



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



BANCA CARIM



**INDAGINE SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DELLE IMPRESE APPARTENENTI
A CONFINDUSTRIA ROMAGNA (RIMINI)**

Rimini, 19 dicembre 2016

Premessa

La presente indagine è stata condotta dall'Ufficio Internazionalizzazione di Confindustria Romagna, con il contributo di Banca Carim, a distanza di un anno da una analoga ricerca svolta tra le imprese associate. L'intento è quello di conoscere in quale misura le imprese della provincia di Rimini siano state coinvolte in questo anno in un fenomeno di export-internazionalizzazione della propria attività, cercando di individuare le principali ragioni che hanno sostenuto il processo e gli ostacoli che si sono frapposti maggiormente.

COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

Il sondaggio è stato realizzato tramite somministrazione e successiva raccolta di un apposito questionario, infine mediante intervista telefonica alle imprese associate a Confindustria Romagna provincia di Rimini che, alla data di effettuazione dell'indagine, conta 423 aderenti (dato aggiornato a settembre 2016).

Prima di passare all'analisi dei dati, si precisa che nel questionario erano presenti diverse domande a risposta multipla che, nel seguente report sono contrassegnate da asterisco (*).

Ai fini dell'indagine sono pervenuti 210 questionari; ne consegue che il numero delle imprese intervistate rappresenta il 49,6% delle imprese associate. Di queste 210 aziende, 181 (12 in più rispetto all'anno scorso, 115 in più rispetto al 2005 e 121 in più rispetto alla prima indagine che effettuammo nel 2003 che ne contava 60) hanno dichiarato di avere contatti con l'estero. Negli anni si è pertanto riscontrato un numero crescente di imprese della provincia che hanno intrapreso un percorso di internazionalizzazione seppur focalizzato nella maggior parte dei casi su operazioni di import ed export. Considerando il fatturato totale di tutte le imprese associate residenti nella Provincia di Rimini, rapportato al fatturato totale realizzato dalle 210 imprese che hanno risposto al questionario, si evince che queste ultime rappresentano oltre il 59,9% del fatturato globale e quindi il dato può essere considerato sufficientemente rappresentativo della nostra realtà economica locale.

Da un'analisi dei dati ISTAT, si osserva che l'export della Provincia di Rimini, riscontrato nel primo semestre del 2016, si attesta ad oltre 1 miliardo e 57 milioni di Euro, contro i circa 910 milioni del primo semestre dell'anno precedente. Questo dato fa sì che l'export della Provincia di Rimini registri un +16,13%. Nel panorama regionale, quindi Rimini si posiziona al primo posto per crescita dell'export seguita da Piacenza.

La Provincia di Rimini verifica anche un trend positivo per quanto concerne le importazioni (+7,85% rispetto al primo semestre 2015, dati ISTAT) attestandosi al secondo posto in termini di crescita dell'import in Regione dopo Parma (+8,42%).

Le informazioni raccolte sono state analizzate sia in riferimento al complesso del campione, sia a livello disaggregato relativamente ai settori di appartenenza delle imprese che hanno partecipato all'indagine.

Considerando la particolare rilevanza nella struttura dell'economia di Rimini, l'analisi settoriale condotta si è concentrata sui seguenti quattro comparti:

- **Metalmeccanico:** al questionario hanno risposto 80 aziende (il 44,2% del campione del questionario), che rappresentano il 90,9% del settore; il loro fatturato costituisce il 97,9% del fatturato complessivo del comparto.
- **Agroalimentare:** al questionario hanno risposto 25 aziende (il 13,8% del campione), che rappresentano l'84,4% del settore; il loro fatturato costituisce il 50,3% del fatturato complessivo del comparto.
- **Abbigliamento/Tessile/Calzaturiero:** al questionario hanno risposto 22 aziende (il 12,2% del campione), che rappresentano il 91,7% del settore; il loro fatturato costituisce il 97,1% del fatturato complessivo del comparto.
- **Legno:** al questionario hanno risposto 12 aziende (il 6,6% del campione), che rappresentano il 93,8% del settore; il loro fatturato costituisce il 97,8% del fatturato complessivo del comparto.

Composizione del Campione – Settori				
(Valori % sul totale delle imprese del campione)	2015		2016	
N. Imprese	169		↑181	
Metalmeccanico	71	42%	↑80	44,2%
Agroalimentare	20	11,8%	↑25	13,8%
Abbigliamento, Tessile, Calzaturiero	18	10,6%	↑22	12,2%
Industria del Legno	14	8,3%	↓12	6,6%
Chimici e Affini	12	7,1%	↓10	5,5%
Industrie Varie	10	5,9%	=10	5,5%
Terziario e Servizi	9	5,3%	↓8	4,4%
Grafici e Cartotecnici	7	4,1%	↓6	3,3%
Interedile	6	3,5%	=6	3,3%
Trasporti	2	1,2%	=2	1,1%

ATTIVITÀ COMMERCIALE DELLE IMPRESE

Importazioni ed esportazioni

Una prima analisi del campione conferma che le imprese di Rimini hanno ben compreso l'importanza di dedicare finanze e risorse all'internazionalizzazione che, al di là della congiuntura economica non particolarmente favorevole, assieme all'innovazione resta una necessità per contrastare le difficoltà che presenta il nostro mercato interno. Pertanto l'internazionalizzazione è sempre più considerata come possibile forma di diversificazione del mercato e del prodotto per giungere ad una crescita dei volumi e del fatturato.

Nella tabella sottostante sono riportati i dati relativi alla distinzione tra aziende esportatrici, aziende importatrici ed aziende attive sia sul lato delle esportazioni sia su quello delle importazioni.

Quest'anno è possibile riscontrare una diminuzione del 6% delle aziende sia import sia export, mentre le aziende solo importatrici e quelle solo esportatrici hanno riscontrato rispettivamente un incremento del 3,8% e del 2,3% rispetto al 2015.

Prendendo in considerazione i valori percentuali, più della metà del campione (51,9%) dichiara di svolgere parallelamente attività di import/export; le aziende esclusivamente esportatrici corrispondono al 33,7% del campione, mentre si attestano al 14,4% del totale le aziende solo importatrici.

Numericamente parlando, rispetto allo scorso anno osserviamo una diminuzione per la categoria di imprese sia import che export, un elevato numero di imprese solo export e solo import.

