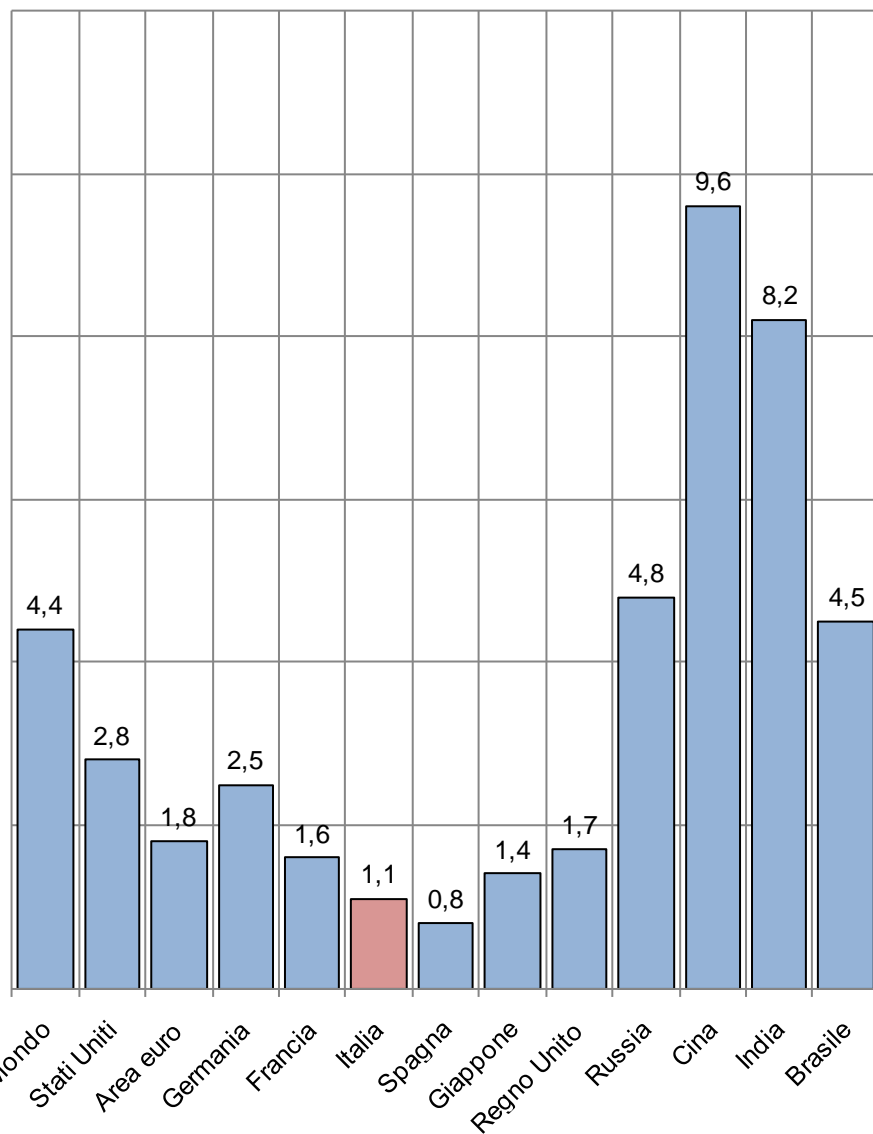


# L'EXPORT IN EMILIA-ROMAGNA

Variazione del PIL nel 2011. Previsioni

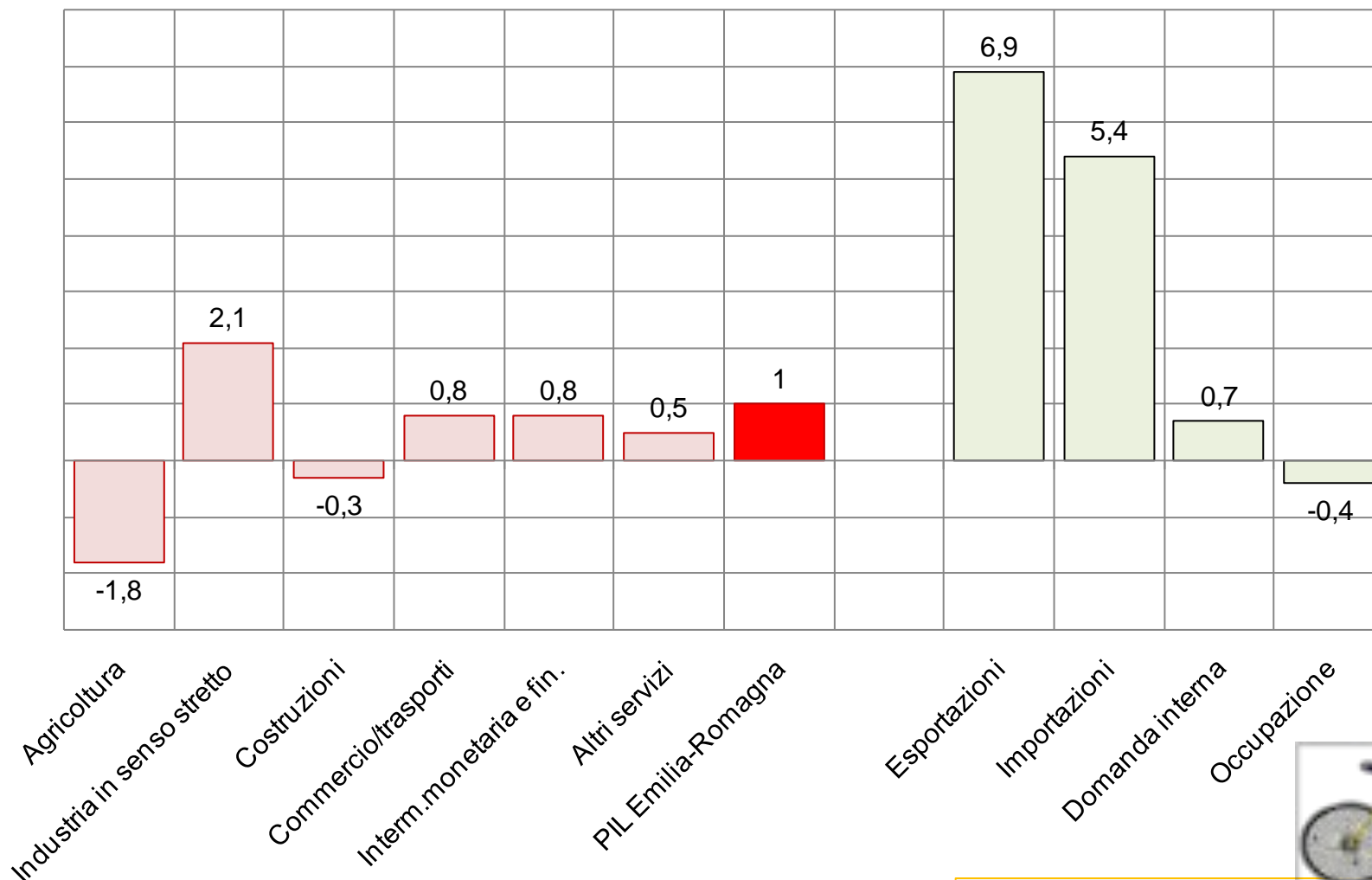


... se l'Italia viaggia ai 30 km. orari...\*

<b>Mondo</b>	<b>132</b>	
<b>Stati Uniti</b>	<b>90</b>	
<b>Area Euro</b>	<b>45</b>	
<b>Germania</b>	<b>66</b>	
<b>Francia</b>	<b>48</b>	
<b>Spagna</b>	<b>18</b>	
<b>Giappone</b>	<b>48</b>	
<b>Russia</b>	<b>135</b>	
<b>Cina</b>	<b>288</b>	
<b>India</b>	<b>252</b>	

