

Imprese Made in Cremona Rilancio legato all'export

Sono oltre 29.000 e rappresentano il 3,1% di tutte le aziende lombarde

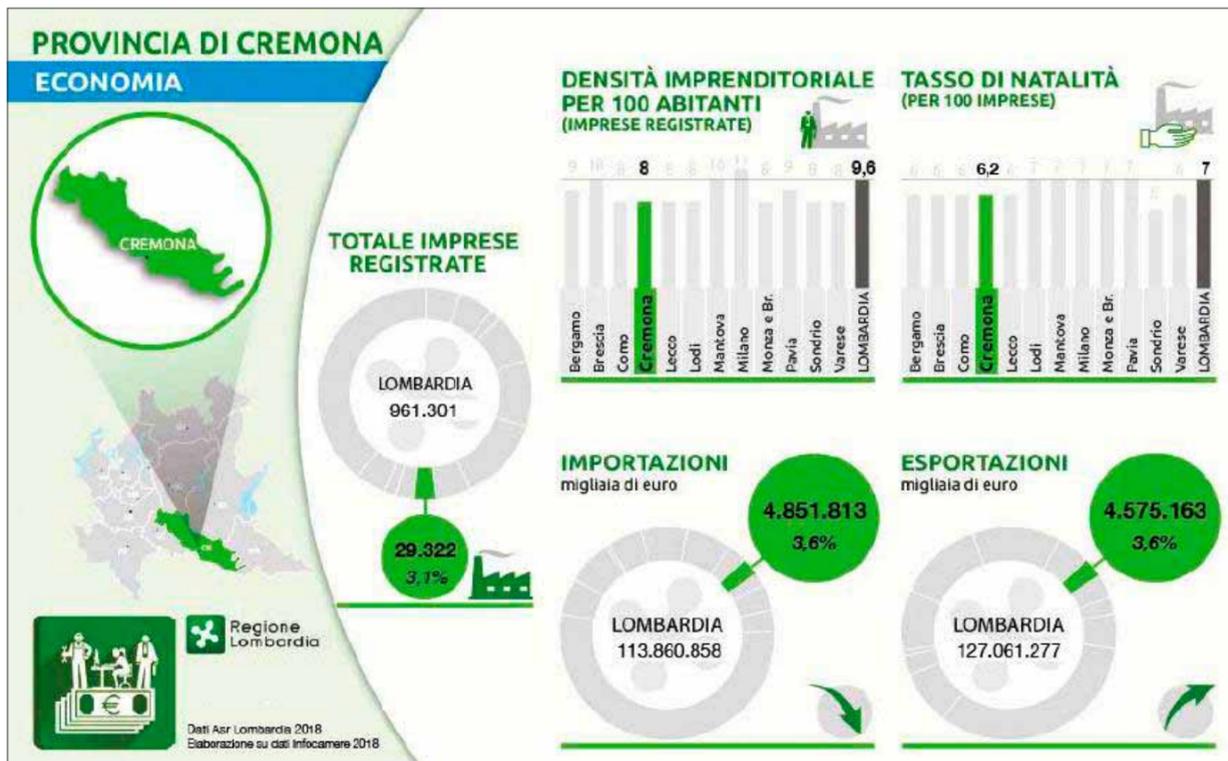
di **GIACOMO GUGLIEMONE**

CREMONA Le imprese cremonesi si difendono. Non rappresentano l'avanguardia della Lombardia, certo, ma sono pur sempre un nucleo produttivo rilevante. Dinamico. Soprattutto se si tiene conto delle realtà legate ad alcuni settori quali la siderurgia, l'agroalimentare e la cosmesi.

Questa la fotografia che emerge dai dati, resi pubblici nelle scorse ore, frutto dello studio condotto da Asr Lombardia che ha elaborato i dati di Infocamere relativi allo scorso anno.

Se si guarda al primo dato analizzato, quello relativo alla densità imprenditoriale per 100 abitanti (un parametro che illustra la presenza del business nelle varie province), Cremona si attesta a quota 8, poco al di sotto della media regionale, pari a 9,6. Alla stessa stregua, un po' sotto il dato regionale, pari a 7, si attesta il tasso di natalità delle aziende (per cento imprese), che a Cremona è pari a 6,2. Quanto al numero totale delle imprese, nel 2018 si è raggiunta quota 29.322, vale a dire il 3,1% di tutte le imprese della Lombardia.

