artigiane: da gennaio a marzo gli ordini oltre confine sono aumentati dell'1,9 per cento sull'anno precedente.

Il primo trimestre rappresenta così un momento di svolta per gli imprenditori che ritengono il nuovo anno promettente soprattutto alla luce delle agevolazioni del piano nazionale «Industria 4.0». Non sorprende infatti scoprire che sono le aziende lombarde le prime in Italia per numero di domande presentate al Ministero per lo sviluppo economico. Una vitalità che ha permesso di predisporre finanziamenti incentivati per 1,4 miliardi secondo i dati presentati da MedioCredito Centrale durante un convegno dell'Unione degli Industriali della Provincia di Varese. Risorse fondamentali che verranno utilizzate per l'acquisto in leasing di macchinari, attrezzature, impianti e beni stru-

mentali. ++In breve, chi è sopravvissuto alla recessione si sta rafforzando e sta ricominciando a investire con benefici evidenti sul fronte occupazionale, tornato ai livelli pre-crisi nonostante la contrazione nel 2016. Un risultato reso possibile anche dalla ritrovata salute delle piccole aziende del cui peso sul mercato del lavoro è sempre notevole. La Lombardia è la prima regione italiana per dipendenti nelle Pmi: 500 mila su un totale nazionale di 3,8 milioni. «Per potere fare di più serve ora un piano strategico che metta a fattor comune i nostri punti di forza — conclude Ribolla —. Al di là della fabbrica intelligente l'obiettivo è agire su quattro aspetti: la formazione del capitale umano, l'internazionalizzazione, i cluster tecnologici e la promozione di una cultura d'impresa che superi la burocrazia anti-industriale».

Dati alla mano, gli industriali giurano che la Lombardia sta risalendo la china. La domanda da farsi ora è quale impatto avrà questa spinta e se davvero sarà capace di mettere in moto l'economia dell'intero Paese.

Diana Cavalcoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatturato trainante

«L'emorragia si è arrestata». A fine 2016 esportazioni record per 112 miliardi di euro



La ripresa

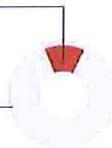


+2%
Aumento
delle Pmi



500 mila
Assunti nelle Pmi
lombarde

3,8 milioni
il totale nazionale



L'andamento in Lombardia

Il numero di Pmi



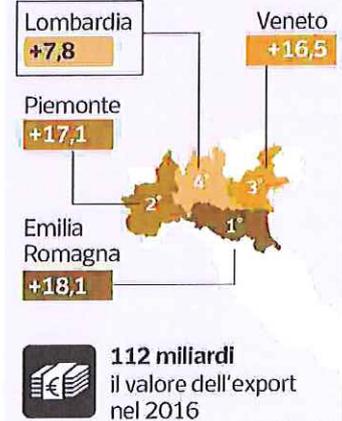
Il fatturato

(Dati in percentuale)



Le esportazioni

(Dati 2016/2008 in percentuale)

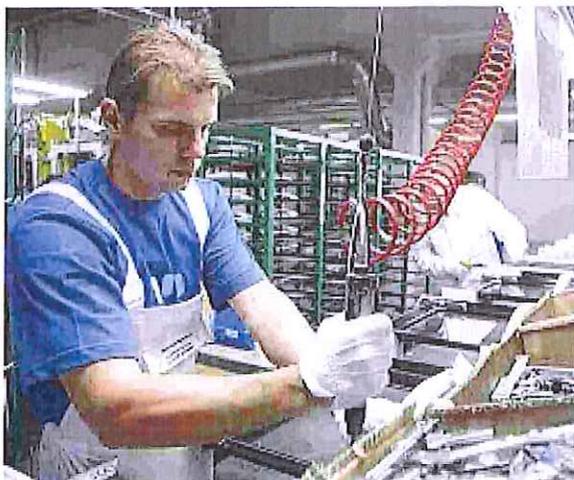


centimetri

Internazionalizzazione, a Brescia esporta il 47% delle aziende

Ricerca di Confindustria Lombardia: così l'estero ha salvato i bilanci

Negli ultimi anni l'export è stata la valvola di sfogo per la tenuta dei conti di tante imprese, siano esse piccole, medie o multinazionali tascabili. Il futuro dice che, almeno nel medio periodo, si confermerà questa tendenza, e questo è ancor più vero in una provincia dalla spiccata vocazione per l'internazionalizzazione come quella bresciana. A suggerirlo, ieri, anche l'indagine presentata a Milano su «Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde» di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico dell'università Bocconi su un campione di circa 1200 imprese associate a Confindustria. Quando si parla di Lombardia si parla di province che esportano molto. Si va dal minimo di Mantova, che ha una percentuale di vendite all'estero sul totale delle imprese pari comunque al 35%, al 50% di Varese. Brescia è sul podio grazie a un 47% di imprese che esportano, subito dietro a Cremona (49%). Primo obiettivo della ricerca capire le strategie internazionali delle imprese: ebbene, se da un lato arrivano conferme sui mercati di destina-



zione (Germania, Francia e Spagna), dall'altra si registra un crescente interesse verso mercati quali Russia, India e Iran. Sembra quasi la fotografia dell'export bresciano: Germania su tutti (20% di merci e servizi bresciane vanno lì), seguita da Francia e Spagna, ma anche crescente interesse verso Oriente. Per quanto riguarda i comparti, quelli più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari

(58,3%) e altro manifatturiero (46,9%).

Quanto conta la dimensione aziendale nelle strategie? Molto, secondo l'indagine: «Al cambiare della dimensione cambiano le modalità di internazionalizzazione - afferma lo studio -: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentrazione, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le

47%

La percentuale delle imprese bresciane che esportano i loro prodotti

20%

La percentuale di merci e servizi che da Brescia vanno in Germania

60%

La percentuale di esportazione di un settore determinante come quello dei trasporti

medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva». La dimensione influenza anche altri approcci: le medio grandi sono più strutturate e mettono in campo un mix di risorse finanziarie, conoscenza dell'attività di internazionalizzazione, contatti locali ed esperienze pregresse; quelle piccole hanno livelli più bassi di questi fattori i aiuto, ma sono molto rapide a muoversi e a intuire il come e il dove andare. Non solo, vale per le piccole ma non solo, oltre un terzo delle imprese sono «Born global», ovvero imprese che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività. Non male il mercato estero. «Questi risultati - ha osservato **Alberto Ribolla**, presidente di Conindustria Lombardia - testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione».

Thomas Bendinelli



Pmi orobiche In crescita la vocazione all'export



La presentazione dei dati export

L'Indagine Confindustria

Risulta omogeneo il grado di internazionalizzazione in Lombardia: a Bergamo il 44% di vendite estere

Un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori: questo il dato significativo emerso dall'indagine «Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle Pmi lombarde» di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico della Bocconi su un campione di circa 1.200 imprese. Il primato in media spetta al 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese. Seguono subito dopo Cremona (49,8%), Brescia (47,1) e poi proprio Bergamo al 44,7%.

Le aziende lombarde appaiono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione «leggera». I mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni.

Crescono le «born global»

Nel presentare i risultati dell'indagine il presidente di Confindustria Lombardia **Alberto Ribolla** ha sottolineato che «questi dati testimoniano l'ele-

vato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano». L'internazionalizzazione, ha aggiunto **Ribolla** «rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro Piano strategico #Lombardia2030, e in questi anni Confindustria Lombardia ha incentrato la propria attività su un'internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull'incremento dell'attrattività degli investimenti e una più mirata offerta di servizi alle imprese».

Tornando all'indagine, caratteristica tutta lombarda è l'aumento delle cosiddette imprese «Born global» (che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività): rappresentano il 34% del campione nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e si caratterizzano per le loro politiche aggressive.

Inoltre le imprese lombarde presentano una redditività maggiore della media nazionale: il Roa (Return on Assets) del campione lombardo nel 2015 è stato del 5,3%, contro il 4% nazionale censito da Cerved nello stesso anno.



«Siamo maturi e pure flessibili»

Il presidente Alberto Ribolla sottolinea il primato lombardo

MILANO - (I.t.) «Questi risultati testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi».

Così il varesino Alberto Ribolla, attuale presidente di Confindustria Lombardia nell'aprire i lavori del convegno di presentazione dell'indagine.

«L'internazionalizzazione rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro piano strategico "#Lombardia2030", e in questi anni proprio noi di Confindustria abbiamo voluto concentrare parte della nostra attività su un'internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull'incremento dell'attrattività degli investimenti, una più mirata offerta di servizi alle imprese (attraverso l'attività fondamentale delle Associazioni territoriali o

sfruttando la rete Enterprise Europe Network, ndr), maggiori sinergie con gli stakeholder regionali e la rete delle rappresentanze consolari e sul consolidamento di rapporti con istituzioni e associazioni nostre omologhe oltre confine».

ha proseguito l'amministratore delegato della Sices 1958 Spa di Lonate Ceppino. Ribolla ha enfatizzato il ruolo leader della Lombardia in Italia su molteplici fronti, con il 31 per cento delle imprese manifatturiere, il 27 per cento delle start up italiane ad alto potenziale, il 35 per cento dei brevetti e il 47 per cento delle imprese italiane a partecipazione estera. «La manifattura è un "core business" anche per l'Europa», ha chiosato l'ex numero 1 di Univa, ribadendo

come l'export manifatturiero della Lombardia sia superiore a quello di interi Paesi, come Svezia, Ungheria e Portogallo, e definendo l'economia europea come «la più grande al mondo» e la «nostra casa».

**Si conquistano
nuovi mercati
nonostante
le difficoltà**



Esteri, Pmi varesine da record

STUDI Territorio fra i più evoluti in Italia per capacità di internazionalizzazione

A sinistra **Alberto Ribolla**, presidente di Confindustria Lombardia, alla presentazione dell'indagine sull'export

MILANO - La parola d'ordine delle Pmi lombarde? Internazionalizzazione. Tra l'altro, l'elevato tasso di internazionalizzazione caratterizza un po' tutte le realtà produttive lombarde, a cominciare proprio da quelle della provincia di Varese. Nel Varesotto, se possibile, il processo di espansione all'estero è ormai connotato al modus operandi di chi fa impresa. Ce lo ri-

corda il 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese: si tratta di un record assoluto in Lombardia, nonché di uno dei dati più rilevanti emersi dall'indagine "Strategia di internazionalizzazione, commitment e performance delle Pmi lombarde", realizzata da Confindustria Lombardia con il contributo scientifico di Sda Bocconi.