\* Valore calcolato sui dati del PIL 2010 e 2011

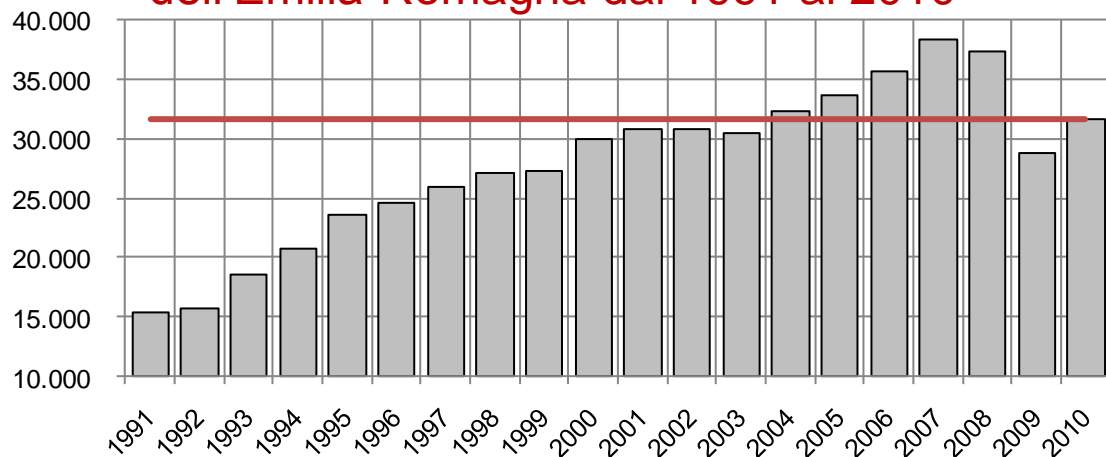
Fonte: Fondo monetario internazionale, aprile 2011



... l'Emilia-Romagna viaggia ai 33 km. orari

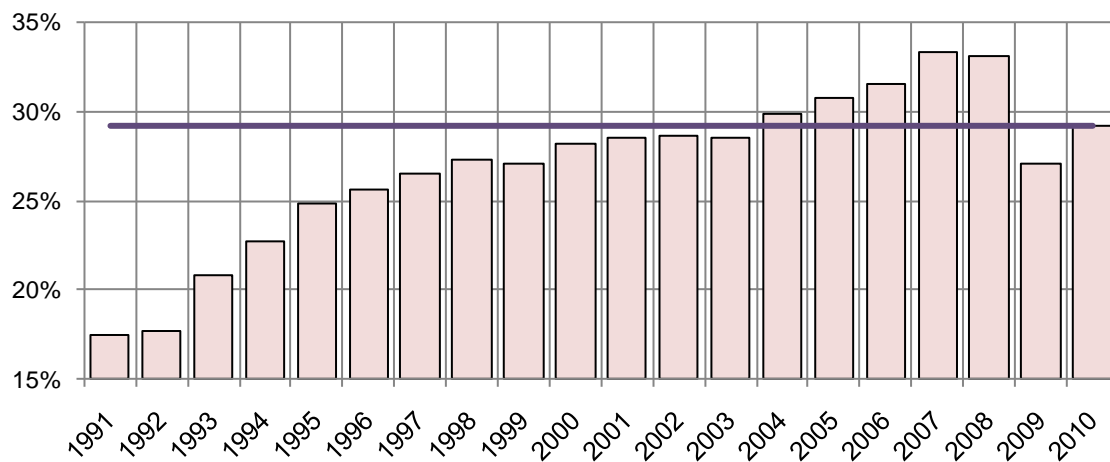
Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna - Prometeia

**Valore dell'export (in termini reali)  
dell'Emilia-Romagna dal 1991 al 2010**



	2010 su 1991	2010 su 2000
Piemonte	28,6%	-13,8%
Lombardia	56,6%	-4,7%
Veneto	90,2%	-8,9%
<b>Emilia-Romagna</b>	<b>105,6%</b>	<b>5,4%</b>
Toscana	73,9%	-8,2%
Marche	92,5%	-11,9%
Italia	72,6%	-3,3%