Composizione del Campione - Attività Import/Export					
(Valori % sul totale delle imprese del campione)		2015		2016	
		169		↑181	
Aziende sia esportatrici che importatrici	N°Imprese	↑98	57,9%	↓94	51,9%
Aziende solo esportatrici		=53	31,4%	↑61	33,7%
Aziende solo importatrici		↓18	10,6%	↑26	14,4%

Analisi per area geografica

Le tabelle sottostanti analizzano le principali aree geografiche di interesse segnalate dalle imprese del campione.

Dal lato delle **esportazioni**, l'Europa Comunitaria (dei 28 Paesi Membri) continua ad essere la principale area di riferimento (86,5% del campione), in aumento rispetto al 2015. Si riscontra un aumento di preferenze delle restanti aree analizzate, mentre è in controtendenza il trend negativo riguardante l'area del Centro-Sud Africa (7,1% delle preferenze).

Esportazioni - Aree Geografiche di Destinazione *			
(Valori % sul totale delle imprese esportatrici)	2015		2016
N° Imprese	↑151		↑155
1. Europa UE (28 Paesi)	↑129 85,4%	1. Europa UE (28 Paesi)	↑134 86,5%
2. Europa (non UE)	↓62 41,1%	2. Europa (non UE)	↑84 54,2%
3. Medio Oriente	↓51 33,8%	3. Medio Oriente	↑57 36,8%
4. Nord America	=45 29,8%	4. Asia	↑52 33,5%
5. Asia	↓41 27,2%	5. Nord America	↑51 32,9%
6. Nord Africa	↓24 15,9%	6. Oceania	↑32 20,6%
7. Oceania	↓22 14,6%	7. Nord Africa	↑27 17,4%
8. Sud America	↓20 13,2%	8. Sud America	↑27 17,4%
9. Centro-Sud Africa	↑13 8,6%	9. Centro-Sud Africa	↓11 7,1%

Per quanto concerne le **importazioni**, in linea con i dati 2015, si conferma il netto predominio dell'Europa Comunitaria e dell'Asia, che rispettivamente forniscono il 78,5% ed il 47,3% delle imprese del campione che si dichiarano importatrici.

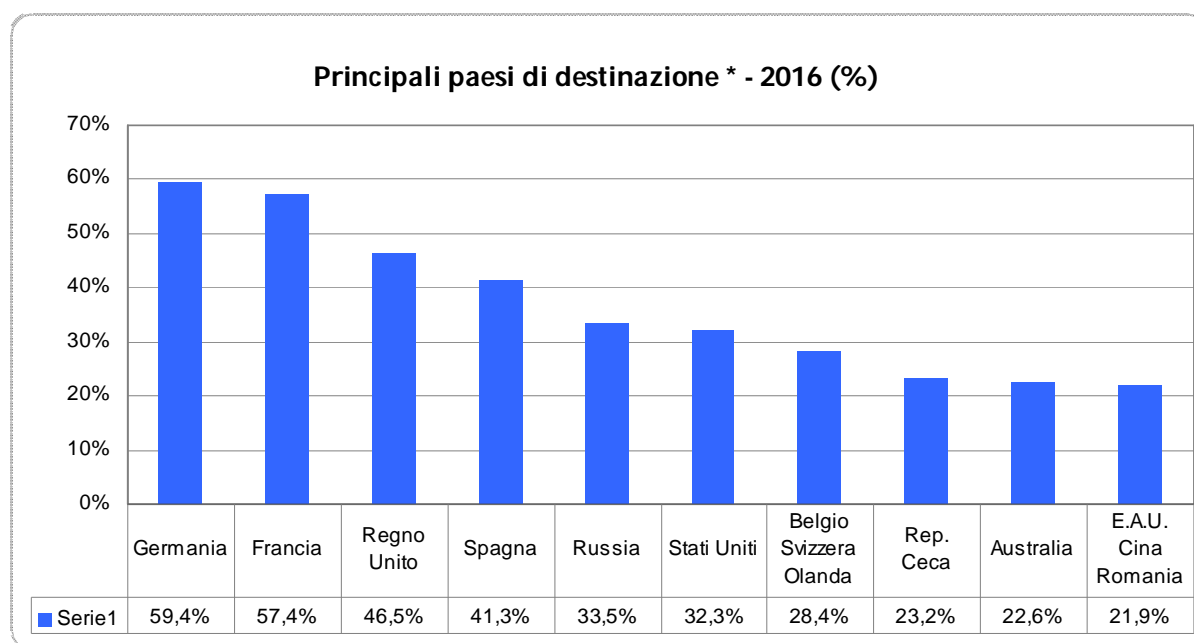
Anche quest'anno si conferma la crescente predominanza dei rapporti che le imprese del nostro territorio intrattengono con i Paesi membri della UE, sinonimo da un lato della necessità per le imprese già operanti all'estero di voler rafforzare la propria presenza nei mercati nei quali si è già presenti da tempo, e dall'altro della necessità di tutte quelle piccole e medie imprese che si stanno affacciando sui mercati esteri proprio in questo periodo e che quindi preferiscono approcciare mercati più vicini per una più semplice gestione del business.

Importazioni - Aree Geografiche di Provenienza *			
(Valori % sul totale delle imprese importatrici)	2015	2016	
N° Imprese	↑116		↑121
1. Europa UE (28 Paesi)	↑94 81,0%	1. Europa UE (28 Paesi)	↑95 78,5%
2. Asia	↓46 39,7%	2. Asia	↑50 41,3%
3. Medio Oriente	↑13 11,2%	3. Europa (non UE)	↑23 19,0%
4. Nord America	=13 11,2%	4. Nord America	↑15 12,4%
7. Nord Africa	↓8 6,9%	5. Medio Oriente	↑13 10,7%
5. Europa (non UE)	↓6 5,2%	6. Sud America	↑8 6,6%
6. Sud America	↓2 1,7%	7. Nord Africa	↑5 4,1%
8. Centro-Sud Africa	↓1 0,9%	8. Centro-Sud Africa	↑4 3,3%
9. Oceania	- -	9. Oceania	↑2 1,7%

Dalle due tabelle precedenti, è possibile riscontrare la forte predominanza dell'Europa con l'86,5% delle esportazioni e il 78,5% delle importazioni.