Subito dopo arrivano i due dati certamente più lusinghieri, quelli che, intrecciati tra loro e con il resto delle statistiche, illustrano il dinamismo oltre frontiera delle



aziende Made in Cremona. Nel 2018 le esportazioni cremonesi si sono attestate ad un volume pari a poco oltre 127 milioni di euro, il 3,6% del totale della Lombardia (che esporta per oltre 4,5 miliardi di euro). Quanto alle importazioni, si sono attestate a 113 milioni di euro, anche in questo caso il 3,6% del valore complessivo dalla

Lombardia (che si attesta a 4,8 miliardi di euro). Salta agli occhi la differenza tra la percentuale delle imprese e il valore delle esportazioni, superiore di mezzo punto, a conferma delle potenzialità legate all'export, probabilmente non del tutto espresse.

La fotografia che emerge dallo studio condotto trami-

te i dati Infocamere 2018 illustra una situazione fluida, che potrebbe condurre, nell'arco di un tempo relativamente breve, a una ripartenza consistente del business targato Cremona. Affinché questo accada è necessario che distretti in grado di produrre maggior valore aggiunto siano messi nelle

condizioni di operare in maniera più fluida ed efficace, sfruttando al massimo le dotazioni tecnologiche sia in ambito prettamente produttivo sia per quel che concerne marketing e conquista di nuovi mercati. Economisti ed imprenditori locali lo hanno ribadito a più riprese. È la grande scommessa che dei prossimi mesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TURISMO E AFFARI

MILANO È LA REGINA DEL TAX FREE SHOPPING

MILANO «Il turismo è un volano strategico per l'economia nazionale e regionale: negli ultimi anni la Lombardia risulta essere la regione italiana più apprezzata dagli stranieri per lo shopping internazionale. Grazie a strutture ricettive di alto livello e settori competitivi come la moda e il design, Milano e la Lombardia rappresentano un brand unico al mondo. Nei prossimi giorni, poi, grazie alla 'Settimana della Moda', i nostri territori avranno una vetrina privilegiata per mettere in risalto le loro eccellenze e la genialità del Made in Italy».

Così Lara Magoni, assessore regionale al Turismo, Marketing Territoriale e Moda di Regione Lombardia, commenta i dati forniti dall'associazione russa dei tour operator, secondo cui Milano è la regina del Tax Free Shopping da parte dei visitatori russi in Italia. «I visitatori che spendono di più - aggiunge l'assessore regionale Magoni in conclusione - fanno riferimento alle aree geografiche del pianeta che sono economicamente più forti. Tutto questo significa che il livello di attrattività di Milano e della Lombardia è assolutamente elevatissimo nelle aree del mondo dove le risorse economiche non vengono di certo a mancare, dai Paesi europei agli Stati Uniti, dalla Russia sino anche al mondo arabo».

Due ruote: le immatricolazioni Più motociclette, meno scooter Ecco come cambia il mercato

MILANO Fase interlocutoria per il mercato delle due ruote. L'andamento delle immatricolazioni per i veicoli con cilindrata superiore a 50cc è in leggera flessione e totalizza 11.684 unità, pari al -2,6% rispetto allo stesso mese del 2018. Buono l'incremento delle moto con 4.670 vendite e un +5%, mentre gli scooter con 7.014 pezzi mostrano un decremento pari al -7,1%. Più sensibile l'arretramento dei 50cc con 1.184 registrazioni pari al -15,4%. Il peso di agosto è comunque marginale, perché vale solo il 5% delle vendite annuali, a causa delle chiusure estive di molte concessionarie. Il dato progressivo da gennaio ad agosto 2019 evidenzia comunque un immatricolato di 180.119 veicoli pari al +6,7%, di cui 100.858 scooter con un +5,3% rispetto all'anno scorso, e 79.261 moto pari al +8,6%. I cinquantini riportano un deficit di volumi con 13.460 unità, pari ad una flessione del -5,2%. Il totale volumi dei primi otto mesi del 2019 certifica che in Italia sono stati complessivamente venduti 193.579 veicoli a due ruote (immatricolazioni + 50cc) con un incremento del +5,8% rispetto al gennaio-agosto 2018. «Fase interlocutoria per il