**Rapporto Export/PIL  
dell'Emilia-Romagna dal 1991 al 2010**



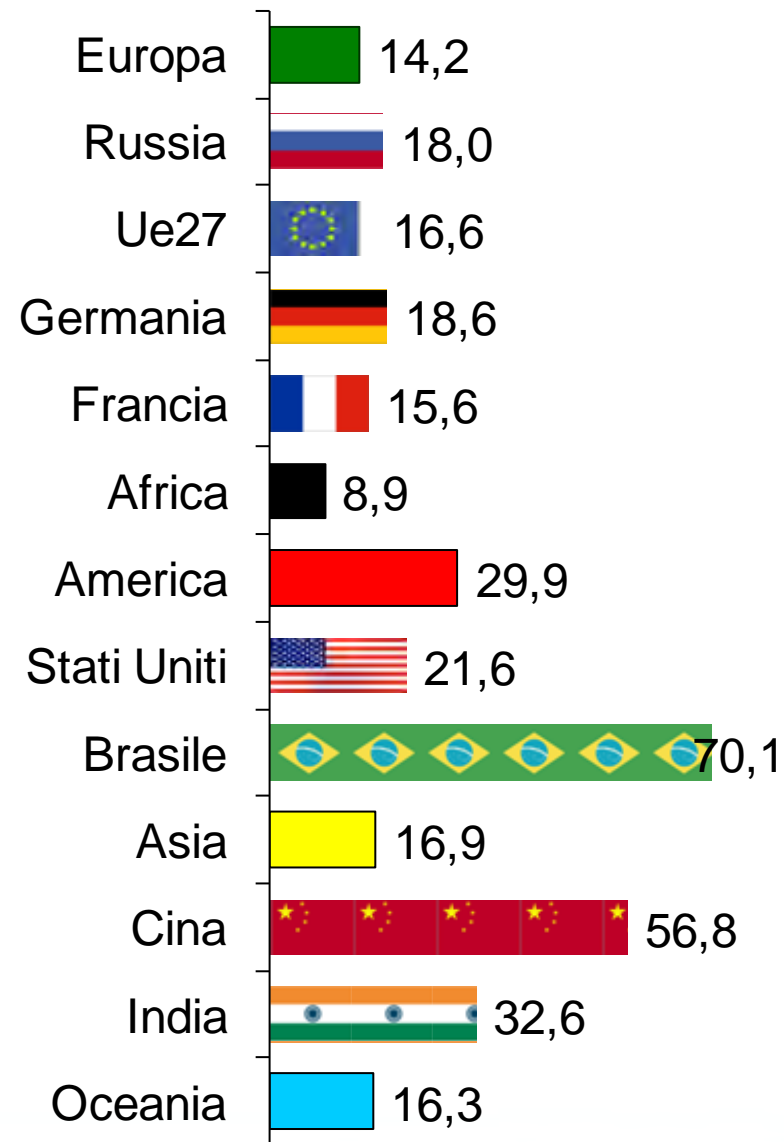
	1991	2000	2010
Piemonte	23,2%	30,2%	26,3%
Lombardia	20,6%	29,7%	27,8%
Veneto	19,8%	33,4%	29,4%
<b>Emilia-R.</b>	<b>17,5%</b>	<b>28,2%</b>	<b>29,2%</b>
Toscana	16,6%	27,0%	23,8%
Marche	14,1%	24,6%	20,4%
Italia	13,7%	21,8%	20,6%

**Imprese manifatturiere che esportano: 23,3%**

**Artigiane che esportano: 11,8%**

	Valore 2010	Quota	Variaz. 2010/09	Variaz. 2010/08	
Agricoltura	814	1,9%	13,6%	-1,9%	●
Alimentare	13.581	8,5%	13,3%	11,2%	●
Tessile	400	0,9%	16,0%	-1,0%	●
Abbigliamento	3.107	7,3%	2,3%	-7,4%	●
Pelli-Calzature	823	1,9%	12,9%	-9,4%	●
Legno, mobili, carta	988	2,3%	6,9%	-11,0%	●
Chimico-farmaceutico	3.446	8,1%	29,9%	13,3%	●
Gomma-plastica	1.171	2,8%	23,7%	4,5%	●
Ceramico	3.458	8,2%	10,9%	-10,4%	●
Metalli	3.352	7,9%	21,0%	-13,0%	●
Computer, app.elettronici	937	2,2%	21,1%	-2,1%	●
Apparecchi elettrici	2.385	5,6%	35,2%	-1,4%	●
Macchinari e apparecchi	12.178	28,8%	12,9%	-21,6%	●
Mezzi di trasporto	4.365	10,3%	21,8%	-19,6%	●
Altro manifatturiero	943	2,2%	5,9%	-12,9%	●
Totale manifatturiero	41.134	97,2%	15,9%	-11,1%	●
Totale generale	42.333	100,0%	16,1%	-10,9%	●

**Variazione export 2010 su 2009**



STATI UNITI	
+	Autoveicoli
+	Prodotti alimentari
+	Bevande
-	
-	
-	

FRANCIA	
+	Abbigliamento
+	Macch.agricoltura
+	Autoveicoli
-	Packaging

GERMANIA	
+	Packaging
+	Farmaceutica
+	Prod. da forno
-	Ceramica
-	Maglieria

RUSSIA	
+	Calzature
+	Abbigliamento
+	Maglieria
-	App. uso domestico
-	Autoveicoli