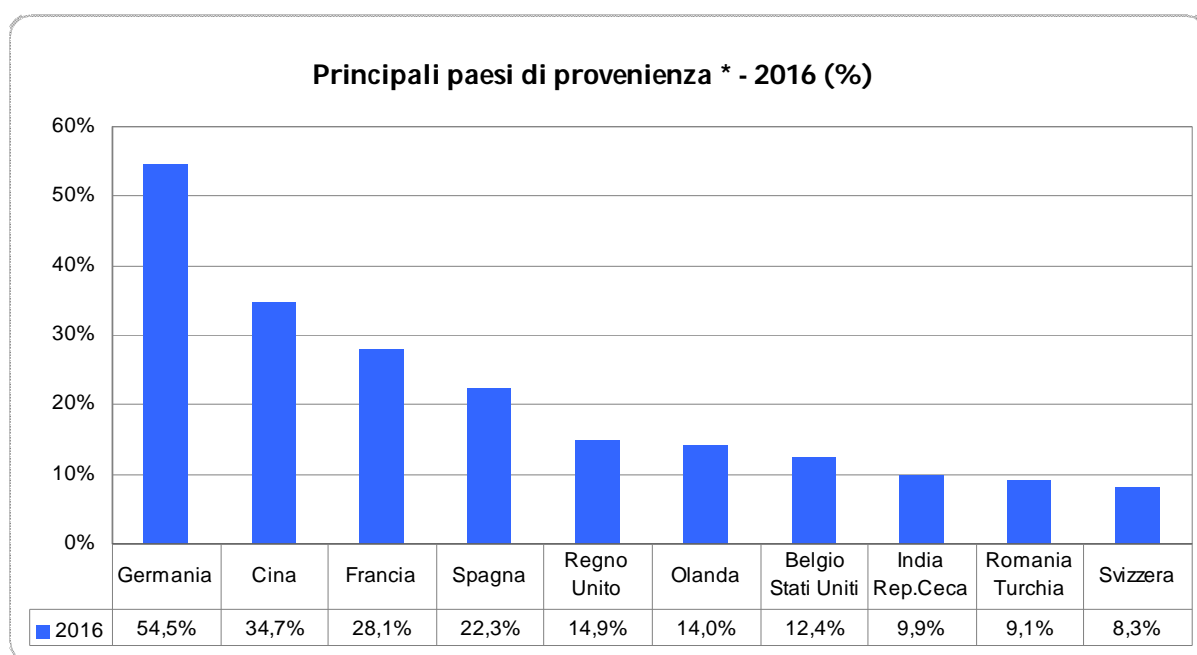
Questo dato lo si evince anche da un'analisi approfondita dei singoli paesi di destinazione e di provenienza degli scambi commerciali. Nel 2016 i primi cinque paesi di destinazione per importanza, sono Germania (59,4%), Francia (57,4%), Regno Unito (46,5%), Spagna (41,3 %) e Russia (33,5%).

Dai dati raccolti si evidenzia un netto incremento delle esportazioni rispetto al 2015, che restano predominanti verso: la Germania, che ha registrato un 59,4% (citata da 92 imprese), la Francia con il 57,4% (89 imprese), il Regno Unito con il 46,5% (72 imprese); è interessante evidenziare la posizione degli Stati Uniti in crescita rispetto al 2015 con il 31,3% (50 imprese), a dimostrazione del forte interesse che l'economia americana sta imponendo sui mercati internazionali nonostante il risultato inaspettato delle ultime elezioni presidenziali. Da notare che quest'anno dopo anni assistiamo ad un incremento delle esportazioni verso la Russia di 3 punti percentuali, nonostante la svalutazione del rublo e l'operatività rallentata di molte banche russe.



A seguire: Danimarca (21,3%), Austria (20%), Turchia (19,4%), Arabia Saudita (18,1%), Svezia (17,4%), Canada (16,8%), Norvegia (16,1%), Finlandia (15,5%), Brasile e Giappone (13,5%), India e Marocco (11%), Algeria e Tunisia (10,3%), Messico (9,7%), Sudafrica (9%), Ucraina e Singapore (7,7%), Grecia, Polonia e Malesia (7,1%), Corea del Sud (6,5%), Slovenia (5,8%), Libia (5,2%), Repubblica di San Marino (4,5%), Albania e Croazia (3,9%), Portogallo (3,2%), Kazakistan e Qatar (2,6%), Repubblica Slovacca, Lussemburgo, Bulgaria, Argentina, Malta, Cipro, Serbia e Kosovo (1,9%), Nigeria, Libano, Iraq, Costa Rica, Indonesia, Taiwan, Iran, Israele e Kuwait (1,3%), Perù, Mauritania, Ungheria, Irlanda, Vietnam, Lettonia, Egitto, Cile, Hong Kong, Montenegro, Thailandia e Bielorussia (0,6%).

La prevalenza dell'Unione Europea è riscontrabile anche dal lato delle importazioni. Infatti, a conferma di quanto emerso dalla presente indagine, la Germania si attesta come primo paese di approvvigionamento con il 54,5% delle preferenze, seguita dalla Cina con il 34,7% del campione, da Francia e Spagna (rispettivamente 28,1% e 22,3%).



A seguire: Austria (7,4%), Giappone e Hong Kong (6,6%), Corea del Sud, Vietnam, Russia e Repubblica di San Marino (5%), Bulgaria, Ungheria, Ucraina e Taiwan (4,1%), Thailandia, Canada, Egitto e Iran (3,3%), Bangladesh, Brasile, Croazia, Libia, Malesia, Messico, Singapore e Sudafrica (2,5%), Argentina, Arabia Saudita, Emirati Arabi, Grecia, Tunisia, Svezia, Danimarca, Serbia e Kosovo (1,7%), Camerun, Indonesia, Israele, Lituania, Pakistan, Polonia, Portogallo, Slovenia, Albania, Cile, Lettonia, Finlandia, Polinesia e Norvegia (0,8%).

Analisi per settore

Per quanto concerne i quattro comparti più rappresentativi del tessuto imprenditoriale della Provincia di Rimini (Metalmeccanico, Agroalimentare, Abbigliamento/Tessile/Calzaturiero e Industria del Legno) si è riscontrato un forte orientamento all'internazionalizzazione. Le otto tabelle sottostanti riassumono i dati relativi ai principali Paesi di Destinazione e di Provenienza dei flussi commerciali con l'estero per ciascuna delle aree merceologiche sopra citate.

