



ASSOLOMBARDA

Le imprese milanesi nel contesto internazionale

2012

a cura del Centro Studi Assolombarda

Mercati esteri: scenari e posizionamento delle imprese dell'area milanese - 19 marzo 2013

COSA → informazioni sulle caratteristiche dell'internalizzazione

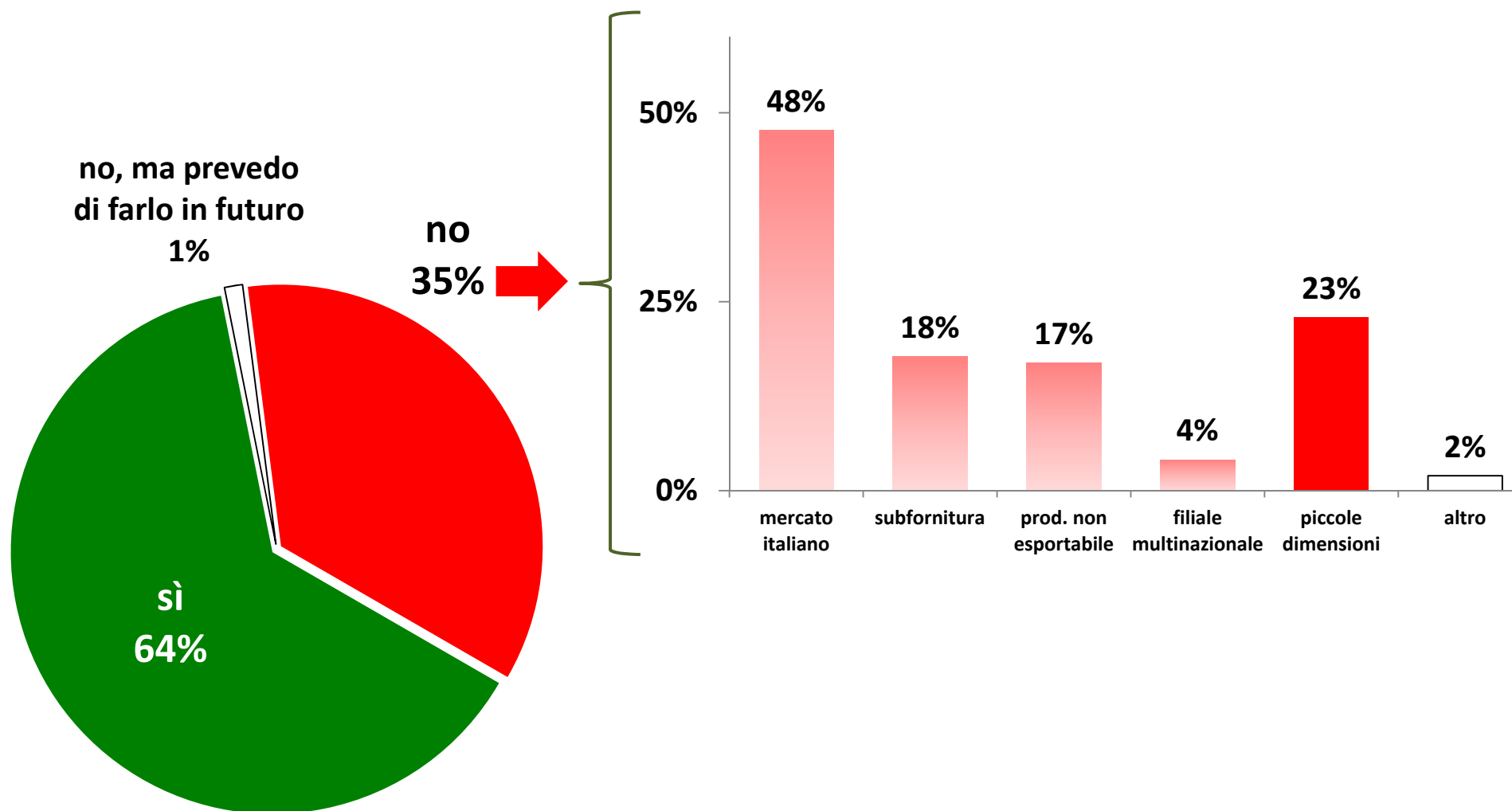
CHI → circa 3.600 imprese associate ad Assolombarda