BEVANDE	Export Italia verso USA	Var. 2010 su 2009	Export Italia verso il mondo	Incidenza mercato USA	Import USA	Quota Italia su import USA
---------	-------------------------	-------------------	------------------------------	-----------------------	------------	----------------------------

Wine of fresh grapes	323.185	6,9%	5.205.542	25,4%	4.189.636	31,6%
Spirits, liqueurs, other spirit beverages, alcoholic preparations	Wine of fresh grapes		Export	Var. 2010 su 2009	Quota	2,9%
Mineral & aerated waters	1 Italy		1.323.185	6,9%	31,6%	36,3%
Vinegar and substitutes for vinegar	2 France		1.046.638	3,0%	25,0%	76,1%
Non-alcoholic beverages (excl. water, fruit or vegetable juices and mi	3 Australia		649.182	-5,4%	15,5%	2,9%
Beer made from malt	4 Chile		299.929	0,6%	7,2%	0,9%
Vermouth&other grape wine flavoured with plants or aromatic substances	5 Argentina		289.669	25,1%	6,9%	79,4%
Fermented beverages, nes	6 Spain		282.367	9,9%	6,7%	7,2%
Ethyl alcohol & other spirits (if undenatured then higher than 80% by	7 New Zealand		206.039	30,0%	4,9%	0,1%
TOTALE	8 Germany		146.857	15,9%	3,5%	11,4%
	9 Portugal		72.045	14,0%	1,7%	
	10 South Africa		49.492	13,2%	1,2%	



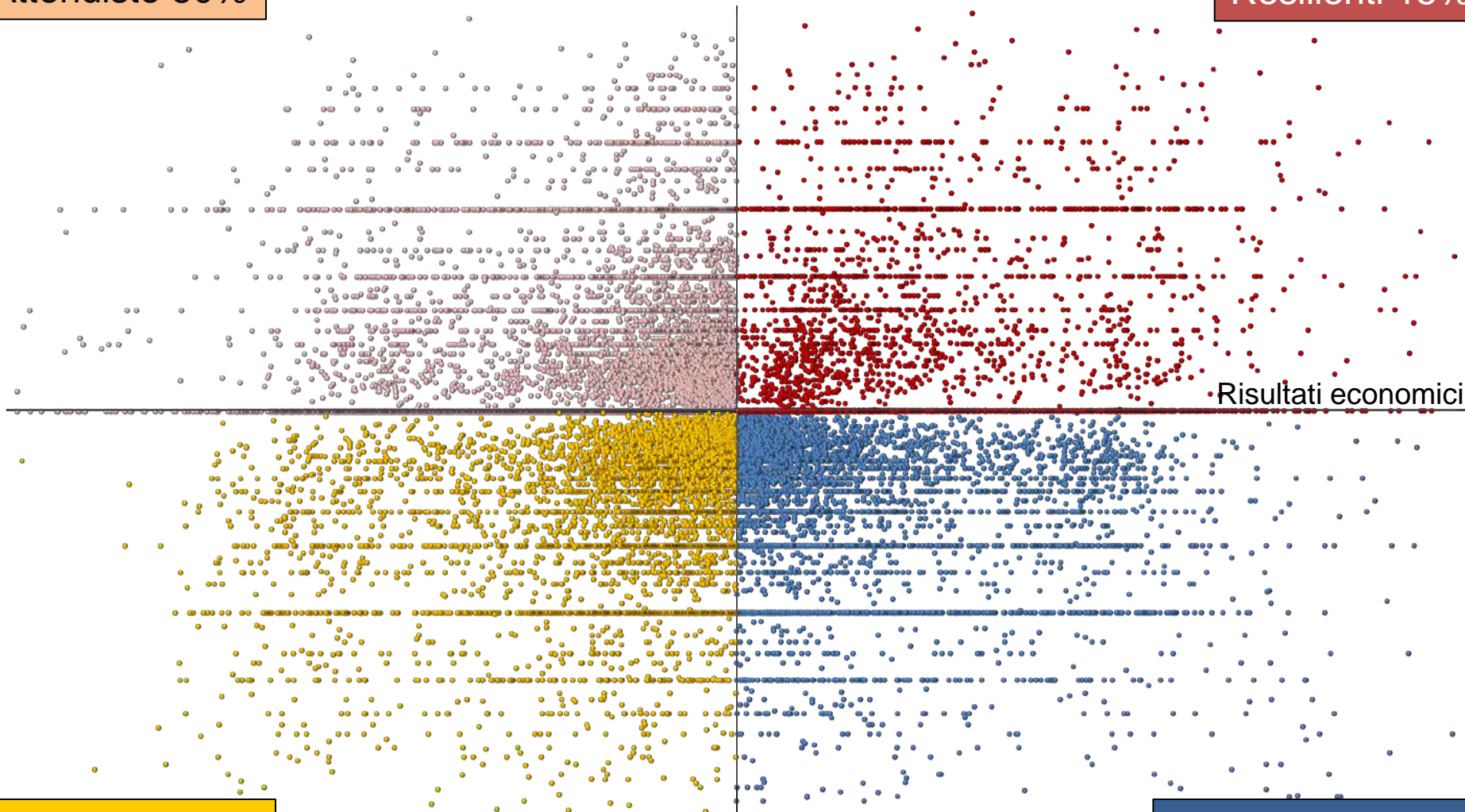
dei singoli Paesi e con i dati export dei Paesi UE.