Esportazioni Settore Metalmeccanico - Aree Geografiche di Destinazione *				
(Valori % sul totale delle imprese esportatrici di ciascun settore)				
	2015		2016	
Numero Imprese	63		67	
1. Francia	30	47,6%	46	68,7%
2. Germania	37	58,7%	44	65,7%
3. Regno Unito	25	39,7%	36	53,7%
4. Spagna	26	41,3%	28	41,8%
5. Russia	20	31,7%	26	38,8%
6. Olanda	14	22,2%	25	37,3%
7. Romania	-	-	24	35,8%
8. Stati Uniti	19	30,2%	24	35,8%
9. Australia	13	20,6%	22	32,8%
10. Danimarca	-	-	21	31,3%

Per il **Settore Metalmeccanico**, numericamente il più rilevante del campione, Francia e Germania sono i principali mercati di sbocco (68,7% e 65,7%), seguiti da Regno Unito (53,7%), Spagna (41,8%), Russia (38,8%), Olanda (37,3%), Romania e Stati Uniti (35,8%), Australia (32,8%) e Danimarca (31,3%).

Esportazioni Settore Agroalimentare - Aree Geografiche di Destinazione *				
(Valori % sul totale delle imprese esportatrici di ciascun settore)				
	2015		2016	
Numero Imprese	16		18	
1. Germania	10	62,5%	9	50%
2. Svizzera	7	43,8%	9	50%
3. Francia	7	43,8%	8	44,4%
4. Belgio	5	31,3%	6	33,3%
5. Regno Unito	2	12,5%	6	33,3%
6. Spagna	4	25%	5	27,8%
7. Australia	-	-	4	22,2%
8. Cina	2	12,5%	4	22,2%
9. Danimarca	-	-	4	22,2%
10. Stati Uniti	3	18,8%	4	22,2%

La Germania si conferma primo paese, insieme alla Svizzera, di destinazione per il **Settore Agroalimentare** con il 50%. A seguire si posiziona la Francia (44,4%). Il settore è molto presente anche in Belgio e Regno Unito (33,3%), Spagna (27,8%), Australia, Cina, Danimarca e Stati Uniti (22,2%).

Esportazioni Settore Abbigliamento,Tessile,Calzaturiero - Aree Geografiche di Destinazione *				
(Valori % sul totale delle imprese esportatrici di ciascun settore)				
	2015		2016	
Numero Imprese	17		21	
1. Francia	11	67,4%	14	66,7%
2. Germania	9	52,9%	14	66,7%
3. Regno Unito	6	35,3%	12	57,1%
4. Stati Uniti	10	58,8%	11	52,4%
5. Spagna	7	41,2%	11	52,4%
6. Russia	8	47,1%	10	47,6%
7. Cina	5	29,4%	8	38,1%
8. Olanda	-	-	7	33,3%
9. Emirati Arabi Uniti	-	-	7	33,3%
10. Belgio	-	-	7	33,3%

Per il **Settore Abbigliamento/Tessile/Calzaturiero** Francia e Germania sono al primo posto, tra i paesi di destinazione (66,7%), davanti a Regno Unito (57,1%), Spagna e Russia (52,4%), Cina (38,1%), Olanda, Emirati Arabi Uniti e Belgio (33,3%).

Esportazioni Settore Legno - Aree Geografiche di Destinazione *				
(Valori % sul totale delle imprese esportatrici di ciascun settore)				
	2015		2016	
Numero Imprese	12		11	
1. Francia	6	50%	6	54,5%
2. Germania	3	25%	6	54,5%
3. Russia	8	66,7%	5	45,5%
4. Stati Uniti	5	41,7%	4	36,4%
5. Belgio	-	-	3	27,3%
6. Messico	-	-	3	27,3%
7. Regno Unito	3	25%	3	27,3%
8. Spagna	-	-	3	27,3%
9. Cina	-	-	2	18,2%
10. Marocco	-	-	2	18,2%

Francia e Germania (54,5%) sono i principali paesi di destinazione anche per quanto riguarda il **Settore del Legno**, seguiti da Russia (45,5%), Stati Uniti (36,4%), Belgio, Messico, Regno Unito e Spagna (27,3%), Cina e Marocco (18,2%).

Importazioni Settore Metalmeccanico - Aree Geografiche di Provenienza *				
(Valori % sul totale delle imprese importatrici di ciascun settore)				
	2015		2016	
Numero Imprese	43		47	
1. Germania	21	48,8%	31	66%
2. Cina	12	27,9%	16	34%
3. Francia	9	20,9%	9	19,1%
4. Spagna	8	18,6%	9	19,1%
5. Stati Uniti	6	14%	8	17%
6. Belgio	5	11,6%	7	14,9%
7. Regno Unito	7	16,3%	7	14,9%
8. Rep. Ceca	-	-	6	12,8%
9. Giappone	3	7%	5	10,6%
10. Svizzera	-	-	5	10,6%

Per il **Settore Metalmeccanico** al primo posto tra i paesi di importazione si attesta la Germania (66%), seguita da Cina (34%), Francia e Spagna (19,1%), Stati Uniti (17%), Belgio e Regno Unito (14,9%), Repubblica Ceca (12,8%), Giappone e Svizzera (10,6%).

Importazioni Settore **Agroalimentare** - Aree Geografiche di Provenienza *

(Valori % sul totale delle imprese importatrici di ciascun settore)

	2015		2016	
Numero Imprese	12		15	
1. Olanda	2	16,7%	8	53,3%
2. Francia	6	50%	7	46,7%
3. Germania	7	58,3%	7	46,7%
4. Argentina	2	16,7%	3	20%
5. Spagna	3	25%	3	20%
6. Belgio	2	16,7%	2	13,3%
7. Cina	2	16,7%	2	13,3%
8. India	3	25%	2	13,3%
9. Iran	-	-	2	13,3%
10. Stati Uniti	-	-	2	13,3%

Per quanto riguarda le importazioni, il **Settore Agroalimentare** acquista in primo luogo da Olanda (53,3%), seguita da Francia e Germania (46,7%), Argentina e Spagna (20%), Belgio, Cina, India, Iran e Stati Uniti (13,3%).