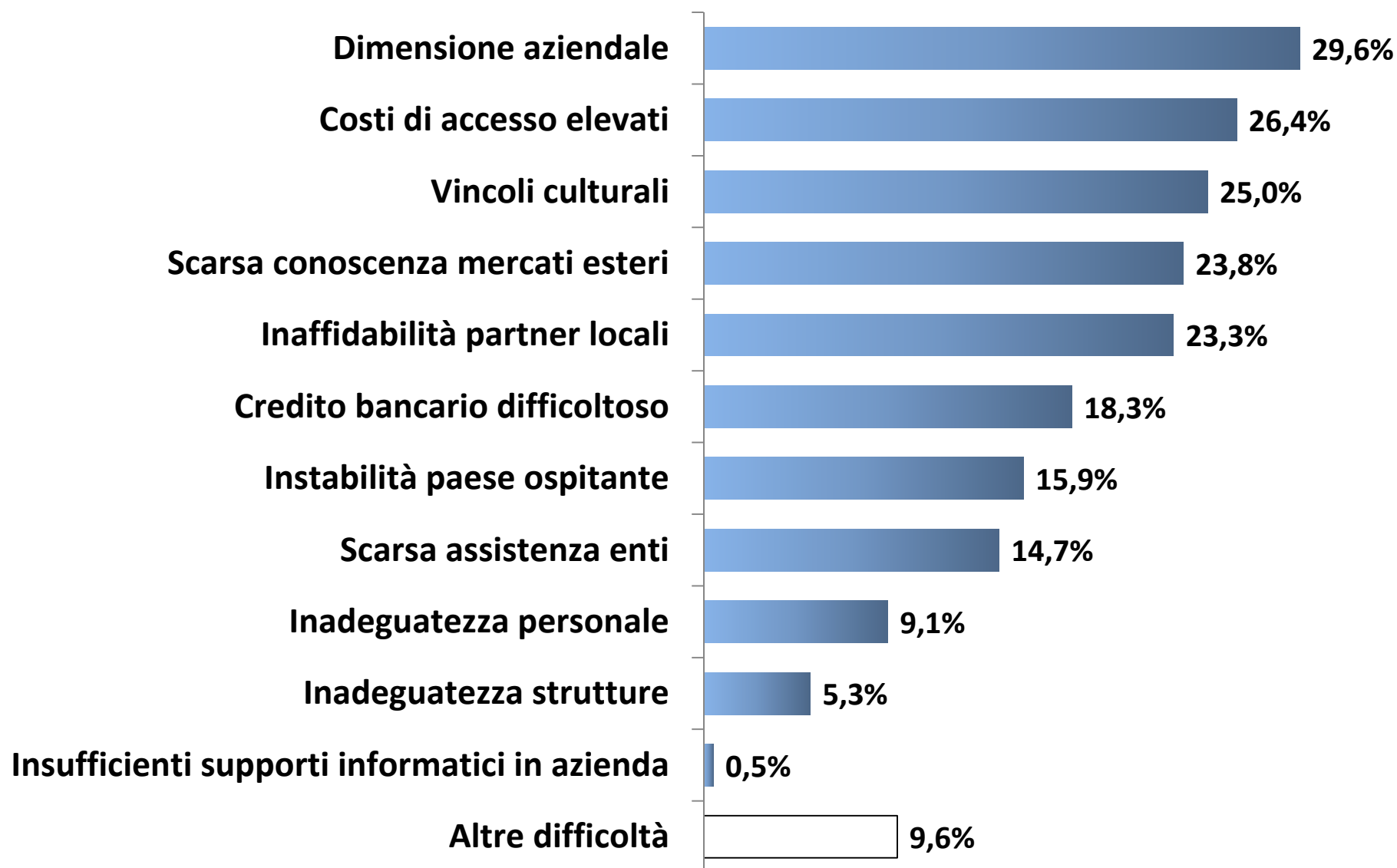
COME → questionario on-line e rilevazione telefonica con metodo Cati