Attendiste 50%

Occupazione

Resilienti 15%

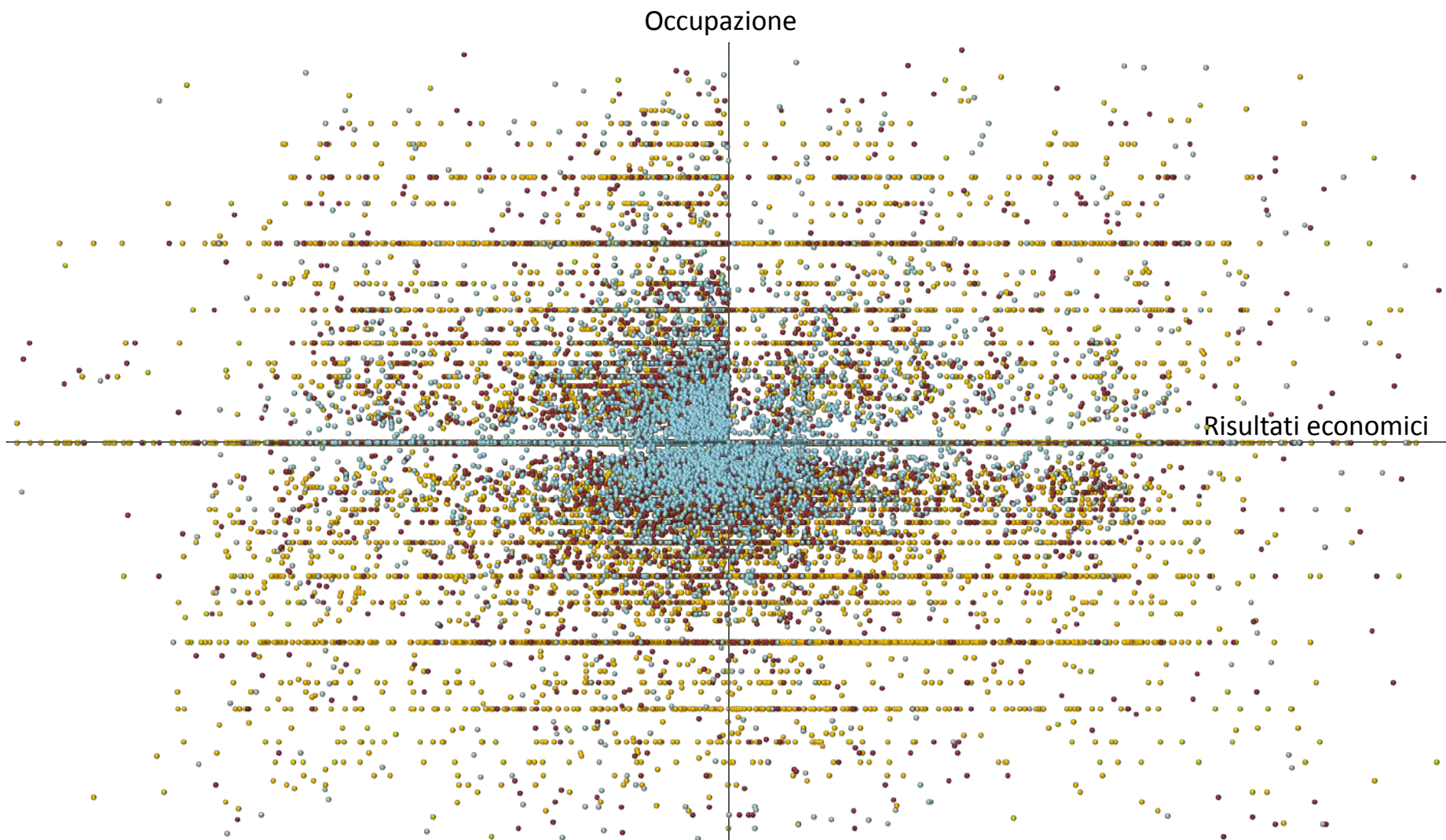


Risultati economici

Vulnerabili 18%

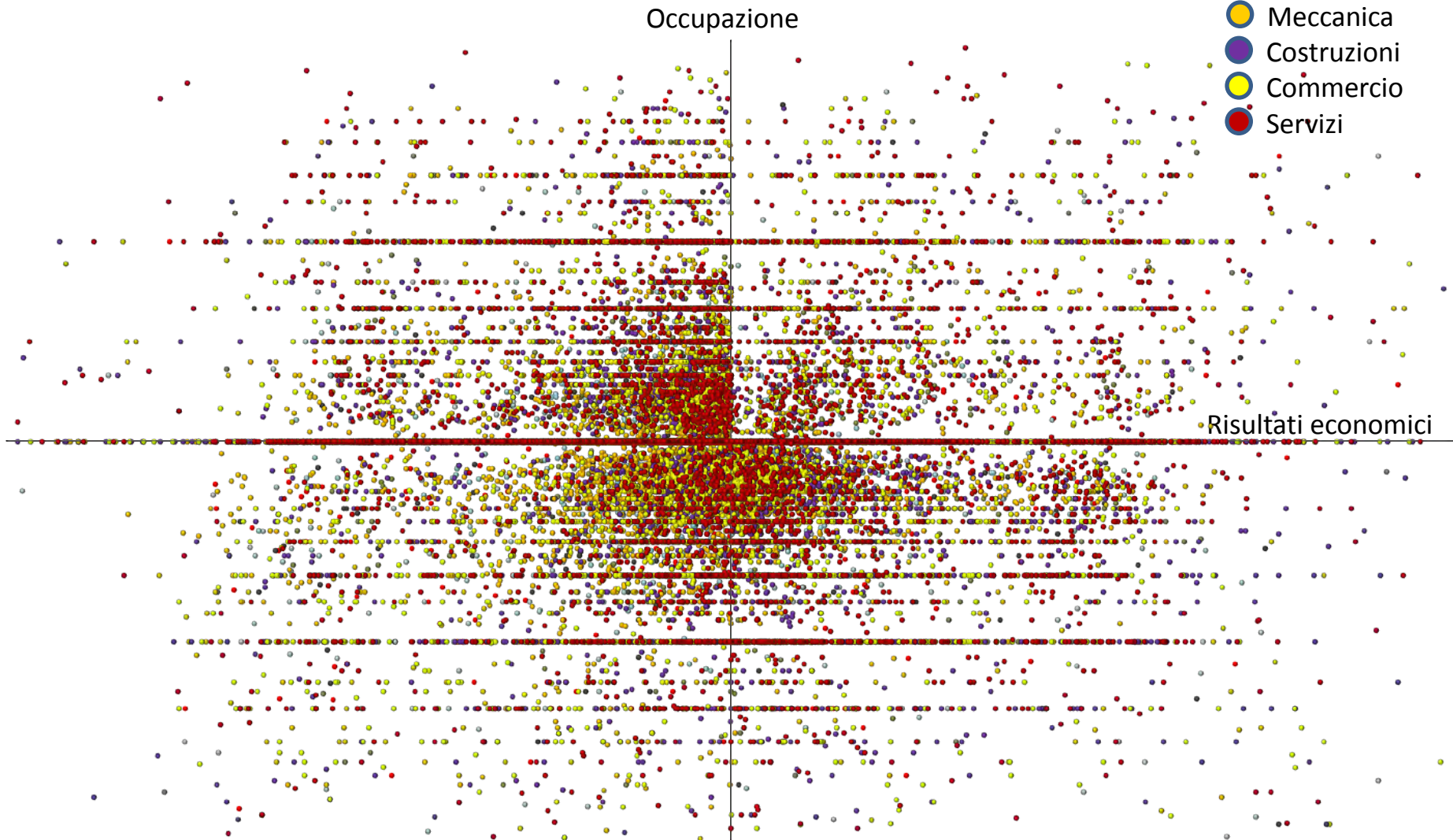
Interventiste 17%

- Piccole
- Medie
- Grandi







- agroalimentare
- moda
- legno
- Carta-chimica
- Meccanica
- Costruzioni
- Commercio
- Servizi