Lo studio ha coinvolto un campione di circa 1200 imprese con l'obiettivo di definire le strategie internazionali perseguite dalle imprese lombarde, valutare propensione e performance e individuare le esigenze di servizi e supporto. Nel dettaglio, l'indagine, i cui esiti sono stati presentati ieri a Milano, ha evidenziato un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori. Le province con più imprese esportatrici oltre a quelle di Varese e provincia? Si trovano a Cremona (49,8% di vendite all'estero sul totale delle imprese) e a Brescia (47,1%). Non c'è da sorprendersi, alla luce della vocazione produttiva delle Pmi lombarde, che i comparti industriali più internazionalizzati siano quelli legati alla produzione manifatturiera, in primis i settori dei mezzi di trasporto (60,3%) e dei macchinari (58,3%). Altro dato che non sorprende più di tanto: al mutare della dimensione cambiano per forza di cose le modalità di internazionalizza-

zione. In altre parole, le piccole imprese (il 34,4%) optano per un numero limitato di Paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente puntando all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono invece la politica dello "spreading", e cioè optano per una presenza diffusa in numerosi Paesi (anche con piccole quote di mercato), accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva. Da tenere in considerazione il fatto che il commitment (mix di risorse finanziarie, conoscenza attività internazionalizzazione, patrimonio esperienze pregresse e rete di contatti locali) contribuisce positivamente al successo internazionale; c'è però

anche da dire che le piccole imprese hanno sì livelli più bassi di commitment ma, al tempo stesso, sono quelle che si internazionalizzano più velocemente. In generale, le imprese lombarde sono tendenzialmente dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione leggera e guardano come

destinazione preferite Germania, Francia e Spagna (mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni). Lo studio mette infine in risalto l'aumento delle aziende cosiddette "born global", imprese cioè che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale

nei primi tre anni di attività, che rappresentano ormai il 34% del campione lombardo preso in esame. Ci si riferisce a realtà produttive nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e caratterizzate da politiche d'internazionalizzazione spinte.

Luca Testoni

Metà del fatturato delle imprese provinciali deriva dalle vendite nel resto del mondo



Indagine Confindustria: le piccole società puntano a un numero ristretto di partner



L'INDAGINE In Lombardia le aziende si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione

Varese culla delle imprese che puntano sull'estero

di **Silvia Bottelli**

■ Le imprese varesine sono le più internazionalizzate dell'intera regione, con il 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese.

È quanto emerge dall'indagine "Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde" di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico di SDA Bocconi su un campione di circa 1200 imprese e quello che delineato è un quadro piuttosto positivo: in Lombardia le imprese si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione, piuttosto omogeneo in tutti i territori, dove abbiamo visto esserci proprio Varese al vertice della classifica. Le imprese in tema di internazionalizzazione sono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati. E proprio sui mercati di destinazione delle merci i preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni.

«Questi risultati testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi» commenta **Alberto Ribolla**, presidente varesino di Confindustria Lombardia. Proprio l'internazionalizzazione rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel Piano strategico #Lombardia2030, «e in questi anni Confindustria Lombardia ha voluto in-



Questi risultati testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre aziende

centrare parte della propria attività su un'internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull'incremento dell'attrattività degli investimenti, una più mirata offerta di servizi alle imprese - attraverso l'attività fondamentale delle Associazioni territoriali -, maggiori sinergie con gli stakeholder regionali e la re-



te delle rappresentanze consolari e sul consolidamento di rapporti con istituzioni e associazioni nostre omologhe oltre confine» aggiunge il presidente di Confindustria Lombardia.

Tornando ai risultati della ricerca emerge che i comparti industriali più internazionalizzati risultano essere i

settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero (46,9%). Al cambiare della dimensione cambiano anche le modalità di internazionalizzazione: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione

per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva. ■



Le piccole realtà preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di destinazioni



LOMBARDIA: CONFINDUSTRIA, INTERNAZIONALIZZAZIONE DIFFUSA TRA IMPRESE =

Milano, 28 giu. (Adnkronos/Labitalia) - In Lombardia le imprese si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione, omogeneo in tutti i territori, sono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione 'leggera'. I mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni. Questi i principali risultati emersi dall'indagine 'Strategia di internazionalizzazione, commitment e performance delle pmi lombarde' di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico di Sda Bocconi su un campione di circa 1.200 imprese.

Obiettivo dell'indagine era definire le strategie internazionali perseguite dalle imprese lombarde, valutare la loro propensione e performance, individuare le esigenze di servizi e supporto.

"Questi risultati -commenta il presidente di Confindustria Lombardia,

Alberto Ribolla- testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi. L'internazionalizzazione rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro piano strategico #Lombardia2030".

(Lab/Adnkronos)

Imprese: Russia, India e Iran primi mercati ai quali guardano le aziende lombarde

Milano , 28 giu 17:50 - (Agenzia Nova) - Russia, India e Iran sono i mercati dove le imprese lombarde ambiscono ad espandersi nei prossimi anni. Questo quanto emerge dai risultati dell'indagine regionale 2017 "Strategie di internazionalizzazione, commitment e performance delle Pmi lombarde", condotta da Confindustria Lombardia in collaborazione con l'Università Bocconi. La ricerca è stata presentata questa mattina a Milano nel corso del convegno "Le imprese lombarde nel mondo: come e dove", organizzato da Confindustria Lombardia, al quale hanno partecipato, fra gli altri, il sottosegretario allo Sviluppo economico Ivan Scalfarotto, il presidente di Confindustria Lombardia Alberto Ribolla, il vicepresidente e assessore per la Casa, Housing sociale, Expo 2015 e Internazionalizzazione delle Imprese di Regione Lombardia Fabrizio Sala e la direttrice dell'area Internazionalizzazione di Confindustria Camilla Cionini Visani. (segue) (Res)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

Imprese: Russia, India e Iran primi mercati ai quali guardano le aziende lombarde (2)

Milano , 28 giu 17:50 - (Agenzia Nova) - "I mercati di destinazione preferiti delle imprese lombarde attualmente sono Germania, Francia e Spagna", ha spiegato Gabriella Lojacono, professoressa associata presso il dipartimento Management e Tecnologia dell'Università Bocconi, e curatrice della ricerca condotta con Confindustria Lombardia. Stando allo studio, Russia, India e Iran sono invece i 'nuovi mercati' dove le aziende della Lombardia mirano ad espandersi nei prossimi anni, insieme a Stati Uniti e Cina, dove si registra già oggi una crescente presenza di aziende della Lombardia. "Ci ha sorpreso rilevare che la Russia sia il primo mercato al quale guardano le imprese lombarde", ha osservato Lojacono, menzionando il "contesto difficile e le barriere" che caratterizzano oggi il mercato russo. "Riteniamo quindi che i nostri imprenditori non si spaventino a fronte di queste difficoltà – ha aggiunto la professoressa – e considerano il mercato russo molto attrattivo". (segue) (Res)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

Imprese: Russia, India e Iran primi mercati ai quali guardano le aziende lombarde (3)

Milano , 28 giu 17:50 - (Agenzia Nova) - A evidenziare le opportunità offerte dalla Cina è stato il sottosegretario allo Sviluppo economico Scalfarotto che ha sollecitato gli imprenditori a guardare al "gigante asiatico" come una nazione "che oggi ha una capacità tecnologica avanzata e può essere un partner". Secondo Scalfarotto non bisogna considerare la Cina solo come un "paese che ci inonda con i suoi prodotti a basso costo, oggi è piuttosto un paese che sta sviluppando innovazioni tecnologiche e predispone enormi piani infrastrutturali". "L'Italia deve puntare sull'export che è stato il pilastro della nostra economia e ha trainato il paese negli ultimi anni", ha affermato ancora Scalfarotto, ricordando l'anno record, segnato nel 2015, quando l'export ha raggiunto i 415 miliardi di euro. "Sebbene lo scorso anno le esportazioni siano cresciute meno", ha precisato il sottosegretario, "il trend generale dell'export italiano continua a essere positivo". (segue) (Res)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

"L'Italia deve puntare sull'export che è stato il pilastro della nostra economia e ha trainato il paese negli ultimi anni", ha affermato ancora Scalfarotto, ricordando l'anno record, segnato nel 2015, quando l'export ha raggiunto i 415 miliardi di euro. "Sebbene lo scorso anno le esportazioni siano cresciute meno", ha precisato il sottosegretario, "il trend generale dell'export italiano continua a essere positivo". Citando alcune iniziative promosse dal governo a sostegno di export e internazionalizzazione, come le "risorse quintuplicate all'Ice" (Agenzia per la promozione all'estero delle imprese italiane e l'internazionalizzazione), il lavoro svolto dalle reti diplomatiche e consolari che oggi fanno diplomazia economica "in maniera eccellente" e la "collaborazione tra Sace e Sismest", Scalfarotto ha espresso soddisfazione per "un' Italia che finalmente fa sistema" per promuovere le sue eccellenze sui mercati esteri. Il sottosegretario si è detto soddisfatto anche dell'iniziativa dei voucher per i Temporary export manager (Tem), perché "le nostre pmi hanno bisogno di nuove professionalità che le supportino nelle sfide globali", e ha annunciato un'imminente iniziativa che offrirà un'analogia consulenza e strumenti ad aziende di dimensioni più grandi che intendono raggiungere i mercati esteri.

(Res)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

La necessità di strategie coordinate sia a livello nazionale, sia a livello europeo è stata affermata anche da Fabrizio Sala, vicepresidente di Regione Lombardia e assessore per la Casa, Housing Sociale, Expo 2015 e Internazionalizzazione delle Imprese. "Sull'internazionalizzazione dobbiamo muoverci in blocco con i partner europei superando quella competizione che oggi emerge forte tra stati", ha detto Sala, che ha auspicato di "non ritrovarsi tra qualche anno con i tedeschi come nostri competitor in Cina", ribadendo che "dobbiamo muoverci in maniera coordinata con i nostri partner europei".

Secondo Sala l'Italia deve inoltre guardare "all'economia circolare dove l'Europa investe e mette a disposizione risorse". Ricordando che al centro delle strategie industriali dell'Unione europea oggi spicca l'agenda digitale, il vice presidente di Regione Lombardia ha evidenziato la grande attenzione data dall'Ue anche all'economia circolare, alla quale "l'Italia deve necessariamente guardare, per tenere il passo con l'Europa".