Importazioni Settore **Abbigliamento, Tessile, Calzaturiero** - Aree Geografiche di Provenienza *

(Valori % sul totale delle imprese importatrici di ciascun settore)

	2015		2016	
Numero Imprese	15		16	
1. Cina	9	60%	8	50%
2. Spagna	6	40%	5	31,3%
3. Turchia	5	33,3%	5	31,3%
4. Francia	4	26,7%	4	25%
5. India	-	-	4	25%
6. Regno Unito	2	13,3%	3	18,8%
7. Germania	-	-	2	12,5%
8. Romania	-	-	2	12,5%
9. Bangladesh	2	13,3%	1	6,3%
10. Stati Uniti	-	-	1	6,3%

Le importazioni per il **Settore Abbigliamento/Tessile/Calzaturiero** vedono ancora prevalere la Cina (50%) seguita da Spagna e Turchia (31.3%), Francia e India (25%), Regno Unito (18,8%), Germania e Romania (12.5%), Bangladesh e Stati Uniti (6,3%).

Importazioni Settore Legno - Aree Geografiche di Provenienza *				
(Valori % sul totale delle imprese importatrici di ciascun settore)				
	2015		2016	
Numero Imprese	5		7	
1. Germania	3	42,9%	2	40%
2. Cina	1	14,3%	2	40%
3. Austria	-	-	2	40%
4. Romania	1	14,3%	1	20%
5. Ungheria	1	14,3%	1	20%
6. Camerun	1	14,3%	1	20%

Per ciò che concerne le importazioni, il **Settore del Legno** si approvvigiona principalmente in Germania, Cina e Austria (40%), Romania, Ungheria e Camerun (20%).

PRINCIPALI OSTACOLI ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Principali Ostacoli all'Internazionalizzazione *				
(Valori % sul totale delle imprese del campione)	2015		2016	
N° Imprese	134		↑ 156	
Ostacoli Strutturali e/o di Servizio	65	48,5%	↑ 117	75%
Ostacoli Conoscitivi	101	73,2%	↑ 115	73,7%
Ostacoli Finanziari e/o di Supporto	37	27,6%	↑ 54	34,6%
Ostacoli Dimensionali	29	21,6%	↑ 47	30,1%
Ostacoli Socio-Economici e/o Politici	21	15,7%	↑ 33	21,2%

Alla domanda hanno risposto 156 imprese, in termini comparativi, rispetto ai dati 2015. Le imprese della Provincia di Rimini dimostrano di percepire in maniera maggiore gli **Ostacoli Strutturali e/o di Servizio** (75%), seguiti dagli **Ostacoli Conoscitivi** (73,7%), gli **Ostacoli Finanziari e/o di Supporto** (34,6%) gli **Ostacoli Dimensionali** (30,1%) ed infine, gli **Ostacoli Socio-Economici e/o Politici** (21,2%).

Notiamo che quest'anno, il dato in valore assoluto riferito agli Ostacoli Strutturali e/o di Servizio è aumentato del 26,5% scavalcando gli Ostacoli Conoscitivi che fanno registrare un aumento rispetto al dato 2015 soltanto dello 0,5%. Inoltre riscontriamo un aumento dei dati inerenti gli Ostacoli Finanziari e/o di Supporto (+7%), gli Ostacoli Dimensionali (+8,5%) e di quelli Socio-Economici e/o Politici (+5,5%).

La chiave di lettura in risposta al fatto che quest'anno tutti gli ostacoli all'internazionalizzazione registrino una crescita è a nostro avviso da imputare all'aumento considerevole delle aziende campionate, che hanno ben compreso l'importanza di strutturarsi per essere maggiormente competitive sul mercato globale.

Di seguito si elencano i principali ostacoli segnalati (il primo per ciascuna delle macro categorie sopra citate):

Macro Categorie *	Dettaglio *		
Numero di imprese che hanno espresso tale preferenza		2016	%
OSTACOLI STRUTTURALI E/O DI SERVIZIO	Complessità delle Operazioni Burocratiche	100 su 117	85,5%
OSTACOLI CONOSCITIVI	Individuazione di partner stranieri	80 su 115	75,3%
OSTACOLI DIMENSIONALI	Carenze organizzative interne alle imprese	34 su 47	72,3%
OSTACOLI FINANZIARI E/O DI SUPPORTO	Inadeguatezza Finanziamenti e Risorse Finanziarie	27 su 45	50%
OSTACOLI SOCIO-ECONOMICI E/O POLITICI	Differenze Linguistiche, Culturali e Religiose	24 su 33	72,7%

A seguire, vengono riportati il dettaglio di ciascuna macro categoria di ostacoli:

Ostacoli Strutturali e/o di Servizio *				
(Valori % del numero di imprese che hanno espresso tale preferenza)	2015		2016	
N° Imprese	65	48,5%	↑117	75%
Complessità delle Operazioni Burocratiche	49	75,4%	↑100	85,5%
Problemi di Trasporto e Logistici	24	36,9%	↑49	38,5%
Problemi legati alla Tutela della Proprietà Intellettuale	5	7,7%	↑9	7,7%

- ❖ Fra gli **Ostacoli Strutturali e/o di Servizio** ancora una volta prevalgono nettamente le Complessità delle Operazioni Burocratiche, Amministrative e Doganali (85,5%).

Indagine Export-Internazionalizzazione | 2016

Ostacoli Conoscitivi *				
(Valori % del numero di imprese che hanno espresso tale preferenza)	2015		2016	
N° Imprese	85	63,4%	85	73,7%
Individuazione di Partners Stranieri	64	75,3%	↑80	69,6%
Carenza e Difficoltà di Informazioni di mercato	32	37,6%	↑61	53%
Scarsa Conoscenza del Sistema Distributivo Locale	28	32,9%	↑61	53%
Inaffidabilità dei Partners Locali	19	22,4%	↓10	8,7%

- ❖ Fra gli **Ostacoli Conoscitivi** le maggiori difficoltà continuano a risiedere, in ordine, nell'Individuazione dei Partners Stranieri (69,6%), nella Carenza e Difficoltà nel reperire Informazioni di Mercato (53%), nella Scarsa Conoscenza del Sistema Distributivo Locale (53%) e nell'Inaffidabilità dei Partner Locali (8,7%)

Ostacoli Finanziari e/o di Supporto *				
(Valori % del numero di imprese che hanno espresso tale preferenza)	2015		2016	
N° Imprese	37	27,6%	↑54	34,6%
Inadeguatezza Finanziamenti e Risorse Finanziarie	22	59,5%	↑27	50%
Insufficienza degli Interventi di Assicurazione	15	40,5%	↑23	42,6%
Assenza di Strutture Specializzate di Assistenza	6	16,2%	↑21	38,9%

- ❖ Nell'ambito degli **Ostacoli Finanziari e/o di Supporto**, il campione registra un aumento per tutte le voci. Si attesta al 50% il dato riguardante Problemi d'Inadeguatezza dei Finanziamenti e delle Risorse Finanziarie, seguito da Insufficienza degli Interventi di Assicurazione al Credito all'Export (42,6%) e Assenza di Strutture Specializzate di Assistenza (38,9%).