QUANDO → ottobre-dicembre 2012, con riferimento al 2012

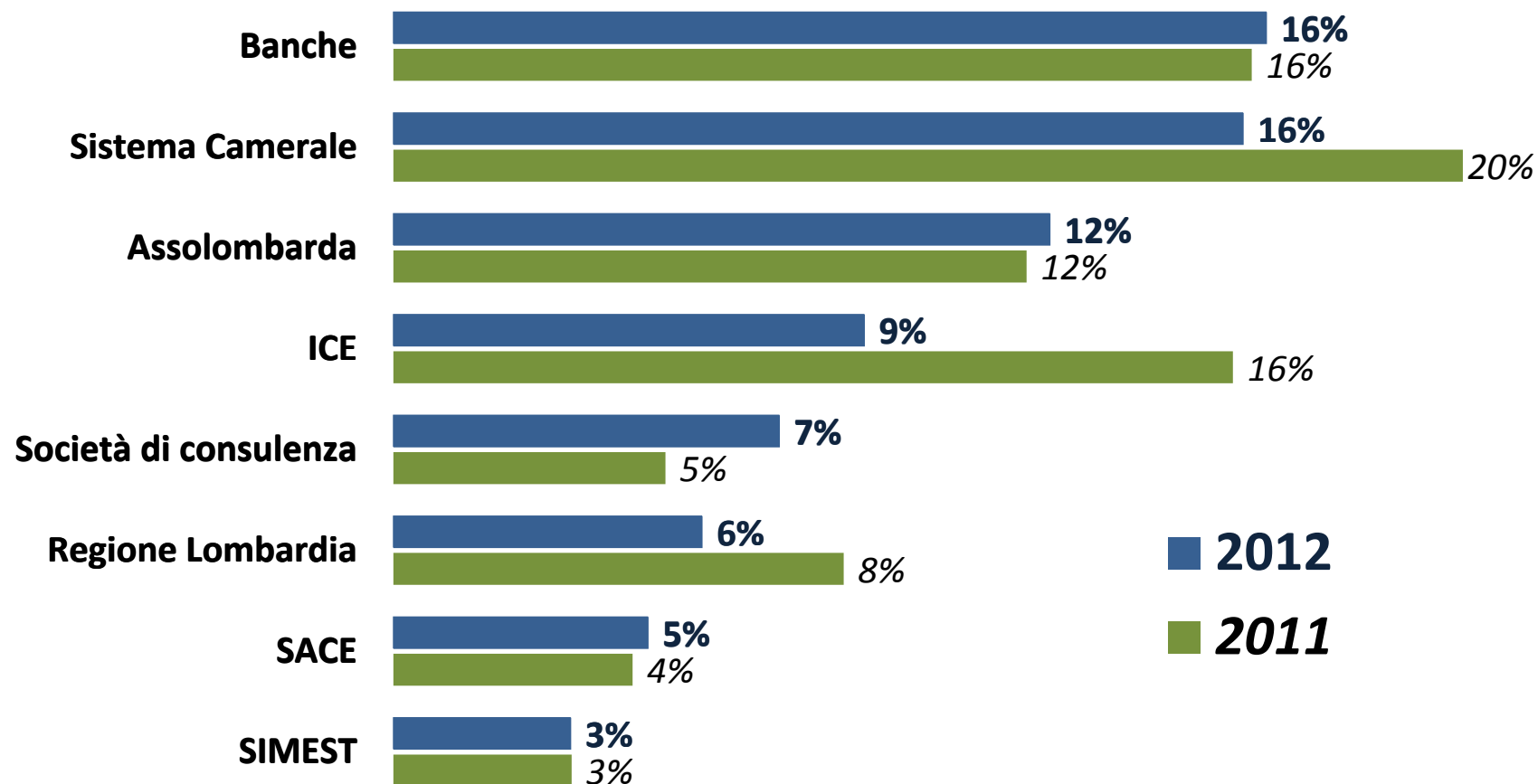
- Quali i **vincoli** all'internazionalizzazione?
- Quali le **difficoltà** ad operare all'estero?
- Quale **supporto** viene dal Sistema Italia?
- Quali sono le **modalità di presenza**, e come cambiano?
- Qual è la **mappa della presenza** delle imprese milanesi nel 2012?
- Quali saranno le **direzioni di sviluppo** nei prossimi anni?

L'impresa ha rapporti con l'estero?