mercato delle due ruote in agosto, che tuttavia non modifica il trend consolidato di crescita confermato dal dato progressivo. Confidiamo che la ripresa possa proseguire secondo le previsioni. Le due ruote mantengono il proprio ruolo determinante per la mobilità sostenibile e il nostro settore è preparato a rispondere a tutte le esigenze degli utenti per cogliere le opportunità offerte dall'uso dei nostri veicoli» - commenta **Giannetto Marchettini**, commissario di Confindustria Ancma (Associazione nazionale ciclo motociclo accessori) - . Il nostro

compito è quello di lavorare per migliorare la sicurezza di chi viaggia su moto e scooter. Le aziende sono impegnate nel presentare veicoli tecnologicamente evoluti, ma ci aspettiamo che non siano trascurati gli investimenti nelle infrastrutture idonee a garantire le condizioni d'uso più sicure. Produttori e importatori dei veicoli e tutto il mondo delle aziende che si dedicano alle due ruote sono pronti a presentare le novità alla prossima edizione di Eicma, l'appuntamento più importante nel mondo, che già presenta numeri straordinari in termini



di partecipazione».

L'analisi degli scooter per cilindrata consolida la leadership per i 125cc con 38.510 veicoli e un +9,8%. Crescono a due cifre i modelli da 300 a 500cc con 37.682 unità e un interessante +10,7%; in flessione i 150-250cc con 16.313 vendite e un -8,8%. Arretrano anche i maxi scooter oltre 500cc, che con 8.353 pezzi segnano un -4,9%. Nelle immatricolazioni moto, aumenta l'importanza delle 800-1000 cc che con 22.603 pezzi totalizzano un +12,6%. Seguono le moto superiori ai 1000 cc in lieve flessione, con 18.842 unità, pari al -2,3%. In ripresa le 600-750cc, con 12.904 moto pari al +7,5%. Sempre rilevante il risultato delle moto tra 250-500 cc, che con 13.751 vendite accelerano con un +19,2%. Mostrano ancora uno sviluppo significativo le piccole di 125 cc con 8.987 immatricolazioni, in aumento di un +14,5%. Infine le moto da 150-250cc con 1.906 vendite riportano un +4,5%. La situazione nei segmenti moto vede ancora le naked con i maggiori volumi pari a 29.687 pezzi e un +3,6%, seguono da vicino le enduro stradali, più dinamiche con 28.905 unità e un +20,9%. A distanza compaiono le moto da turismo con 9.818 pezzi pari al +3,1%. Calo per le custom, con 4.119 moto e un -8,3%; seguite dalle sportive con 3.626 moto e un -5,2%; infine le supermotard, in forte ripresa con 2.281 unità, pari al +24,2%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vendite a domicilio Lombardia prima

MILANO La Lombardia guida la classifica delle regioni italiane nella vendita a domicilio: nel 2018 le aziende associate Univas hanno realizzato nella regione un fatturato di 249 milioni e 318 mila euro, in crescita del 5,1% rispetto al 2017. La rilevazione del Centro Studi Univas certifica che la Lombardia vale al livello nazionale il 15% delle vendite, che nel 2018 hanno raggiunto la cifra di 1 miliardo

662 milioni di euro. Il Nord Ovest vale complessivamente il 25,2% del fatturato nazionale. In quest'area, dopo la Lombardia, seguono il Piemonte/Valle d'Aosta, con il 7,9% del fatturato, e la Liguria (2,3%). Nella classifica nazionale, sul secondo gradino del podio, dopo la Lombardia, c'è la Campania (176 milioni di euro di fatturato); al terzo posto il Veneto (161 milioni di euro) e al quarto il Lazio (131 mi-

lioni di euro). Nel complesso, Sud e Isole realizzano il 35,1% del fatturato (583 milioni di euro); seguono Nord Ovest (419 milioni di euro), Nord Est (370 milioni di euro) e Centro (289 milioni). La classifica cambia se guardiamo al numero degli addetti alla vendita: nel 2018 in Lombardia hanno operato quasi 18 mila venditori a domicilio, pari all'11,2% degli oltre 159 mila addetti complessivi. La Lom-

bardia si piazza dunque al terzo posto per numero di venditori, dopo la Campania (24.800 addetti) e la Sicilia (con 22.700 addetti). L'area del Sud e Isole è infatti quella dove nel 2018 si è concentrato il 50,7% dei venditori, pari a 80.700 addetti. Seguono il Nord Ovest con 30.100 addetti (il 18,9% del totale), il Nord Est e il Centro, entrambe aree che contano circa 24.200 addetti (15,2%).