Rapporto internazionalizzazione 2019

"LE IMPRESE LOMBARDE NELLE CATENE GLOBALI DEL VALORE": È UNA VOCAZIONE, MA TERRITORIO STRATEGICO PER QUALITÀ E COMPETENZE

Il 94% delle imprese lombarde internazionali predilige l'export ad altre forme di presenza estera; oltre un terzo del fatturato è realizzato all'estero; per le imprese altamente internazionalizzate la filiera lombarda è strategica per prossimità, qualità e diversità delle competenze; i principali mercati sono Germania, Francia e Spagna mentre Russia, Usa e Germania sono i primi Paesi target per il triennio 2019-2022.

Questi i principali risultati emersi dall'Indagine internazionalizzazione 2019 *Le imprese lombarde nelle catene globali del valore* realizzato da Confindustria Lombardia, in collaborazione con Sace Simest e Ispi, con il coordinamento scientifico del Centro Studi di Assolombarda e delle altre Associazioni territoriali socie, tra cui l'Associazione Industriali di Cremona.

L'indagine ha raccolto informazioni presso oltre 1.700 imprese lombarde associate al Sistema Confindustria Lombardia e include un focus sulle catene globali del valore, approfondito anche attraverso interviste a 7 imprese *champion* altamente internazionalizzate e rappresentanti dei diversi settori specifici.

Tra le 7 aziende *champion* individuate, il settore agroalimentare è rappresentato da un'importante realtà del territorio cremonese, il Consorzio Casalasco del pomodoro, proprietario dei marchi Pomì e De Rica, prima filiera agroindustriale del pomodoro da industria in Italia e la terza a livello europeo.

Serena Ruggeri e, in alto, il pubblico in sala alla presentazione dell'Indagine

"Nonostante la congiuntura non favorevole – dichiara Serena Ruggeri – vicepresidente dell'Associazione Industriali di Cremona – la vocazione internazionale delle imprese lombarde viene confermata dall'indagine 2019: le nostre aziende riescono con successo a competere sui mercati esteri grazie all'eccellenza di prodotto e alle reti di relazioni fra le imprese presenti sui nostri territori, che permettono di fornire beni e servizi di elevata qualità. Sono tante infatti le competenze e le straordinarie specializzazioni delle filiere locali.

La competizione si fa tuttavia sempre più dura: i Paesi emergenti sono agguerriti e le nostre imprese dovranno necessariamente puntare sulla continua innovazione. In questo processo dovranno essere affiancate dal Sistema Paese e dalla stessa Unione Europea, dal momento che i colossi Usa, Cina, India e Russia hanno portato le relazioni economiche su un piano che va ben oltre le dimensioni dei singoli Stati Ue".

RISULTATI INDAGINE NEL RAPPORTO 2019

La modalità di presenza estera più diffusa sono le esportazioni (94% imprese rispondenti) seguite dalle importazioni (64%). La dimensione continua a influenzare la possibilità di effettuare forme di internazionalizzazione di crescente complessità e rischio: al crescere della dimensione aumenta la presenza all'estero, prima commerciale e poi produttiva.

Il fatturato realizzato all'estero incide per il 45% del totale con tendenza crescente all'aumentare della dimensione (38% micro, 41% piccole, 51% medie, 58% grandi). Le previsioni di crescita all'estero delle imprese lombarde sono ridimensionate. L'Ue rimane ancora l'area principale di destinazione delle vendite, la Cina è il primo Paese per scelta delle sedi produttive Russia, Usa e Germania sono i principali Paesi target per il triennio 2019-22. Ricerca partner esteri e incontri B2B, sono i servizi di maggiore interesse per tutte le classi dimensionali;

Questi invece i principali risultati del focus sulle catene del valore globale delle imprese lombarde.

Ben 7 imprese su 10 hanno fornitori in Lombardia, oltre la metà delle imprese intervistate lavora principalmente su commessa o subfornitura. Le filiere sul territorio sono molto lunghe e vengono trainate dalle grandi aziende: un terzo delle aziende che lavora in subfornitura opera per grandi committenti rivolti a mercati Ue ed extra Ue.

Anche per le imprese altamente internazionalizzate la filiera lombarda è strategica, per prossimità, qualità e diversità delle competenze dei fornitori e spesso tra la grande impresa e i fornitori locali nasce un beneficio reciproco.