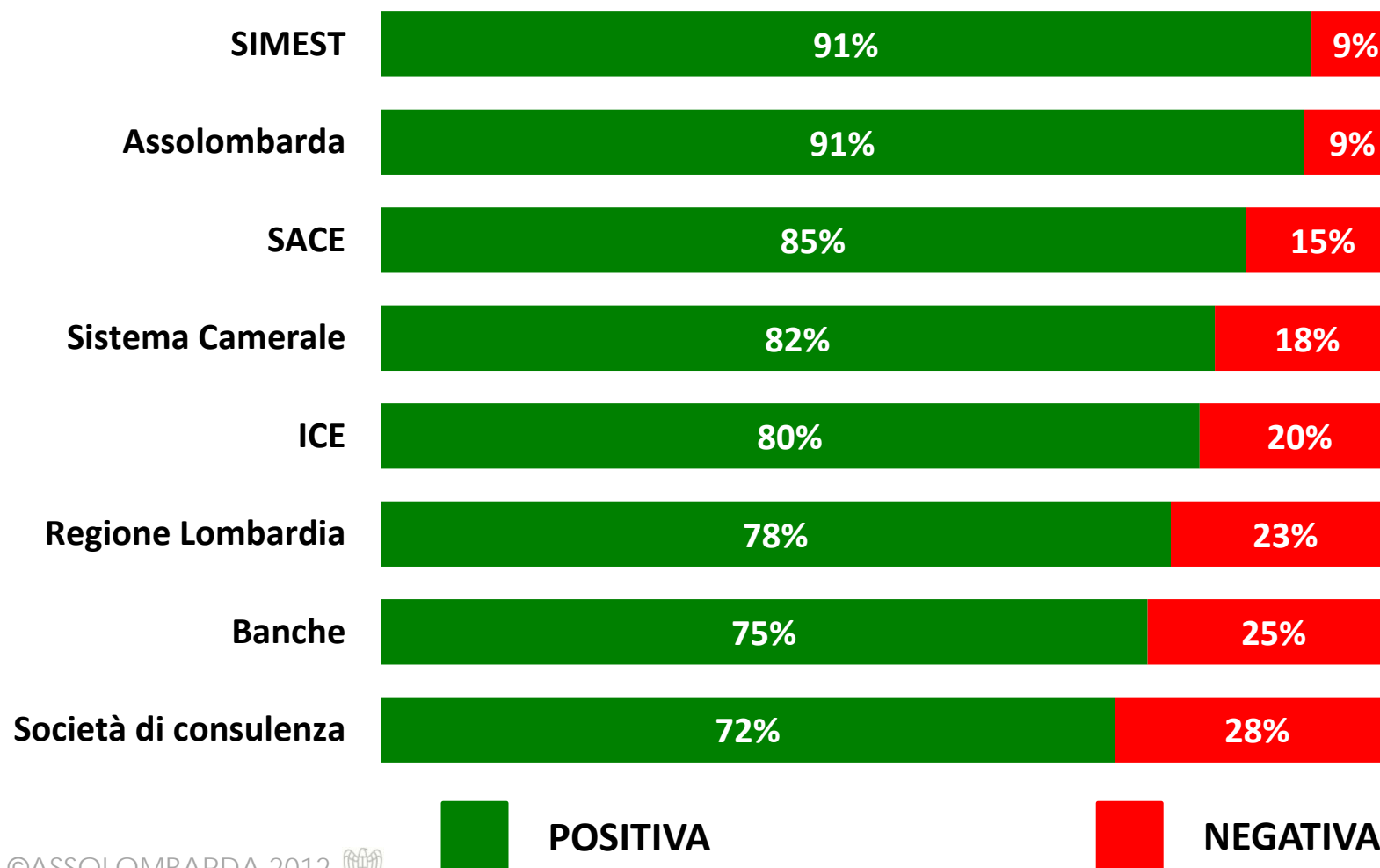


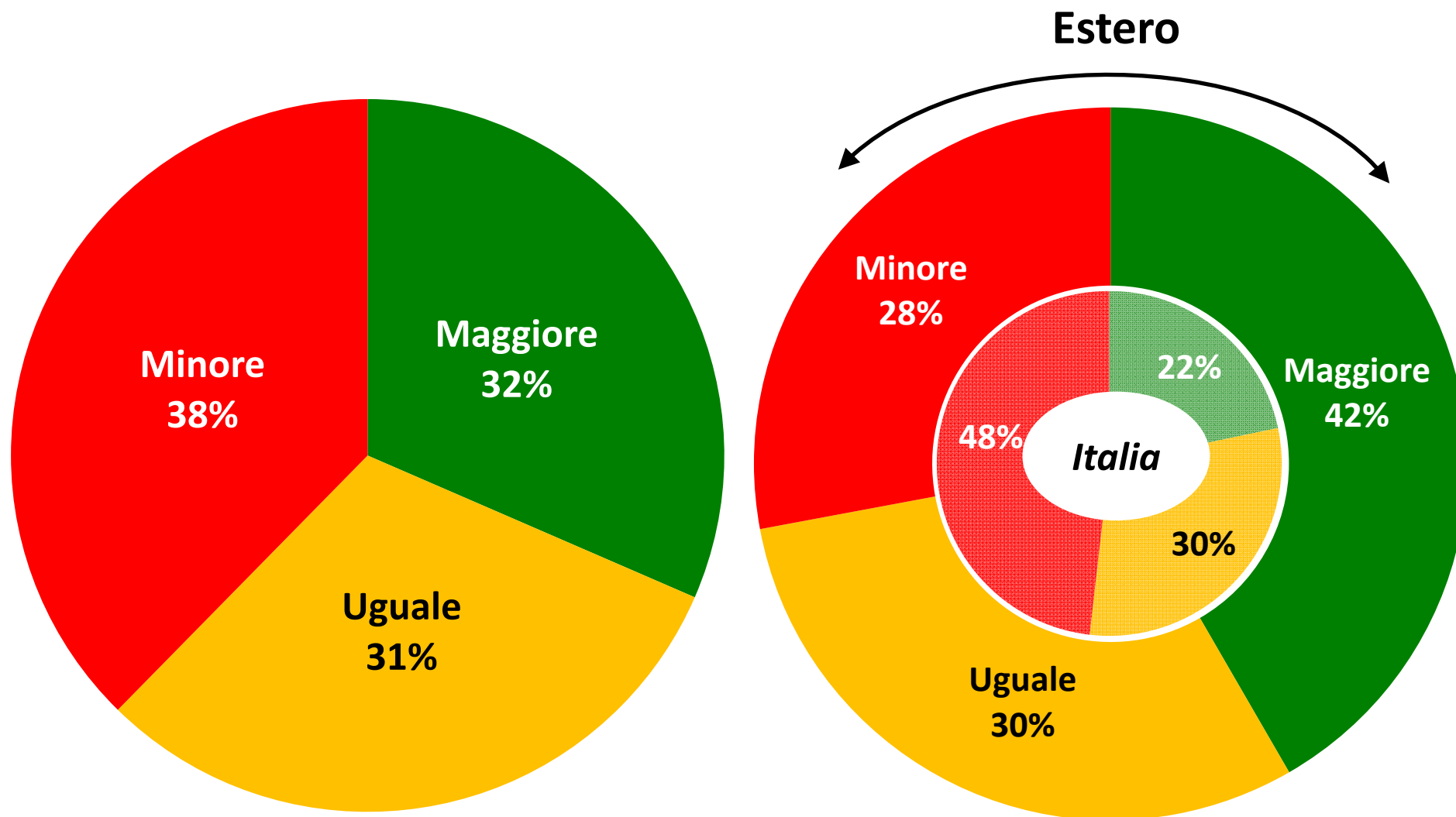