Un quadro delle potenzialità economiche della Lombardia è stato delineato da Alberto Ribolla, presidente di Confindustria Lombardia che, nei molteplici dati forniti nel suo intervento, ha evidenziato che l'export manifatturiero della Lombardia è superiore a quello di interi paesi, come Svezia, Ungheria e Portogallo. Osservando che la Lombardia è la terza regione in Europa per valore aggiunto industriale, e citando dati del 2016 che

indicano in 112.199 milioni di euro l'export lombardo e un import di 114.664 milioni di euro, Ribolla ha rilevato che "la Lombardia è considerata oggi una delle regioni con più alto potenziale di crescita anche da prestigiosi giornali economico-finanziari internazionali". Indicando in manifattura e export, i pilastri economici della Lombardia, il presidente della confindustria lombarda ha enfatizzato che "il manifatturiero lombardo corre più della media europea", con una produzione industriale del + 1,7 per cento nel primo trimestre del 2017 e + 4 per cento su base annua, con un export che segna un + 4,2 per cento il primo trimestre dell'anno corrente e un + 7,5 per cento su base annua. Dati importanti anche per l'Italia, ha sottolineato Ribolla, rilevando che sebbene il Paese solitamente viaggi a cifre che sono la metà di quelle dell'economia lombarda,

"i numeri attestano una crescita", anche legata, ha aggiunto, allo "sforzo dell'intero sistema-Italia verso export e internazionalizzazione". Ciononostante, secondo Ribolla, le imprese italiane necessitano di risorse finanziarie ancor maggiori per aumentare le esportazioni e sfruttarne appieno le potenzialità. "Se la Germania segna un export straordinario è perché le imprese tedesche hanno a disposizione maggiore 'carburante' finanziario", ha detto ancora il presidente di Confindustria Lombardia, aggiungendo che "l'internazionalizzazione rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro Piano strategico #Lombardia2030".

Tra gli obiettivi di Confindustria Lombardia per promuovere l'export e l'internazionalizzazione della Regione, Ribolla ha menzionato lo sviluppo di collaborazioni di medio periodo con altre regioni straniere, al fine di sviluppare attività che favoriscano la partecipazione delle imprese lombarde nella Global value chain e il target di "facilitare l'attrazione degli investimenti in Lombardia per rendere il sistema più produttivo".

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

Dai risultati dell'edizione 2017 dell'Indagine "Strategie di internazionalizzazione, commitment e performance delle pmi lombarde", emerge un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori della Lombardia: si va dal 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese, al 35,3% del mantovano. Sul podio anche Cremona (49,8%) e Brescia (47,1). I comparti industriali più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero (46,9%). Lo studio indica inoltre che al cambiare della dimensione delle aziende cambiano le modalità di internazionalizzazione: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva.

(segue) (Res)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata



News

28/06/2017 12:21

MF DOW JONES

Imprese: internazionalizzazione omogenea in Lombardia (Confindustria)

MILANO (MF-DJ)--In Lombardia le imprese si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione, omogeneo in tutti i territori. Sono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati e prediligono forme di internazionalizzazione 'leggera'. I mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna, mentre Russia, India e Iran sono i Paesi in cui ambiscono a espandersi nei prossimi anni. Sono questi, si legge in una nota, i principali risultati emersi dall'indagine 'Strategia di Internazionalizzazione, Commitment e Performance delle Pmi lombarde', realizzata da Confindustria Lombardia, con il contributo scientifico di Sda Bocconi. Lo studio ha coinvolto un campione di circa 1200 imprese con l'obiettivo di definire le strategie internazionali perseguite dalle imprese lombarde, valutare propensione e performance e individuare le esigenze di servizi e supporto. Nel dettaglio, l'indagine ha evidenziato un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori: dal 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese, al 35,3% del mantovano. Sul podio anche Cremona (49,8%) e Brescia (47,1%). I comparti industriali più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero (46,9%). Le modalità di internazionalizzazione cambiano in base alla dimensione dell'azienda: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di Paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export, mentre le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia la presenza diffusa in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva. Il commitment - mix di risorse finanziarie, conoscenza dell'attività internazionalizzazione, patrimonio di esperienze pregresse e rete di contatti locali - contribuisce positivamente al successo internazionale. Le piccole imprese, che hanno livelli più bassi di commitment sono però, al tempo stesso, quelle che si internazionalizzano più velocemente. Inoltre, secondo lo studio, una caratteristica delle imprese lombarde è l'aumento delle cosiddette 'born global' (aziende che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività), che rappresentano il 34% del campione. Sono nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e si caratterizzano per le loro politiche d'internazionalizzazione aggressive. Le imprese lombarde, infine, presentano una redditività maggiore della media italiana: il ROA (Return on Assets) del campione nel 2015 è stato del 5,3%, contro il 4% nazionale censito da Cerved nello stesso anno. La politica di spreading è più redditizia della concentration, in tutte le classi dimensionali, ma il ROA premia le imprese che attuano politiche che combinano le due strategie. Quest'ultime hanno un ROA del 6,5%, i concentrator del 4,2% e gli spreader del 4,9%. com/cos francesca.costantini@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

Milano Finanza copyright 2014 - 2017. Tutti i diritti riservati

Le informazioni sono fornite ad uso personale e puramente informativo. Ne è vietata la commercializzazione e redistribuzione con qualsiasi mezzo secondo i termini delle [condizioni generali di utilizzo](#) del sito e secondo le leggi sul diritto d'autore. Per utilizzi diversi da quelli qui previsti vi preghiamo di contattare mfhelp@class.it



Speciale energia: Terna firma accordo con Bei per finanziamento 85 milioni di euro

TUTTE LE NOTIZIE | BALCANI | EUROPA ORIENTALE | NORD AFRICA | MEDIO ORIENTE | AFRICA | DIFESA | ENERGIA | COOPERAZIONE | ARCHIVIO

ANALISI

- Atlantide
- Mezzaluna
- Corno d'Africa

Leggi Nova gratis per 7 giorni

RUBRICHE

- Business News
- Speciale energia
- Speciale difesa
- Speciale infrastrutture
- Speciale Ict

Le news di Nova gratis sul tuo sito

RASSEGNE STAMPA

- L'Italia vista dagli altri
- Finestra sul mondo
- Panorama internazionale
- Panorama arabo
- Visto dalla Cina
- Difesa e sicurezza
- Panorama energia



Agenzia No...

Mi piace questa Pa

CHI SIAMO

IMPRESE

Share

Tweet

Share

Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export

Milano, 28 giu 12:20 - (Agenzia Nova) - Le imprese italiane necessitano di maggiori risorse finanziarie per aumentare l'export. Lo ha affermato Alberto Ribolla, presidente di Confindustria Lombardia, nel suo intervento di questa mattina al convegno "Le imprese lombarde nel mondo: come e dove", organizzato a Milano da Confindustria Lombardia. "Se la Germania segna un export straordinario è perché le imprese tedesche hanno a disposizione una maggiore quantità di risorse per esportare e internazionalizzare", ha osservato Ribolla, ringraziando tuttavia il sottosegretario allo Sviluppo economico Ivan Scalfarotto, presente all'evento milanese "per il suo enorme impegno per favorire l'internazionalizzazione e l'export delle aziende". (segue) (Res) © Agenzia Nova - Riproduzione riservata

[«Torna indietro]

ARTICOLI CORRELATI

- 28 giu 13:57 - Imprese: Sala (vice presidente di Regione Lombardia), tedeschi e francesi non siano competitor ma alleati su mercati esteri (2)
- 28 giu 13:57 - Imprese: Sala (vice presidente di Regione Lombardia), tedeschi e francesi non siano competitor ma alleati su mercati esteri
- 28 giu 12:45 - Imprese: Russia, India e Iran mercati dove aziende lombarde vogliono espandersi (2)
- 28 giu 12:45 - Imprese: Russia, India e Iran mercati dove aziende lombarde vogliono espandersi
- 28 giu 12:20 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export (3)
- 28 giu 12:20 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export (3)
- 28 giu 12:20 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export (2)
- 28 giu 11:35 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), export manifatturiero Lombardia superiore a interi paesi europei (2)
- 28 giu 11:35 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), export manifatturiero Lombardia superiore a interi paesi europei
- 27 giu 17:40 - Imprese: Alessandro Scarabelli nominato direttore generale Assolombarda

TUTTE LE NOTIZIE SU..

BALCANI

EUROPA ORIENTALE

NORD AFRICA

MEDIO ORIENTE

AFRICA SUB-SAHARIANA

النشرة العربية



SPECIALI

L'amicizia fra Roma e Baku
Le relazioni Italia-Georgia
Alfano in Tunisia
La Fyrom prova a ripartire
Romania, la vittoria del Psd
Indipendenza Kazakhstan
Presidenziali in Bulgaria
Moldova, svolta socialista
Ucraina, fra Russia e Nato
Grecia e immigrazione

» TUTTI GLI SPECIALI «

La Cooperazione Italiana Informa
Scarica l'ultimo numero



Notiziari

Balcani
Europa orientale
Nord Africa
Medio Oriente
Africa sub-sahariana
Campania
Archivio storico

Le Rubriche

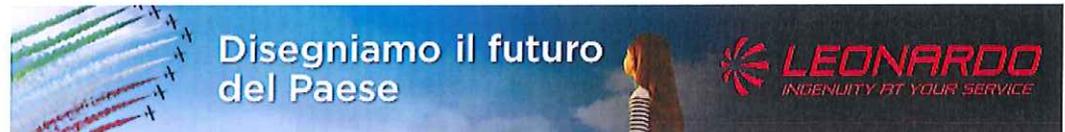
Primo piano
Business News
Speciale energia
Speciale difesa
Speciale infrastrutture
Speciale Ict
Cooperazione

Approfondimenti

Interviste
Atlantide
Mezzaluna
Corno d'Africa
Speciali
La Settimana politica
Monitoraggio legislativo

Le Rassegne

L'Italia vista dagli altri
Panorama internazionale
Panorama della stampa araba
Visto dalla Cina
Panorama difesa e sicurezza
Panorama energia
Finestra sul mondo



Speciale energia: Albania, necessarie importazioni causa siccità, 16 milioni di euro per il mese di luglio

TUTTE LE NOTIZIE BALCANI EUROPA ORIENTALE NORD AFRICA MEDIO ORIENTE AFRICA DIFESA ENERGIA COOPERAZIONE ARCHIVIO

ANALISI



Atlantide



Mezzaluna



Corno d'Africa

Leggi Nova gratis per 7 giorni

RUBRICHE



Business News



Speciale energia



Speciale difesa



Speciale infrastrutture



Speciale Ict

Le news di Nova gratis sul tuo sito

RASSEGNE STAMPA



L'Italia vista dagli altri



Finestra sul mondo



Panorama internazionale



Panorama arabo



Visto dalla Cina



Difesa e sicurezza



Panorama energia



Agenzia No...