Ostacoli Propri delle Piccole e Medie Imprese o Dimensionali *				
(Valori % del numero di imprese che hanno espresso tale preferenza)	2015		2016	
N° Imprese	29	21,6%	↑47	30,1%
Carenze Organizzative Interne	18	62,1%	↑34	72,3%
Dimensione Aziendale Inadeguata	10	34,5%	↑26	55,3%
Scarsità di Personale Adeguato	19	65,5%	↓15	31,9%
Carenze Finanziarie	3	10,3%	↑10	21,3%

- ❖ Per quanto riguarda gli **Ostacoli Dimensionali**, i dati mostrano un aumento per le voci: Carenze Organizzative Interne (72,3%), Inadeguatezza della Dimensione Aziendale (55,3%), Carenze Finanziarie (21,3%) mentre si registra un calo dell'ostacolo all'internazionalizzazione rappresentato dalla Scarsità di Personale Adeguato (31,9%).

Ostacoli Socio-Economici e/o Politici *				
(Valori % sul numero delle imprese che hanno espresso tale preferenza)	2015		2016	
N° Imprese	21	15,7%	↑33	21,2%
Differenze Linguistiche, Culturali e Religiose	17	81%	↓24	72,7%
Preferenza dei Clienti per i Prodotti Nazionali	7	33,3%	↓10	30,3%

- ❖ Infine, per ciò che concerne gli **Ostacoli Socio-Economici e/o Politici**, il campione registra una diminuzione di entrambe le voci: Differenze Linguistiche, Culturali e Religiose (72,7%), Preferenza dei Clienti per i Prodotti Nazionali (30,3%) rispetto al dato 2015.

SERVIZI RITENUTI PRIORITARI DALLE IMPRESE

Servizi per l'Internazionalizzazione *				
(Valori % sul totale delle imprese del campione)	2015		2016	
<i>Numero delle Imprese</i>	125		↑162	
Informazioni Commerciali e di Mercato, Legislazione Doganale	63	50,4%	↑113	69,8%
Assistenza in materia di Contrattualistica e Normativa Estera	55	44%	↑112	69,1%
Ricerca di Partners Stranieri	70	56%	↑84	59,9%
Organizzazione della Partecipazione a Fiere Specializzate	35	28%	↑72	44,4%
Organizzazione di Missioni all'Estero	18	14,4%	↑66	40,7%
Finanziamenti del Processo di Internazionalizzazione	35	28%	↑64	39,5%
Formazione, Orientamento ed Assistenza in materia di Commercio Estero	51	40,8%	↑57	35,2%
Ricerche di Mercato anche attraverso Agenzie Specializzate	22	17,6%	↑55	34%
Informazioni ed Assistenza sulle Modalità di Accesso ai Programmi Comunitari	11	8,8%	↑36	22,2%
Assicurazione dei Crediti all'Esportazione	24	19,2%	↑24	14,8%
Certificazione di Qualità	13	10,4%	↑16	9,9%
Ricerca e Selezione di Personale all'Estero	10	8%	↑8	4,9%
Registrazione di Marchi e Brevetti	6	4,8%	=6	3,7%

Hanno risposto a questa domanda 162 Imprese.

Come si evince dalla tabella riepilogativa, quest'anno il campione punta l'attenzione sul servizio inerente alle **Informazioni Commerciali e di Mercato e sulla Legislazione Doganale** (69,8%), seguito da **Assistenza in materia di Contrattualistica e Normativa Estera** (69,1%), **Ricerca di Partners Stranieri** (59,9%), **Organizzazione della Partecipazione a Fiere Specializzate** (44,4%) **Organizzazione di Missioni all'Estero** (40,7%), **Finanziamenti del Processo di Internazionalizzazione** (39,5%) e **Ricerche di mercato anche attraverso Agenzie Specializzate** (34%).

Come emerge dai dati, il trend è positivo praticamente per tutte le voci, eccetto quella inerente l'assistenza per la Registrazione di Marchi e Brevetti che in percentuale è in calo rispetto al 2015 (3,7%).

E' opportuno considerare, quindi, che l'accesso a servizi di supporto in materia di internazionalizzazione viene ritenuto sempre più un elemento fondamentale per il successo delle attività al di fuori dei confini nazionali.

Indagine Export-Internazionalizzazione | 2016

Di questo Confindustria Romagna è assolutamente consapevole e lo testimoniano le numerose iniziative ed i servizi messi a disposizione della propria base associativa (ad. esempio, l'intensa attività di formazione, l'organizzazione di Progetti Paese e missioni, il supporto nella predisposizione di pratiche di finanziamento a valere sugli strumenti Simest e sui bandi regionali), con lo scopo di assisterla ed orientarla in una più efficiente e remunerativa attività di internazionalizzazione.

Addentrando in un'analisi settoriale dei dati ottenuti, si osserva una sostanziale conferma di quanto emerso a livello generale, come testimoniato dalla tabella sottostante.