Gli enti utilizzati

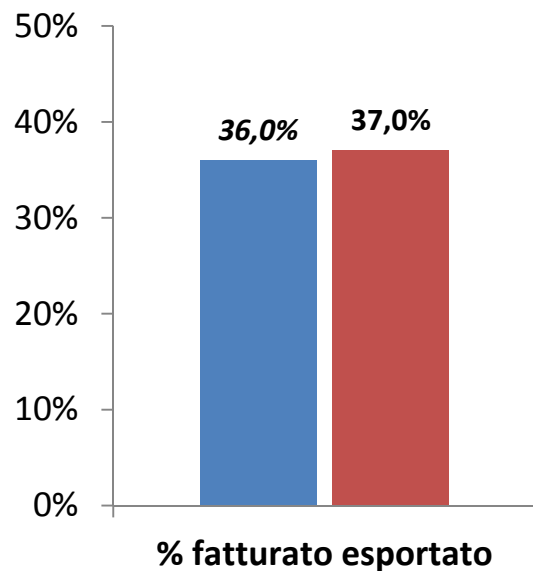


e la valutazione sulla loro attività





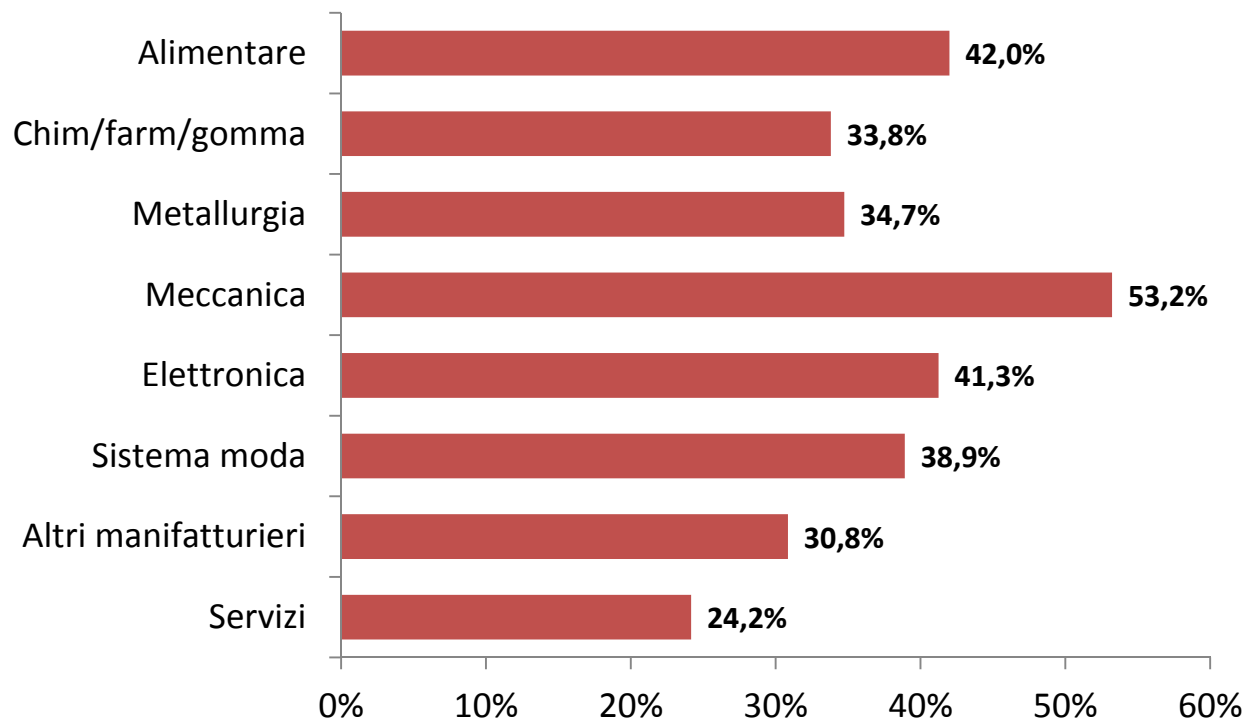
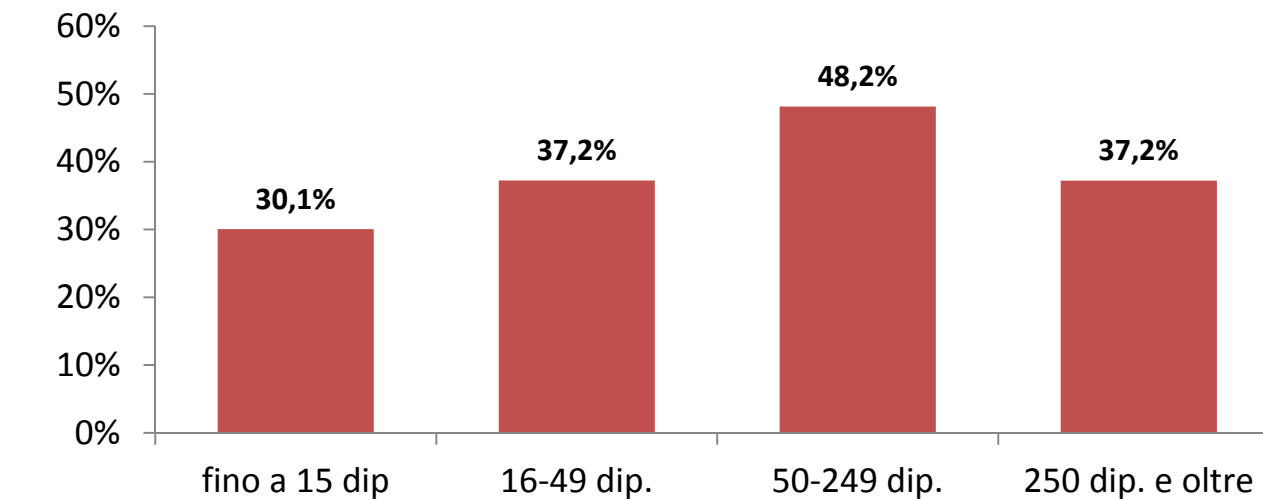
Dimensioni →