Mi piace questa Pa

CHI SIAMO

IMPRESE

Share

Tweet

Share

Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export

Milano, 28 giu 12:20 - (Agenzia Nova) - Le imprese italiane necessitano di maggiori risorse finanziarie per aumentare l'export. Lo ha affermato Alberto Ribolla, presidente di Confindustria Lombardia, nel suo intervento di questa mattina al convegno "Le imprese lombarde nel mondo: come e dove", organizzato a Milano da Confindustria Lombardia. "Se la Germania segna un export straordinario è perché le imprese tedesche hanno a disposizione una maggiore quantità di risorse per esportare e internazionalizzare", ha osservato Ribolla, ringraziando tuttavia il sottosegretario allo Sviluppo economico Ivan Scalfarotto, presente all'evento milanese "per il suo enorme impegno per favorire l'internazionalizzazione e l'export delle aziende". (segue) (Res) © Agenzia Nova - Riproduzione riservata

[«Torna indietro]

ARTICOLI CORRELATI

- 28 giu 13:57 - Imprese: Sala (vice presidente di Regione Lombardia), tedeschi e francesi non siano competitor ma alleati su mercati esteri (2)
- 28 giu 13:57 - Imprese: Sala (vice presidente di Regione Lombardia), tedeschi e francesi non siano competitor ma alleati su mercati esteri
- 28 giu 12:45 - Imprese: Russia, India e Iran mercati dove aziende lombarde vogliono espandersi (2)
- 28 giu 12:45 - Imprese: Russia, India e Iran mercati dove aziende lombarde vogliono espandersi
- 28 giu 12:20 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export (3)
- 28 giu 12:20 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export (3)
- 28 giu 12:20 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), per aziende italiane più finanziamenti per aumentare export (2)
- 28 giu 11:35 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), export manifatturiero Lombardia superiore a interi paesi europei (2)
- 28 giu 11:35 - Imprese: Ribolla (presidente Confindustria Lombardia), export manifatturiero Lombardia superiore a interi paesi europei
- 27 giu 17:40 - Imprese: Alessandro Scarabelli nominato direttore generale Assolombarda

TUTTE LE NOTIZIE SU..

BALCANI

EUROPA ORIENTALE

NORD AFRICA

MEDIO ORIENTE

AFRICA SUB-SAHARIANA

النشرة العربية



SPECIALI

L'amicizia fra Roma e Baku
Le relazioni Italia-Georgia
Alfano in Tunisia
La Fyrom prova a ripartire
Romania, la vittoria del Psd
Indipendenza Kazakhstan
Presidenziali in Bulgaria
Moldova, svolta socialista
Ucraina, fra Russia e Nato
Grecia e immigrazione

» TUTTI GLI SPECIALI «



Scarica l'ultimo numero

Unione Europea



Fondo Europeo di Sviluppo Regionale
Investiamo nel vostro futuro

Notiziari

Balcani
Europa orientale
Nord Africa
Medio Oriente
Africa sub-sahariana
Campania
Archivio storico

Le Rubriche

Primo piano
Business News
Speciale energia
Speciale difesa
Speciale infrastrutture
Speciale Ict
Cooperazione

Approfondimenti

Interviste
Atlantide
Mezzaluna
Corno d'Africa
Speciali
La Settimana politica
Monitoraggio legislativo

Le Rassegne

L'Italia vista dagli altri
Panorama internazionale
Panorama della stampa araba
Visto dalla Cina
Panorama difesa e sicurezza
Panorama energia
Finestra sul mondo

INDUSTRIA ITALIANA

ANALISI E NOTIZIE SCELTE SU ECONOMIA REALE & INNOVAZIONE

DIRETTORE FILIPPO ASTONE



Internazionalizzazione: la manifattura lombarda al top

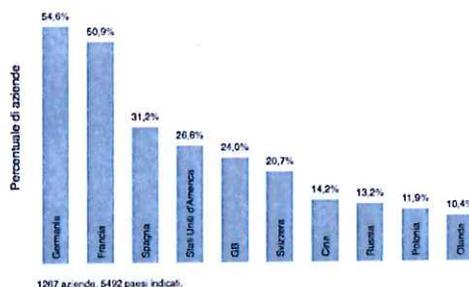
in In breve/Inside

Le imprese lombarde sono dinamiche e born global e hanno un tasso di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori della regione, con le manifatturiere in testa. I risultati dell'Indagine Internazionalizzazione di Confindustria Lombardia

In Lombardia le imprese si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione, omogeneo in tutti i territori, sono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione 'leggera'. I mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni.

2. Il modello di crescita internazionale: i paesi partner

Paesi indicati fra i primi cinque per vendite



SDA Bocconi
School of Management

CONFINDUSTRIA
Lombardia

Questi i principali risultati emersi dall'Indagine "Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde" di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico di SDA Bocconi su un campione di circa

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER

1. Le caratteristiche del campione: internazionalizzazione



Internazionalizzazione delle aziende: media della quota di vendite estero 2015-2016. L'internazionalizzazione risulta abbastanza equilibrata fra i diversi comparti industriali.

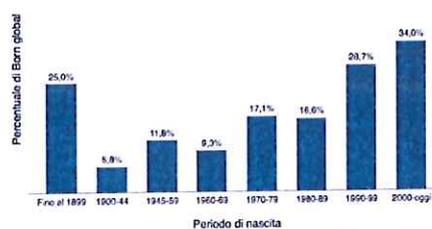
SDA Bocconi
School of Management

CONFINDUSTRIA
Lombardia

I risultati dell'edizione 2017 dell'Indagine di Confindustria Lombardia evidenziano, nel dettaglio, tra gli altri elementi che i comparti industriali più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero (46,9%). Al cambiare della dimensione cambiano le modalità di internazionalizzazione: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva.

4. Velocità di internazionalizzazione: il caso delle Born Global

Tendenza storica alla nascita di Born global



Le Born Global sono le imprese che si internazionalizzano fin dalle loro origini. Le identifichiamo come quelle che hanno raggiunto il 25% delle vendite all'estero entro i primi 3 anni di vita (con o senza presenza extra-UE) e mantengono un livello adeguato di internazionalizzazione (quota vendite estero > 10%).

SDA Bocconi
School of Management

CONFINDUSTRIA
Lombardia

Una caratteristica tutta lombarda è l'aumento delle cosiddette imprese Born global (imprese che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività): le born global sono il 34% del campione nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e si caratterizzano per le loro politiche d'internazionalizzazione aggressive.



IL PRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA LOMBARDIA, ALBERTO RIBOLLA, ALLA PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE "STRATEGIA DI INTERNAZIONALIZZAZIONE, COMMITMENT E PERFORMANCE DELLE PMI LOMBARDE"

Presentando l'indagine, il presidente di Confindustria Lombardia **Alberto Ribolla** ha sottolineato che i risultati «testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi. L'Internazionalizzazione – ha aggiunto Ribolla – rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro Piano strategico #Lombardia2030, e in questi anni Confindustria Lombardia ha voluto incentrare parte della propria attività su un'internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull'incremento dell'attrattività degli investimenti, una più mirata offerta di servizi alle imprese – attraverso l'attività fondamentale delle Associazioni territoriali o sfruttando la rete **Enterprise Europe Network** –, maggiori sinergie con gli stakeholder regionali e la rete delle rappresentanze consolari e sul consolidamento di rapporti con istituzioni e associazioni nostre omologhe oltre confine” ha concluso il presidente di Confindustria Lombardia.

L'indagine è stata svolta su un campione di 1170 imprese internazionalizzate associate alle Associazioni Territoriali di Confindustria Lombardia che operano in attività industriali o legate ai settori industriali. Rappresentanza significativa di imprese internazionalizzate con oltre il 90% di export share con un grado di internazionalizzazione dal 31, 2% al 54, 3% a seconda della classe dimensionale.

CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO SUI SOCIAL NETWORK



TAGS: ALBERTO RIBOLLA CONFINDUSTRIA LOMBARDIA

SDA BOCCONI

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER

28 GIUGNO 2017

Nativi globali

📌 **Appunti** (<http://www.ivanscalfarotto.it/appunti/>), **Attività di governo** (<http://www.ivanscalfarotto.it/attivita-di-governo/>), **Economia** (<http://www.ivanscalfarotto.it/economia/>), **Milano** (<http://www.ivanscalfarotto.it/milano/>), **Moda** (<http://www.ivanscalfarotto.it/moda/>), **Mondo** (<http://www.ivanscalfarotto.it/mondo/>), **Riforme** (<http://www.ivanscalfarotto.it/riforme/>), **XVII Legislatura** (<http://www.ivanscalfarotto.it/xvii-legislatura-2/>)

Il sistema produttivo della Lombardia e delle sue dodici Province è senza ombra di dubbio la punta avanzata del processo di internazionalizzazione che le imprese italiane stanno seguendo per affrontare al meglio le difficoltà e sfruttare al massimo le opportunità dell'attuale fase economica, e soprattutto delle future.

Stamane ho partecipato all'incontro "Imprese lombarde nel mondo: come e dove", organizzato da Confindustria Lombardia, nel corso del quale è stato presentato lo studio "Strategia di internazionalizzazione, commitment e performance delle Pmi lombarde" realizzato dalla stessa Confindustria Lombardia con il contributo scientifico di SDA Bocconi.

Un'indagine che conferma il buon livello dei progressi fatti e la "maturità di sistema" raggiunta nel settore dell'internazionalizzazione, che è non casualmente uno dei quattro assi strategici del Piano "Lombardia 2030". La percentuale delle vendite all'estero per le imprese lombarde ha un range che va dal quasi 50% delle province di Varese, Cremona e Brescia al 35% di Mantova. Non sorprende che il comparto manifatturiero sia di gran lunga il leader, né che vi sia differenza di strategia e di approccio fra le imprese medio-grandi (che preferiscono diffondere il proprio prodotto nel maggior numero di Paesi possibile, anche con quote di mercato minime) e le Pmi, che normalmente puntano a un numero limitato di mercati, con l'obiettivo di contenere i costi.

Colpisce la caratteristica, tutta lombarda, delle cosiddette imprese *born global*, come vengono definite quelle aziende che raggiungono nei primi anni di attività il 25% delle vendite all'estero sul fatturato.

Possiede questa caratteristica il 34% delle 1200 imprese circa oggetto dell'indagine.