Domanda di Servizi dei Principali Settori *								
(Valori % sul totale delle imprese del campione di ciascun settore)	Metalmeccanico		Agroalimentare		Abb/Tess/Calz		Legno	
<i>Numero delle imprese:</i>	69		31		21		7,4	
Informazioni Commerciali e di Mercato, Legislazione Doganale	45	65,2%	16	51,6%	16	76,2%	9	75%
Assistenza in materia di Contrattualistica e Normativa Estera	48	69,6%	16	51,6%	15	71,4%	9	75%
Ricerca di Partners Stranieri	38	55,1%	13	41,9%	10	47,6%	5	41,7%
Organizzazione della Partecipazione a Fiere Specializzate	25	36,2%	11	35,5%	13	61,9%	7	58,3%
Organizzazione di Missioni all'Estero	23	33,3%	10	32,3%	12	57,1%	8	66,7%
Finanziamenti del Processo di Internazionalizzazione	23	33,3%	12	38,7%	10	47,6%	6	50%
Formazione, Orientamento ed Assistenza in materia di Commercio Estero	28	40,6%	5	16,1%	7	33,3%	5	41,7%
Ricerche di Mercato anche attraverso Agenzie Specializzate	24	34,8%	8	25,8%	11	52,4%	7	58,3%
Informazioni ed Assistenza sulle Modalità di Accesso ai Programmi Comunitari	16	23,2%	5	16,1%	5	23,8%	4	33,3%
Assicurazione dei Crediti all'Esportazione	11	15,9%	2	6,5%	2	9,5%	2	16,7%
Certificazione di Qualità	8	11,6%	3	9,7%	1	4,8%	2	16,7%
Ricerca e Selezione di Personale all'Estero	4	5,8%	2	6,5%	1	4,8%	-	-
Registrazione di Marchi e Brevetti	2	2,9%	3	9,7%	-	-	-	-

FORME DI COLLABORAZIONE ALL'ESTERO

Dalla prima tabella si riscontra che, a livello generale, le aziende che hanno sperimentato forme di collaborazione con l'estero sono 76 (42%) rispetto al totale delle 179 che hanno risposto alla domanda, di cui si hanno: 34 aziende del Settore Metalmeccanico, 5 aziende del Settore Agroalimentare, 12 aziende del Settore Abbigliamento/Tessile/Calzature e 5 del Settore Industria del Legno.

La sua Azienda ha Sperimentato Forme di Collaborazione all'Estero?				
(Valori % sul totale delle imprese del campione)	2015		2016	
N° Imprese	167		179	
Si	94	56%	↓76	42%
No	73	44%	↑103	58%

In generale, la forma di collaborazione che viene maggiormente ricercata dalle imprese è quella **Commerciale** (82,2%). Quest'anno le forme di **Cooperazione Produttiva** e gli **Accordi di Joint-Venture** si sono invertiti di posizione, piazzandosi rispettivamente al secondo e al terzo posto con l'11,8% e il 9,2%. In generale sono meno utilizzate le forme di collaborazione in termini di **Accordi Tecnici e/o Formativi** (7,9%) e di **Cooperazione nel campo della ricerca** (5,3% in crescita).

Forme di Collaborazione Sperimentate dalle aziende che hanno risposto positivamente *		
(Valori % sulle imprese del campione)	2016	
<i>Numero delle imprese:</i>	76	
Accordi Commerciali	67	82,2%
Cooperazione Produttiva	9	11,8%
Joint-Venture	7	9,2%
Accordi Tecnici e/o Formativi	6	7,9%
Cooperazione nel Campo della Ricerca	4	5,3%

Forme di Collaborazione Sperimentate nei Principali Settori *								
(Valori % sulle imprese del campione di ciascun settore che hanno realizzato collaborazioni)								
	Metalmeccanico		Agroalimentare		Abb/Tess/Calz		Legno	
<i>Numero delle imprese:</i>	34	43%	5	20%	12	54,5%	5	41,7%
Accordi Commerciali	31	91,2%	4	80%	11	91,7%	3	60%
Joint-Ventures	6	17,6%	-	-	1	8,3%	-	-
Cooperazione Produttiva	5	14,7%	-	-	1	8,3%	1	20%
Accordi Tecnici e/o Formativi	2	5,9%	-	-	-	-	-	-
Cooperazione nel Campo della Ricerca	-	-	1	20%	-	-	-	-

COLLABORAZIONI PER AREA GEOGRAFICA

Aree Geografiche *		
(Valori % sul totale delle imprese del campione che ha dichiarato di aver realizzato collaborazioni)		
Numero delle Imprese	76	
Germania, Cina	14	18,4%
Stati Uniti	13	17,1%
Regno Unito	10	13,2%
Russia	9	11,8%
Spagna	8	10,5%
Francia	7	9,2%
Belgio, Turchia	4	5,3%
Brasile, Grecia, India, Repubblica Ceca, Romania	3	3,9%
Algeria, Austria, Camerun, Kazakistan, Messico, Norvegia, Olanda, Ucraina	2	2,6%
Albania, Australia, Bangladesh, Canada, Cipro, Croazia, Danimarca, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Finlandia, Giappone, Hong Kong, Indonesia, Iran, Iraq, Irlanda, Israele, Malesia, Marocco, Nigeria, Pakistan, Polonia, Qatar, Slovacchia, Sud Africa, Svezia, Tunisia, Ungheria	1	1,3%

Con riferimento alle aree geografiche in cui le nostre associate hanno instaurato le collaborazioni attuali o passate, il primato è della Germania e della Cina (18,4%), seguite a ruota dagli Stati Uniti (17,1%) e dal Regno Unito (13,2%). Seguono Russia (11,8%), Spagna (10,5%), Francia (9,2%), Turchia e Belgio (5,3%).