Nome **Resilienti**

Fatturato 

Redditività 

Occupazione  

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**  
**INNOVAZIONE**

Investitrici **76%** ● Quota **32%** ●

Tipologia **Innovaz. organizzativa**

Laureati **8%** ● Uff. tecnico **12%** ●

Obiettivi **Organizzazione, clima aziendale, formazione**

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**  
**INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Esportatrici **56%** ● Quota **39%** ●

Con export in crescita **44%** ●

Accordi **29%** ● Filiali **31%** ●

Subfornitori **14%** ● Delocaliz. **4%** ●

Segni particolari **Giovane, strutturata, investe sulle persone ha visione di lungo periodo**



Firma del titolare.....

..... li.....


**IL SINDACO**


---






Nome **Vulnerabili** .....

Fatturato  .....

Redditività  .....

Occupazione  .....

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**

**INNOVAZIONE**

Investitrici 62% ● Quota 6% ● .....

Tipologia Incres. prod., rad. proc. .....

Laureati 5% ● Uff. tecnico 8% ● .....

Obiettivi Ridurre i costi .....

.....

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**

**INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Esportatrici 65% ● Quota 35% ● .....

Con export in crescita 11% ● .....

Accordi 25% ● Filiali 16% ● .....

Subfornitori 18% ● Delocaliz. 6% ● .....

Segni particolari 2 tipologie:  
 - paralizzate dalla crisi;  
 - reattive per sopravvivere:



Firma del titolare.....

..... *li* .....



IL SINDACO



.....






**Nome Interventiste**

Fatturato  

Redditività  

Occupazione 

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**

**INNOVAZIONE**

Investitrici 71% ● Quota 16% ●

Tipologia Increment. prodotto e proc.

Laureati 4% ● Uff. tecnico 6% ●

Obiettivi Ridurre i costi  
Adeguarsi alla concorrenza

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**

**INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Esportatrici 56% ● Quota 35% ●

Con export in crescita 26% ●

Accordi 24% ● Filiali 11% ●

Subfornitori 18% ● Delocaliz. 8% ●

Segni particolari Vulnerabili  
"reattive". Strategie di breve  
periodo per risultati immediati



Firma del titolare.....

..... *li* .....

**IL SINDACO**


---






**Nome Attendiste**

Fatturato  

Redditività  

Occupazione  

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**

**INNOVAZIONE**

Investitrici 69% ● Quota 24% ●

Tipologia Prodotto e organizzativa

Laureati 6% ● Uff. tecnico 9% ●

Obiettivi Adeguarsi alla concor.  
mantenere quote di mercato

**CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI**

**INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Esportatrici 55% ● Quota 36% ●

Con export in crescita 20% ●

Accordi 33% ● Filiali 17% ●

Subfornitori 19% ● Delocaliz. 5% ●

**Segni particolari**

Ostaggio degli eventi,  
tra vulnerabili e resilienti



Firma del titolare.....

..... *li* .....

**IL SINDACO**





## Ribaltiamo la prospettiva

Le resilienti non sono quelle che operano in un certo modo, ma sono quelle che proprio perché operano secondo quelle modalità diventano resilienti.



... innovare ed esportare sono azioni utili **solo se** inserite in una strategia ben definita e di medio-lungo periodo.

... strategie di medio e lungo periodo richiedono investimenti nella struttura organizzativa e nella formazione dei dipendenti

... il benessere dei lavoratori, il clima aziendale, le motivazioni del personale sono leve competitive alla pari dell'innovazione e dell'internazionalizzazione

... dove c'è ricambio generazionale, dove il management è più giovane i risultati sono migliori.

## COSA SERVE ALLA GOVERNANCE PER ESSERE RESILIENTE?