Sono *best practices* che la politica del Governo intende incoraggiare e sostenere. Ho ricordato a questo proposito non solo i dati quantitativi che certificano questo proponimento, a cominciare dalla moltiplicazione in fattore cinque delle risorse conferite ad Ice Agenzia (il principale strumento per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese) per finire ai voucher di cui le Pmi possono avvalersi per far ricorso in modo gratuito o incentivato alle nuove professionalità richieste dal mercato, come i temporary export manager che disegnano un piano di internazionalizzazione a misura delle imprese per cui lavorano.

C'è anche, però una maggiore propensione a fare sistema, come dimostra l'alacre attività di diplomazia economica della nostra rete di ambasciate e consolati, o come attesta il nuovo ruolo di Sace e Simest, le controllate del Gruppo Cassa Depositi e Prestiti che, insieme alla casa madre, costituiscono ormai una vera e propria ex-im bank.

Queste iniziative, ed altre imminenti, quale quella che annunceremo tra pochi giorni per il sistema moda, sono preziose per tenere il passo con i mutamenti e le incognite di un mondo complicato. Un mondo nel quale l'Unione Europea, come dimostra il tormentato iter dell'accordo di libero scambio con il Canada, fatica a trovare una dimensione comunitaria della politica commerciale, nel quale sono tuttora vive le preoccupazioni per il piglio protezionista di Donald Trump. Un mondo nel quale la Cina non deve essere considerata solo come un paese che ci inonda con i suoi prodotti a basso costo, ma piuttosto ritenuta un luogo dove si sviluppano importanti innovazioni tecnologiche e si predispongono enormi piani di investimento nelle infrastrutture: una ghiotta occasione, insomma, per il saper fare italiano.

Secondo lo studio Confindustria-SDA Bocconi, le imprese lombarde aspirano soprattutto alla penetrazione in tre mercati extra-Ue: quello indiano, quello russo e quello iraniano. È per me motivo di grande soddisfazione constatare che si tratta di tre Paesi ai quali l'Italia ha rivolto nell'ultimo triennio – e con

successo – un'attenzione grandissima, malgrado la presenza di ostacoli e difficoltà. Vuol dire che fra Governo ed imprese, fra Stato e sistema produttivo non c'è alcun dirigismo o incomunicabilità; al contrario, c'è un comune sentire che determina un prezioso lavoro di squadra.

◆ Beppe Grillo (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/beppe-grillo/>), Bocconi (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/bocconi/>), CDP (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/cdp/>), Cina (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/cina/>), Confindustria (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/confindustria/>), Donald Trump (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/donald-trump/>), Economia (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/economia/>), Export (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/export/>), Gruppo CDP (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/gruppo-cdp/>), India (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/india/>), Lombardia (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/lombardia/>), Made in Italy (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/made-in-italy/>), Russia (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/russia/>), Sace (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/sace/>), Simest (<http://www.ivanscalfarotto.it/tag/simest/>)

Mi piace 1

Condividi

Tweet

G+ Consiglialo su Google

← [Ma per favore \(http://www.ivanscalfarotto.it/2017/06/28/ma-per-favore/\)](http://www.ivanscalfarotto.it/2017/06/28/ma-per-favore/)

Cerca nel blog

Ivan Scalfarotto (/chi-sono/)



(/chi-sono/)

Deputato del Pd e Sottosegretario al Commercio Internazionale e Attrazione Investimenti presso il Ministero dello Sviluppo Economico. E' il fondatore di "Parks - Liberi e Uguali".

➤ [Continua a leggere \(/chi-sono/\)](#)



(<http://www.parksdiversity.eu/>)

Il mio commento, ieri, alle elezioni amministrative
(<http://www.ivanscalfarotto.it/2017/06/27/mio-commento-ieri-alle-elezioni-amministrative/>)

Amministrative, Scalfarotto: Risultato avrebbe potuto essere migliore

L'Italia per essere più attrattiva adotti il modello lombardo

Lo ha detto l'assessore regionale lombardo Fabrizio Sala intervenendo al convegno "Le imprese lombarde nel mondo: come e dove", organizzato da Confindustria Lombardia



MILANO – "Grazie al Tavolo regionale per l'internazionalizzazione delle imprese siamo riusciti a mettere insieme diversi soggetti per monitorare l'internazionalizzazione delle imprese lombarde a livello sistemico. Chiaramente per regolare e tarare gli indirizzi in termini di internazionalizzazione nel tempo sono necessari i dati e le ricerche come quelle di oggi, soprattutto per le piccole e medie imprese che sono quelle che hanno bisogno di maggiore supporto e indirizzo istituzionale. Supporto che siamo pronti a dare anche in collaborazione col Governo perché l'Italia è un Paese che nasce vincente e ha solo bisogno che si faccia sistema. Certo è che le 'best practices' lombarde dovrebbero essere estese alle altre regioni per rendere più attrattivo per gli investimenti l'intero territorio nazionale". Lo ha detto il vicepresidente di Regione Lombardia e assessore alla Casa, Housing sociale, Expo e Internazionalizzazione delle imprese Fabrizio Sala intervenendo al convegno "Le imprese lombarde nel mondo: come e dove", organizzato da Confindustria Lombardia.

Nel corso del convegno è stata presentata una ricerca sulla proiezione internazionale delle imprese lombarde, realizzata da Confindustria Lombardia in collaborazione con Sda Bocconi – School of management.

"Per aprirsi al mercato internazionale senza correre eccessivi rischi serve un coordinamento tra aziende, istituzioni e associazioni di categoria. Questo vale soprattutto per il manifatturiero. Ed è questo che abbiamo voluto creare con il tavolo per l'internazionalizzazione ma non solo – ha continuato Sala – stiamo realizzando delle strategie comuni per dialogare con l'Europa, fatto che risulta più difficile tra governi nazionali. Tra regioni europee il gioco di squadra funziona. Io spero che anche in materia di internazionalizzazione si inizi a muoversi in blocco".

"Noi ci siamo concentrati su diversi target d'azienda, – ha aggiunto il vicepresidente – da chi aveva bisogno del supporto istituzionale all'estero pur essendo già presente alle piccole realtà che all'estero non sono ancora presenti. Il rapporto istituzionale è comunque di fondamentale importanza soprattutto in alcuni Paesi perché certifica la serietà e la sicurezza degli attori economici privati".

"Il futuro – ha detto ancora Sala – è fatto da una maggiore attenzione al follow up delle missioni all'estero delle imprese. Noi attualmente finanziamo il matching, gli incontri BtoB in loco e anche le ricerche di mercato, avendo superato il modello dei semplici vouchers. Proprio per la fase di follow up abbiamo pensato, insieme a tutti gli stakeholder del Tavolo per l'internazionalizzazione, di realizzare dei desk strategici su alcuni Paesi chiave. Stiamo arrivando ad aprire a finanziamenti per le imprese che vogliono aprire reti commerciali all'estero. Ci sono attualmente realtà che lo fanno su grandi realtà ma le piccole e medie imprese ne sono escluse. Noi tramite Finlombarda vogliamo aiutarle".

"Sempre per il futuro – ha concluso Sala – dobbiamo mettere tutti insieme la testa sull'economia circolare, sulla quale si concentreranno la maggior parte dei finanziamenti europei".



Publicato il giugno 28th, 2017 | Da Redazione

Confindustria

LE PMI LOMBARDE PRONTE AD INVESTIRE IN RUSSIA

Milano – Cresce la voglia di **Russia** delle imprese lombarde. Il recente quanto pernicioso rinnovo del regime sanzionatorio nei confronti del gigante eurasiatico, non ha minimamente scalfito il desiderio degli imprenditori della regione italiana più ricca e produttiva, di avviare nuovi business in un paese che, dal canto suo, sta predisponendo una serie di allettanti ed interessanti iniziative, così come abbiamo avuto modo di testimoniare più volte nelle ultime settimane.



Secondo un'indagine durata diversi mesi, condotta da **Confindustria Lombardia**, in collaborazione con la **SDA Bocconi**, quasi una PMI su 4 (circa il 25% del campione intervistato, ovvero quasi 1.400 aziende) si auspica in futuro di poter allacciare rapporti commerciali con la **Russia**. Un dato che evidenzia, casomai ce ne fosse ancora bisogno, la totale mancanza di sintonia fra chi decide e chi invece, fra mille difficoltà, produce creando sviluppo, benessere, lavoro e ricchezza.



*"Non avevamo la percezione, anche se un po' lo immaginavamo, di quanto la Russia fosse così importante per le nostre imprese – ha ammesso **Camilla Cionini Visani**, Direttore Area Internazionalizzazione di Confindustria – e su questo dato, in futuro sicuramente ci lavoreremo e ci impegneremo".*

Di questo ed altro, si è parlato nel corso di un interessante incontro sull'internazionalizzazione che si è tenuto stamani presso la sede del capoluogo lombardo ed a cui hanno preso parte fra gli altri, il presidente di Confindustria Lombardia **Alberto Ribolla** ed il **Sottosegretario allo Sviluppo Economico ed al Commercio Internazionale**, l'Onorevole **Ivan Scalfarotto** (che però non ha voluto rispondere ad una domanda diretta sulle sanzioni alla Russia). Ed in cui sono stati presentati i dati emersi dall'indagine *"Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde"*, di Confindustria Lombardia ed il contributo scientifico di SDA Bocconi.



*"L'internazionalizzazione – ha esordito **Ribolla** – è uno dei quattro driver per la competitività, individuati dal nostro piano strategico #Lombardia2030. Il core business delle imprese lombarde è la manifattura che impiega circa 1 milione di persone, e per fare una buona internazionalizzazione è necessario percepire l'impresa come un valore. Altro elemento fondamentale*

Torna in Alto ↑



Mi piace questa Pagina

Iscriviti

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici





quello europeo includendo anche l'Inghilterra".