PAESI DI INTERESSE NEL PROSSIMO TRIENNIO

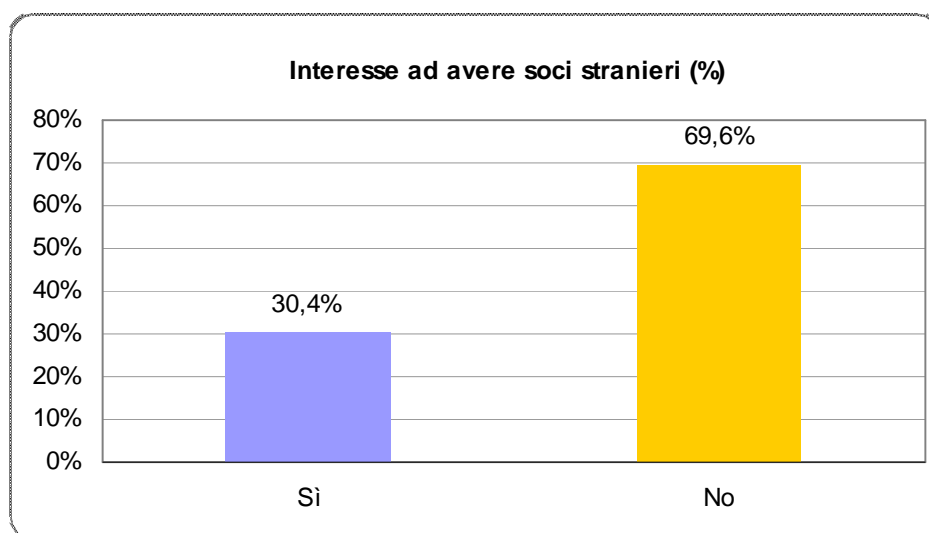
Aree Geografiche *		
(Valori % sul totale delle imprese (108) che hanno risposto)		
<i>Numero delle Imprese</i>	118	
Stati Uniti	40	33,9%
Regno Unito	22	18,6%
Cina	18	15,3%
Francia	17	14,4%
Germania	16	13,6%
Brasile, Russia	15	12,7%
Canada, Emirati Arabi Uniti	9	7,6%
Cile, Giappone, India	7	6,5%
Polonia	6	5,9%
Corea del Sud, Hong Kong, Iran, Slovenia	5	4,2%
Algeria, Arabia Saudita, Argentina, Messico, Romania, Turchia	4	3,4%
Libia, Norvegia, Svezia, Tunisia	3	2,5%
Albania, Austria, Bulgaria, Colombia, Croazia, Finlandia, Grecia, Kazakistan, Marocco, Singapore, Sud Africa	2	1,7%
Australia, Bosnia, Camerun, Etiopia, Filippine, Iraq, Irlanda, Israele, Libano, Nigeria, Nuova Zelanda, Olanda, Repubblica Ceca, Serbia, Slovacchia, Somalia, Spagna, Svizzera, Ucraina,	1	0,8%

Volendo proseguire l'iniziativa intrapresa già nel 2008, anche con l'Indagine 2016 abbiamo chiesto alle imprese associate di indicare quali siano i paesi prioritari e più interessanti nei prossimi tre anni. L'obiettivo è quello di poter indirizzare l'attività del nostro Ufficio Internazionalizzazione su rotte il più possibile condivise. I paesi di maggior interesse per le aziende della Provincia di Rimini anche quest'anno si confermano essere gli Stati Uniti con il 33,9% mentre al secondo posto l'interesse va nella direzione del Regno Unito (18,6%), sinonimo del fatto che l'effetto Brexit non è ancora un fattore ritenuto critico dalle imprese, infatti anche l'ultimo Rapporto di Prometeia riferisce la possibilità di eventuali criticità non prima di 3-4 anni.

Dall'indagine 2013 si è deciso di introdurre due nuove domande al questionario: una riguardante l'interesse da parte delle associate nell'avere soci stranieri, la seconda inerente all'ipotesi di aggregazione con altre imprese della propria filiera finalizzate all'internazionalizzazione.

INTERESSE AD AVERE SOCI STRANIERI

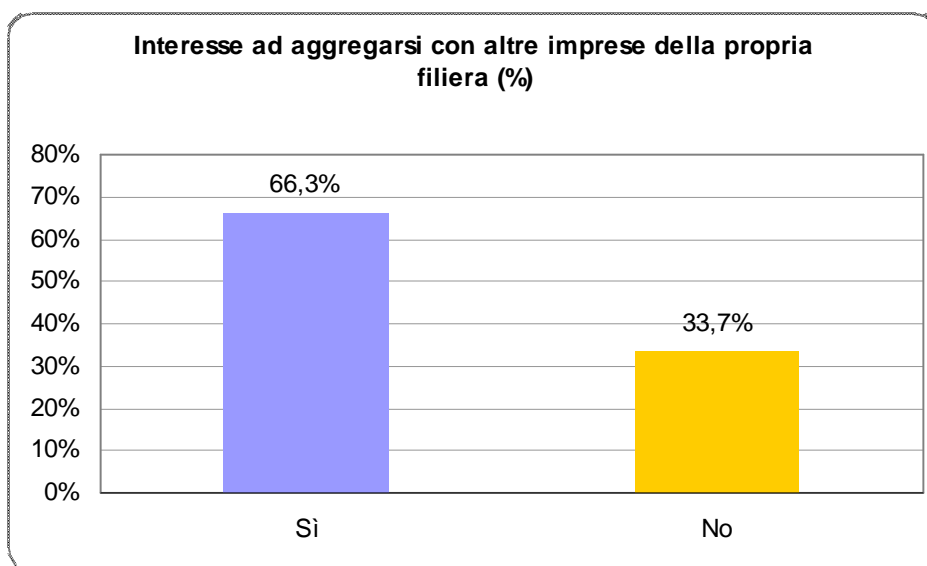
L'azienda è interessata ad avere soci stranieri nell'ottica di ottenere apporti di capitale o accesso ai canali commerciali?	
(Numero delle Imprese che hanno risposto (181))	2016
Sì	55
No	126



Partendo dall'analisi delle imprese che hanno risposto, si è riscontrato che il 30,4% ha mostrato interesse alla possibilità di coinvolgere soci stranieri. Questo è un segnale assolutamente positivo nell'ottica di poter trarre vantaggi, sia per quanto riguarda la possibilità di essere facilitati ad entrare nel mercato del potenziale nuovo socio e di sviluppare nuovi business, sia in termini di apporti di capitale. Infatti, considerando il periodo di crisi che l'Italia sta attraversando, investimenti da parte di soci stranieri, non potrebbero essere altro che positivi per i bilanci aziendali.

INTERESSE A IPOTESI DI AGGREGAZIONE CON IMPRESE DELLA PROPRIA FILIERA

L'azienda è disposta a valutare l'ipotesi di aggregazione con altre imprese della sua filiera finalizzate all'Internazionalizzazione?	
(Numero delle Imprese che hanno risposto (181))	2016
Si	120
No	61



Analizzando le risposte, si può osservare che oltre il 66% delle imprese campione si dimostra interessato a valutare ipotesi di aggregazione con imprese della stessa filiera finalizzate all'internazionalizzazione.

Pertanto l'indagine rileva che rispetto allo scorso anno, in cui il 48,8% si era mostrato favorevole, le imprese sono decisamente propense ad affrontare i mercati esteri in forma aggregata.