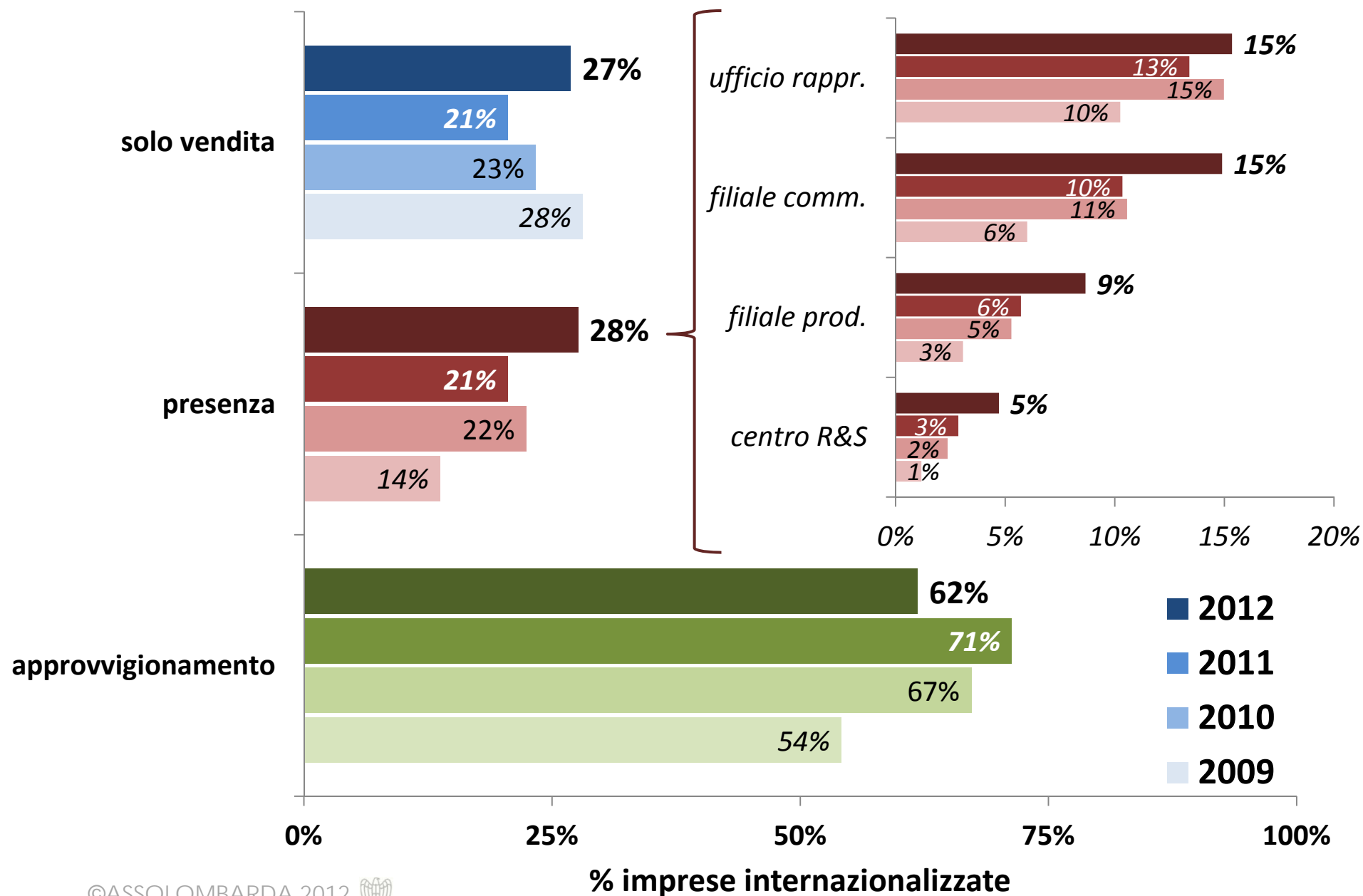