Logica conseguenza di ciò è un export, diventato vero e proprio asset di valore per le imprese del settore, con incrementi significativi nelle aree del Mercosur (+38,2%), della Cina (+35,3%) e della Russia (+26,7%). "L'Italia - ha proseguito il presidente di Confindustria Lombardia - ha un enorme potenziale, che non sempre è stato sfruttato a dovere. La nostra strategia è mirata ad avere imprese più grandi, internazionalizzate, interconnesse, migliore capitale umano, brain intensive e digitalizzate secondo un processo 4.0. Vogliamo essere internazionali non più combattendo sul costo del lavoro, ma entrando nelle Global Value Chain con più dimensione e brand. L'interrelazione con altri paesi dovrà essere basata su un favore reciproco, discutendo anche di attrattività degli investimenti perché ciò genererà ricchezza. Da soli è difficile combattere, e per questo motivo è necessario fare sistema. Abbiamo perciò deciso di condividere questa nostra visione con la Regione Lombardia, attraverso una riorganizzazione delle politiche locali per l'internazionalizzazione. Ci teniamo a rinsaldare i nostri rapporti anche con ambasciate e consolati, stakeholders regionali ed altri partner come le associazioni nostre

poi è il capitale umano, perché senza il cervello non è possibile avere delle buone imprese e dei buoni cittadini. E l'ultimo pilastro è appunto l'internazionalizzazione. La manifattura genera posti di lavoro anche nei servizi. La buona notizia è che abbiamo registrato in questo trimestre, dopo diverso tempo trascorso a rilevare aumenti da prefisso telefonico, un +1,7% di incremento della produzione industriale che si traduce in un interessante e confortante +4% annuo. Altro dato sorprendente riguarda il mercato più grande che, al contrario di quello che si pensa non è quello americano, bensì è



omologhe oltre confine. A valle di tutto ciò sono stati stretti accordi con paesi come ad esempio Germania e Svizzera, la maggiore collaborazione con associazioni presenti sul territorio ed anche il maggior utilizzo della rete Enterprise Europe Network. Questo perché vogliamo rendere la Lombardia un territorio votato all'innovazione ed all'ultimo World Manufacturing Forum abbiamo deciso che dal prossimo anno in avanti sarà organizzato in Lombardia".



Ma quali sono i mercati maggiormente interessanti per le imprese lombarde? "Sicuramente - ha poi concluso Ribolla - rientrano i Brics, con in testa Federazione Russa, India e Cina anche se, oltre a quelli tradizionali come USA, Canada e Gran Bretagna, abbiamo rilevato un certo interesse nei confronti dell'Iran, dell'Oman o del Vietnam che presentano nuove potenzialità. Come Confindustria Lombardia, non possiamo che applaudire a tutte quelle iniziative che mirano a superare gli ostacoli protezionistici. Recentemente abbiamo approfondito i contatti con la Regione di Mosca per agevolare l'internazionalizzazione indiretta che non riguarda solo l'export ma anche gli investimenti in Russia".

Dopo l'intervento del presidente degli industriali lombardi, l'incontro è proseguito con l'analisi dei risultati di questo significativo studio. "Le imprese lombarde - ha evidenziato Gabriella Lojacono, Professore Associato del Dipartimento Management e Tecnologia dell'Università Bocconi - non si limitano solo ad esportare, ma tendono anche ad avere una presenza commerciale più incisiva con uffici e filiali in loco. Cosa che le rende maggiormente competitive perché hanno adottato una strategia di market seeking, attraverso cui sono andate alla ricerca di nuovi mercati, e non sempre affidandosi ad un partner come accade invece con le joint venture. Quando abbiamo chiesto agli imprenditori dove sono interessati ad investire la risposta più gettonata, e che ci ha davvero sorpreso considerando le ben note difficoltà di accesso, è stata la Russia (24,8%), seguita poi dagli USA e dagli altri paesi. Il mercato invece preferito per l'installazione di una nuova sede produttiva è risultato essere la Cina, con il 28,5% delle risposte del nostro campione intervistato".



ovvero di quelle imprese che si sono internazionalizzate fin dalle loro origini e che hanno raggiunto il

Altro aspetto significativo della ricerca è la presenza nel campione rilevato delle Born Global,



25% delle vendite all'estero entro i loro primi tre anni di vita. Un fenomeno trasversale un po' a tutti i settori produttivi ma che hanno la caratteristica di conseguire vantaggi competitivi, operando in particolari nicchie di mercato grazie alla capacità dell'imprenditore di avere un prodotto valido tanto per il mercato italiano, quanto per quello internazionale.

*“Oltre un terzo delle aziende nate dopo il 2000 – ha confermato **Nicola Misani**, Ricercatore del Dipartimento Management e Tecnologie dell'**Università Bocconi** – sono **Born Global** che adottano un'internazionalizzazione veloce e programmata. Stanno sopra le altre sotto questo aspetto ed anche per quello che riguarda gli investimenti all'estero sono più rapide. Presentano un **ROA (Return On Assets, nda)** del 5,3% e questo dato attesta che siamo in presenza di un campione molto rappresentativo di eccellenze. Ovviamente, il processo di internazionalizzazione può presentare anche delle criticità che però, una volta superati, portano a conseguire dei risultati economici di tutto rispetto. Dalla nostra ricerca, si evidenzia un forte dinamismo perché le imprese con l'internazionalizzazione vedono ripagati i propri sforzi. Il loro essere leggere, le porta ad essere veloci e dunque a conseguire risultati più stabili e permanenti”.*



Francesco Montanino

Alberto Ribolla - Presidente Confindustria Lombardia

CLICCA MI PIACE:

Like 10 Share Tweet Salva 0 G+1 4 Condividi

Tags: [Alberto Ribolla](#), [Born Global](#), [BRICS](#), [Camilla Cionini Visani](#), [Cina](#), [Confindustria Lombardia](#), [Enterprise Europe Network](#), [Gabriella Lojcono](#), [Global Value Chain](#), [internazionalizzazione](#), [Italia](#), [Ivan Scalfarotto](#), [Mercosur](#), [Nicola Misani](#), [PMI](#), [ROA](#), [Russia](#), [sanzioni](#), [SDA Bocconi](#), [World Manufacturing Forum](#)

Autore Articolo

Redazione

ARTICOLI CORRELATI:



IL MERCATO DELLE CALZATURE E DELLE PELLI CONQUISTA LA RUSSIA →



IBIZA PERSPECTIVE →



“Russia 1917-2017, dalla Rivoluzione al protagonismo”: un seminario a Venezia →



CON IL TRAINO DI RUSSIA E BIELORUSSIA RIPARTE L'EXPORT VERSO UEE →



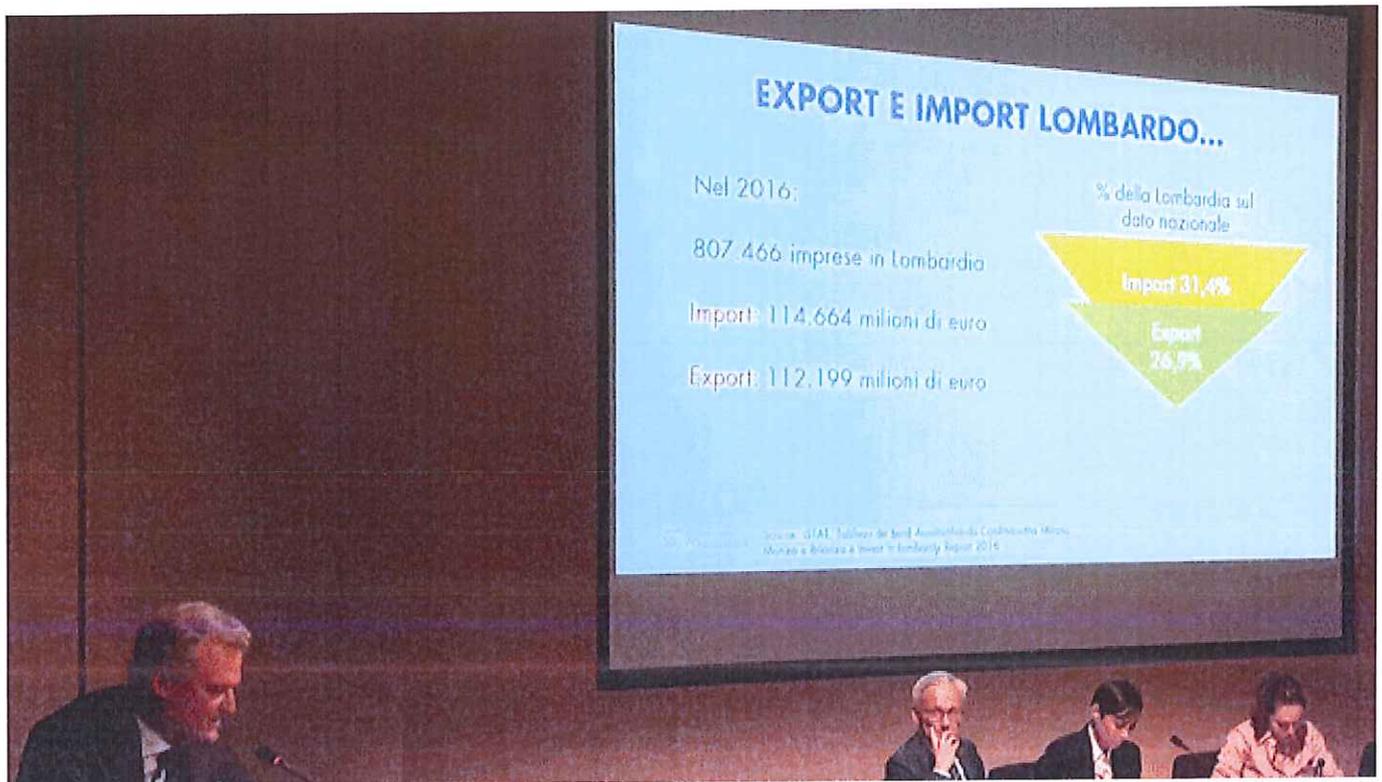
(<http://www.informazioneonline.it/>)



SEZIONI

PRESENTATO STUDIO DI CONFINDUSTRIA LOMBARDIA SULL'EXPORT LOMBARDO

La forza del "made in Lombardia" conquista il mercato internazionale



LUCIANO LANDONI

MILANO

Pubblicato il: 29/06/2017

I numeri sono talmente eloquenti da non aver bisogno di particolari enfattizzazioni: il sistema industriale della Lombardia comprende **807.466** imprese che nel 2016 hanno generato esportazioni per un valore complessivo di **112 miliardi e 199 milioni** di euro (quasi il **27%** dell'intero export nazionale) a fronte di **114 miliardi e 644 milioni** di importazioni (oltre il **31%** del sistema Italia). Considerazione (quasi) scontata: in Lombardia le imprese si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione, omogeneo in tutti i territori, sono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione 'leggera'; i mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni.

Questi i principali risultati emersi dall'Indagine "*Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde*" di **Confindustria Lombardia**, svolta con il contributo scientifico di **SDA Bocconi** su un campione di circa **1200** imprese. Obiettivo dell'Indagine era definire le strategie internazionali perseguite dalle imprese lombarde, valutare le loro propensioni e performance, individuare le esigenze di servizi e supporto.

Nell'aprire il lavori del convegno di presentazione dell'Indagine, **Alberto Ribolla**, presidente di **Confindustria Lombardia**, ha sottolineato che "questi risultati testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi. L'Internazionalizzazione – ha aggiunto **Ribolla** – rappresenta uno dei quattro *driver* per la competitività individuati nel nostro *Piano strategico #Lombardia2030*, e in questi anni Confindustria Lombardia ha voluto incentrare parte della propria attività su un'internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull'incremento dell'attrattività degli investimenti, una più mirata offerta di servizi alle imprese (attraverso l'attività fondamentale delle Associazioni territoriali o sfruttando la rete *Enterprise Europe Network*), maggiori sinergie con gli stakeholder regionali e la rete delle rappresentanze consolari e sul consolidamento di rapporti con istituzioni e associazioni nostre omologhe oltre confine" ha concluso il presidente di Confindustria Lombardia.

I risultati dell'edizione 2017 dell'Indagine di Confindustria Lombardia evidenziano, nel dettaglio:

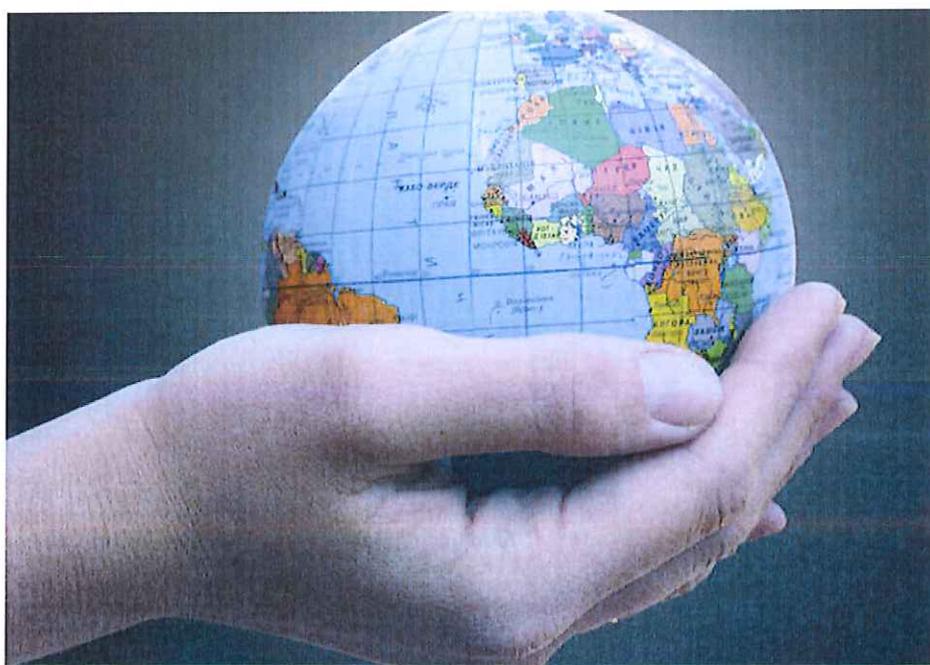
- un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i **territori**: si va dal 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese, al 35,3% del mantovano. Sul podio anche Cremona (49,8%) e Brescia (47,1);
- i **comparti industriali** più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero (46,9%);
- al cambiare della dimensione cambiano le **modalità di internazionalizzazione**: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della **concentration**, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo **spreading**, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva;

- il **commitment** (mix di risorse finanziarie, conoscenza attività internazionalizzazione, patrimonio esperienze pregresse e rete di contatti locali) contribuisce positivamente al successo internazionale: le piccole imprese hanno livelli più bassi di commitment ma, al tempo stesso, sono quelle che si internazionalizzano più velocemente;
- caratteristica tutta lombarda è l'aumento delle cosiddette imprese **Born global** (imprese che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività): le *born global* sono il 34% del campione nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e si caratterizzano per le loro politiche d'internazionalizzazione aggressive;
- le imprese lombarde presentano una **redditività** maggiore della media nazionale: il ROA (*Return on Assets*) del campione lombardo nel 2015 è stato del 5,3%, contro il 4% nazionale censito da Cerved nello stesso anno;
- la politica di spreading è più redditizia della concentration, in tutte le classi dimensionali, ma il ROA premia le imprese che attuano **politiche ambidestre** combinando le due strategie: le imprese ambidestre hanno un ROA del 6,5%, i *concentrator* 4,2% e gli *spreader* 4,9%.

Il convegno ha poi visto gli interventi di **Gabriella Lojacono**, professore associato Dipartimento Management e Tecnologia Università Bocconi, **Nicola Misani**, Ricercatore Dipartimento Management e Tecnologia Università Bocconi, **Giovanni Ajassa**, Direttore Servizio Studi BNL Gruppo BNP Paribas, **Fabrizio Sala**, Vicepresidente e assessore per la Casa, Housing sociale, Expo 2015 e Internazionalizzazione delle Imprese di Regione Lombardia, **Camilla Cionini Visani**, Direttore Area Internazionalizzazione Confindustria, e **Ivan Scalfarotto**, Sottosegretario Sviluppo Economico e Commercio Internazionale Ministero dello Sviluppo Economico. Nel corso dell'incontro gli imprenditori **Alberto Metelli**, Direttore Generale di **Metelli SpA** e **Giovanni Berutti**, Amministratore Delegato di **SPM SpA** hanno portato il loro contributo raccontando l'esperienza di internazionalizzazione delle proprie imprese.

Internazionalizzazione delle imprese, la fotografia di Confindustria

L'indagine è stata svolta su un campione di 1170 imprese. Germania, Francia e Spagna i mercati preferiti, Russia e Iran i più ambiti



In Lombardia le imprese si contraddistinguono per l'elevato tasso di internazionalizzazione, omogeneo in tutti i territori, sono dinamiche e flessibili nell'adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione 'leggera'. I mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni.

Questi i principali risultati emersi dall'Indagine "Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde" di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico di SDA Bocconi su un campione di circa 1200 imprese. Obiettivo dell'Indagine era definire le strategie internazionali perseguite dalle imprese lombarde, valutare la loro propensione e performance, individuare le esigenze di servizi e supporto.

Nell'aprire i lavori del convegno di presentazione dell'Indagine, il presidente di Confindustria Lombardia Alberto Ribolla ha sottolineato che "questi risultati testimoniano l'elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre

imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi. L'Internazionalizzazione – ha aggiunto Ribolla – rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro Piano strategico #Lombardia2030, e in questi anni Confindustria Lombardia ha voluto

incentrare parte della propria attività su un'internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull'incremento dell'attrattività degli investimenti, una più mirata offerta di servizi alle imprese – attraverso l'attività fondamentale delle Associazioni territoriali o sfruttando la rete Enterprise Europe Network –, maggiori sinergie con gli stakeholder regionali e la rete delle rappresentanze consolari e sul consolidamento di rapporti con istituzioni e associazioni nostre omologhe oltre confine” ha concluso il presidente di Confindustria Lombardia.

I risultati dell'edizione 2017 dell'Indagine di Confindustria Lombardia evidenziano, nel dettaglio:

- un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori: si va dal 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese, al 35,3% del mantovano. Sul podio anche Cremona (49,8%) e Brescia (47,1);
- i comparti industriali più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero (46,9%);
- al cambiare della dimensione cambiano le modalità di internazionalizzazione: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva;
- il commitment (mix di risorse finanziarie, conoscenza attività internazionalizzazione, patrimonio esperienze pregresse e rete di contatti locali) contribuisce positivamente al successo internazionale: le piccole imprese hanno livelli più bassi di commitment ma, al tempo stesso, sono quelle che si internazionalizzano più velocemente;
- caratteristica tutta lombarda è l'aumento delle cosiddette imprese Born global (imprese che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività): le born global sono il 34% del campione nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e si caratterizzano per le loro politiche d'internazionalizzazione aggressive;
- le imprese lombarde presentano una redditività maggiore della media nazionale: il ROA (Return on Assets) del campione lombardo nel 2015 è stato del 5,3%, contro il 4% nazionale censito da Cerved nello stesso anno;
- la politica di spreading è più redditizia della concentration, in tutte le classi dimensionali, ma il ROA premia le imprese che attuano politiche ambidestre combinando le due strategie: le imprese ambidestre hanno un ROA del 6,5%, i concentrator 4,2% e gli spreader 4,9%.

Il convegno, moderato dalla giornalista di Corriere Innovazione e Raiuno Barbara Gasperini, ha poi visto gli interventi di Gabriella Lojacono, professore associato Dipartimento Management e Tecnologia Università Bocconi, Nicola Misani, Ricercatore Dipartimento Management e Tecnologia Università Bocconi, Giovanni Ajassa, Direttore Servizio Studi BNL Gruppo BNP Paribas, Fabrizio Sala, Vicepresidente e assessore per la Casa, Housing sociale, Expo 2015 e Internazionalizzazione delle Imprese di Regione Lombardia, Camilla Cionini Visani, Direttore Area Internazionalizzazione Confindustria, e Ivan Scalfarotto, Sottosegretario Sviluppo Economico e Commercio Internazionale Ministero dello Sviluppo Economico.

Nel corso del convegno gli imprenditori Alberto Metelli, Direttore Generale di Metelli SpA e Giovanni Berutti, Amministratore Delegato di SPM SpA hanno portato il loro contributo raccontando l'esperienza di internazionalizzazione delle proprie imprese.

L'indagine è stata svolta su un campione di 1170 imprese internazionalizzate associate alle Associazioni Territoriali di Confindustria Lombardia che operano in attività industriali o legate ai settori industriali. Rappresentanza significativa di imprese internazionalizzate con oltre il 90% di export share con un grado di internazionalizzazione dal 31, 2% al 54, 3% a seconda della classe dimensionale.

di Redazione
redazione@varesenews.it

Publicato il 28 giugno 2017

Disclaimer - Copyright © 2000 - 2017 varesenews.it. Tutti i diritti riservati
VareseNews è un marchio di Varese web srl P.IVA 02588310124, Via Gianfranco Miglio n.5 - 21045 Gazzada Schianno (VA)
Tel. +39.0332.873094 / 873168
Testata registrata presso il Tribunale di Varese n.679 - Direttore responsabile: Marco Giovannelli

Indagine Internazionalizzazione di Confindustria Lombardia: manifatturiere al top (2)

28/06/2017



Milano – I risultati dell'edizione 2017 dell'Indagine di Confindustria Lombardia evidenziano, nel dettaglio: un grado di internazionalizzazione omogenea in tutti i territori: si va dal 49,9% di vendite all'estero sul totale delle imprese di Varese, al 35,3% del mantovano. Sul podio anche Cremona (49,8%) e Brescia (47,1); i comparti industriali più internazionalizzati risultano essere i settori dei mezzi di trasporto (60,3%), dei macchinari (58,3%) e altro manifatturiero

(46,9%); al cambiare della dimensione cambiano le modalità di internazionalizzazione: le piccole imprese (il 34,4%) preferiscono la politica della concentration, con focus su un numero limitato di paesi di destinazione per economizzare le risorse, prevalentemente associata all'export; le medio-grandi (31,6% e 34,9%) preferiscono lo spreading, ossia diffusa presenza in numerosi Paesi anche con piccole quote di mercato, accompagnata da investimenti diretti e presenza commerciale o produttiva; il commitment (mix di risorse finanziarie, conoscenza attività internazionalizzazione, patrimonio esperienze pregresse e rete di contatti locali) contribuisce positivamente al successo internazionale: le piccole imprese hanno livelli più bassi di commitment ma, al tempo stesso, sono quelle che si internazionalizzano più velocemente. Caratteristica tutta lombarda è l'aumento delle cosiddette imprese Born global (imprese che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi 3 anni di attività): le born global sono il 34% del campione nate a partire dal 2000, trasversali a tutti i comparti industriali e classi dimensionali e si caratterizzano per le loro politiche d'internazionalizzazione aggressive; le imprese lombarde presentano una redditività maggiore della media nazionale: il ROA (Return on Assets) del campione lombardo nel 2015 è stato del 5,3%, contro il 4% nazionale censito da Cerved nello stesso anno; la politica di spreading è più redditizia della concentration, in tutte le classi dimensionali, ma il ROA premia le imprese che attuano politiche ambidestre combinando le due strategie: le imprese ambidestre hanno un ROA del 6,5%, i concentrator 4,2% e gli spreader 4,9%. L'indagine è stata svolta su un campione di 1170 imprese internazionalizzate associate alle Associazioni Territoriali di Confindustria Lombardia che operano in attività industriali o legate ai settori industriali. Rappresentanza significativa di imprese internazionalizzate con oltre il 90% di export share con un grado di internazionalizzazione dal

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza di navigazione sul sito imprese-lavoro.

Quindi, se vai avanti a navigare o schiacci ok, presumiamo tu sia d'accordo con l'uso dei cookies!

Ok

Indagine Internazionalizzazione di Confindustria Lombardia: manifatturiere al top (1)

28/06/2017



Milano – In Lombardia le imprese si contraddistinguono per l’elevato tasso di internazionalizzazione, omogeneo in tutti i territori, sono dinamiche e flessibili nell’adattarsi ai nuovi mercati, prediligono forme di internazionalizzazione ‘leggera’. I mercati di destinazione preferiti sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, India e Iran sono i Paesi dove ambiscono ad espandersi nei prossimi anni. Questi i principali risultati emersi dall’Indagine “Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle PMI lombarde” di Confindustria Lombardia, svolta con il contributo scientifico di SDA Bocconi su un campione di circa 1200 imprese. Obiettivo dell’Indagine era definire le strategie internazionali perseguite dalle imprese lombarde, valutare la loro propensione e performance, individuare le esigenze di servizi e supporto. Nell’aprire i lavori del convegno di presentazione dell’Indagine, il presidente di Confindustria Lombardia Alberto Ribolla ha sottolineato che “questi risultati testimoniano l’elevato livello di maturità e flessibilità raggiunto dalle nostre imprese nelle politiche di internazionalizzazione, senza trascurare le oggettive difficoltà che quotidianamente si incontrano nel confrontarsi con nuovi mondi. L’Internazionalizzazione – ha aggiunto Ribolla – rappresenta uno dei quattro driver per la competitività individuati nel nostro Piano strategico #Lombardia2030, e in questi anni Confindustria Lombardia ha voluto incentrare parte della propria attività su un’internazionalizzazione a 360 gradi, puntando sull’incremento dell’attrattività degli investimenti, una più mirata offerta di servizi alle imprese – attraverso l’attività fondamentale delle Associazioni territoriali o sfruttando la rete Enterprise Europe Network –, maggiori sinergie con gli stakeholder regionali e la rete delle rappresentanze consolari e sul consolidamento di rapporti con istituzioni e associazioni nostre omologhe oltre confine” ha concluso il presidente di Confindustria Lombardia.

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza di navigazione sul sito imprese-lavoro.

Quindi, se vai avanti a navigare o schiacci ok, presumiamo tu sia d'accordo con l'uso dei cookies!

Home

NOTIZIE RADIOCOR - FINANZA

ECONOMIA E FINANZA: GLI AVVENIMENTI DI MERCOLEDI' 28 GIUGNO -2-

ECONOMIA - Milano: III Design Summit "Strategie e finanza alla ricerca della dimensione per competere nel mercato globale", organizzato da Pambianco in collaborazione con EY e Federlegnoarredo. Ore 8,30. Palazzo Mezzanotte, Piazza degli Affari, 6

- Milano: "Food&Grocery in Italia: l'e-commerce e' servito?" , presentazione dati dell'Osservatorio del Politecnico di Milano. Ore 9,00. Campus Bovisa

- Milano: incontro Ubi Banca "Quale nuova leadership per gli amministratori indipendenti?". Ore 9,00. Partecipa, tra gli altri, Letizia Moratti, presidente cdg Ubi Banca; Giovanni Valotti. Via Fratelli Gabba, 1

- Milano: incontro organizzato da KPMG e Microsoft in collaborazione con Il Sole 24 ORE "Il nuovo ecosistema della Digital Company - CIO Executive Meeting". Ore 9,30

Partecipa, tra gli altri, Alberto Baban, Vice Presidente e Presidente Piccola Industria Confindustria. Sede Gruppo 24 ORE, Via Monte Rosa, 91

- Milano: conferenza stampa Confindustria Lombardia "Le imprese lombarde nel mondo: come e dove". Ore 10,00. Via Pantano, 9

- Milano: seminario annuale Gfk "Verso il nuovo marketing della felicit . Il contributo delle imprese al superamento del pessimismo". Ore 10,00. Corso Venezia, 47

- Milano: incontro in occasione del rinnovo delle cariche dell'Associazione Italiana Editori (AIE). Segue alle ore 15,30 conferenza stampa del presidente eletto dell'Associazione. Sala Leonardo del Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

- Milano: premiazione dei vincitori della prima edizione del Premio BDO 'Mario Unnia - Talento & Impresa'. Ore 18,00. Presso Borsa Italiana, piazza Affari, 6

- Sovico (MB): incontro di Intesa Sanpaolo e Confindustria Piccola Industria "Progettare il futuro. Accelerazione, trasformazione digitale, competitivit ". Ore 16,30. Presso Reggiani Illuminazione, Viale Monza, 16

- Pizzighettone (Cr): inaugurazione della centrale idroelettrica Edison di Pizzighettone. Ore 10,00

Partecipano, tra gli altri, Roberto Maroni, presidente Regione Lombardia; Marc Benayoun, a.d. Edison

- Roma: Assemblea dei soci di Assosistema. Ore 12,00

Palazzo Confindustria, viale dell'Astronomia, 30

- Roma: Conferenza Stampa Associazione Italiana Confindustria Alberghi e Marevivo per la presentazione del progetto "Sea Friendly". Ore 14,00. Scalo de Pinedo, Lungotevere Arnaldo da Brescia

ZCZC0001/SXR
OMI06702_SXR_QBXH
R CRO S42 QBXH
OGGI IN LOMBARDIA: 28/06/2017

(ANSA) - MILANO, 28 GIU - Avvenimenti previsti per oggi, mercoledì 28 giugno in Lombardia:

MILANO - Via Lambruschini 4b ore 09:00

Conferenza stampa di presentazione dei dati dell'Osservatori eCommerce B2c Food&GroceryMILANO - via Pantano 9 ore 09:30
Presentazione indagine di Confindustria Lombardia sull'internazionalizzazione delle imprese lombarde, con presidente Ribolla, sottosegretario Sviluppo Economico Scalfarotto e vicepresidente Regione Sala

MILANO - Tribunale ore 09:30

Udienza preliminare su caso Eni Nigeria a carico di Descalzi, Scaroni e altri

MILANO - Corte Assise ore 09:30

Processo a carico di Nadir Benchorfi, il 30enne marocchino sospettato di essere un aspirante terrorista dell'Isis.

MILANO - Centro Svizzero, via Palestro 2 ore 09:30

Proclamazione vincitori 'Digital360 Awards', contest organizzato dal Gruppo Digital360 dedicato ai fornitori hi-tech di imprese e Pmi

PIZZIGHETTONE (CREMONA) - Largo Vittorio (navetta da Milano, Foro Bonaparte) ore 10:00

Inaugurazione centrale idroelettrica Edison, con presidente della regione Lombardia Roberto Maroni e Ad Edison Marc Benayoun

MILANO - c.so Venezia 47 ore 10:00

Seminario Gfk su 'Verso il nuovo marketing della felicità'

MILANO - Via Giotto 36 ore 10:00

Tavola rotonda di Assirm su 'Sondaggi politici allo specchio tra innovazione metodologica, attese e responsabilità', con presidente Umberto Ripamonti, presidente Ipsos Nando Pagnoncelli e altri

MILANO ore 10:30

Assemblea degli azionisti del Sole 24 Ore

MILANO - C.so Venezia 43 ore 11:00

Per Aci Milano, Ubeeqo e Kiddy conferenza stampa 'Sharing is car: Insieme per la sicurezza dei bambini in auto'

MILANO - Casa della Memoria, v.Confalonieri 14 ore 11:00

Conferenza stampa di presentazione della stagione 2017/18 del Teatro della Cooperativa

MILANO - Palazzo Lombardia ore 11:30

Conferenza stampa 'Il medico di famiglia al servizio del cittadino, nel nuovo modello di cura della cronicità in Lombardia', con assessore Gallera

MILANO - Feltrinelli, v.le Pasubio 5 ore 11:30

Presentazione de 'Il redesign della facciata landside di Milano Linate', con presidente Sea Modiano, presidente Enac Riggio, assessori Granelli e Maran, e altri

MILANO - Via Litta 5 ore 11:30

Conferenza stampa di presentazione del Rapporto Annuale di Comieco sulla raccolta differenziata in Italia

MILANO - P.le Brescia 20 ore 11:30