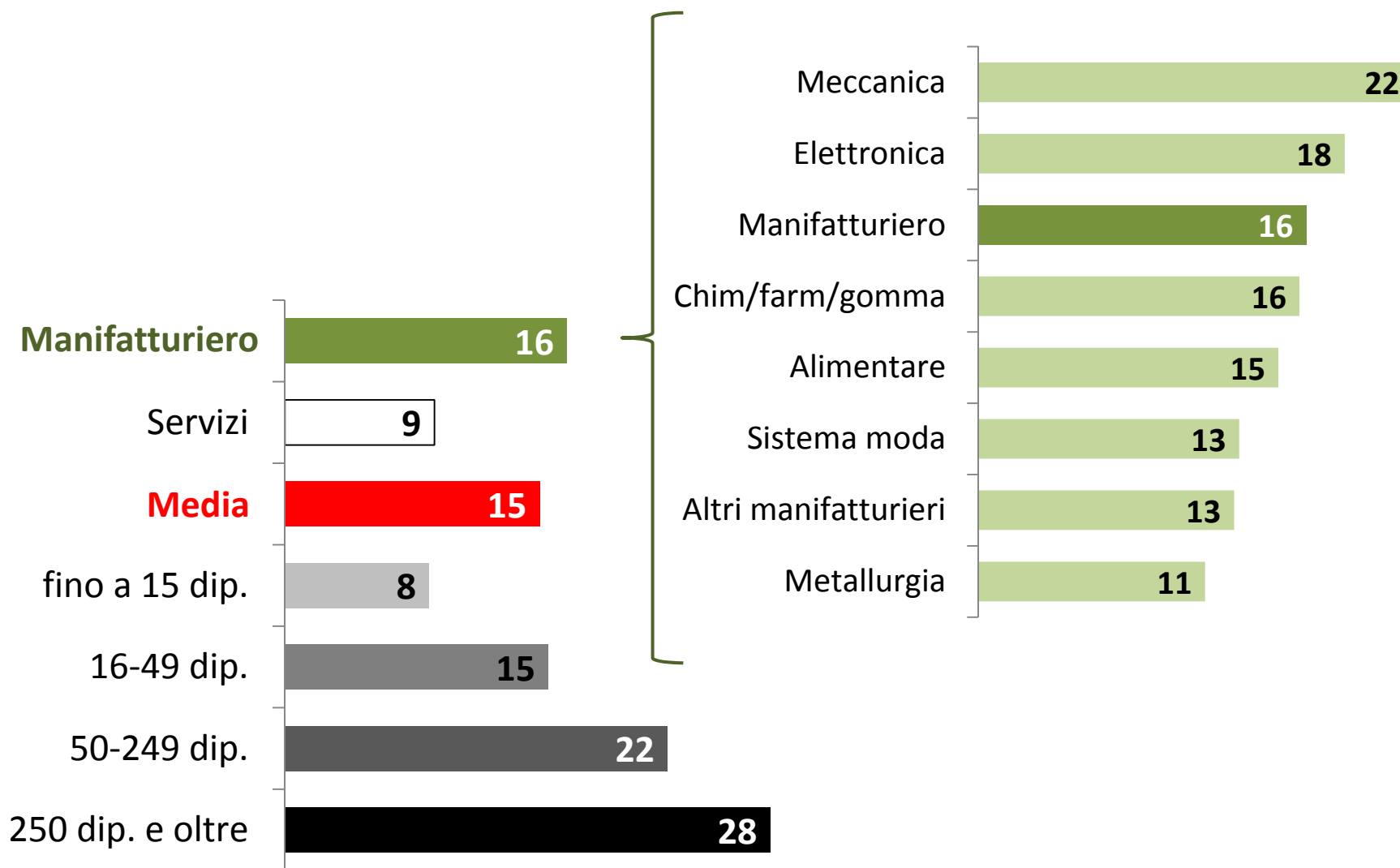
■ nel 2011

■ nel 2012

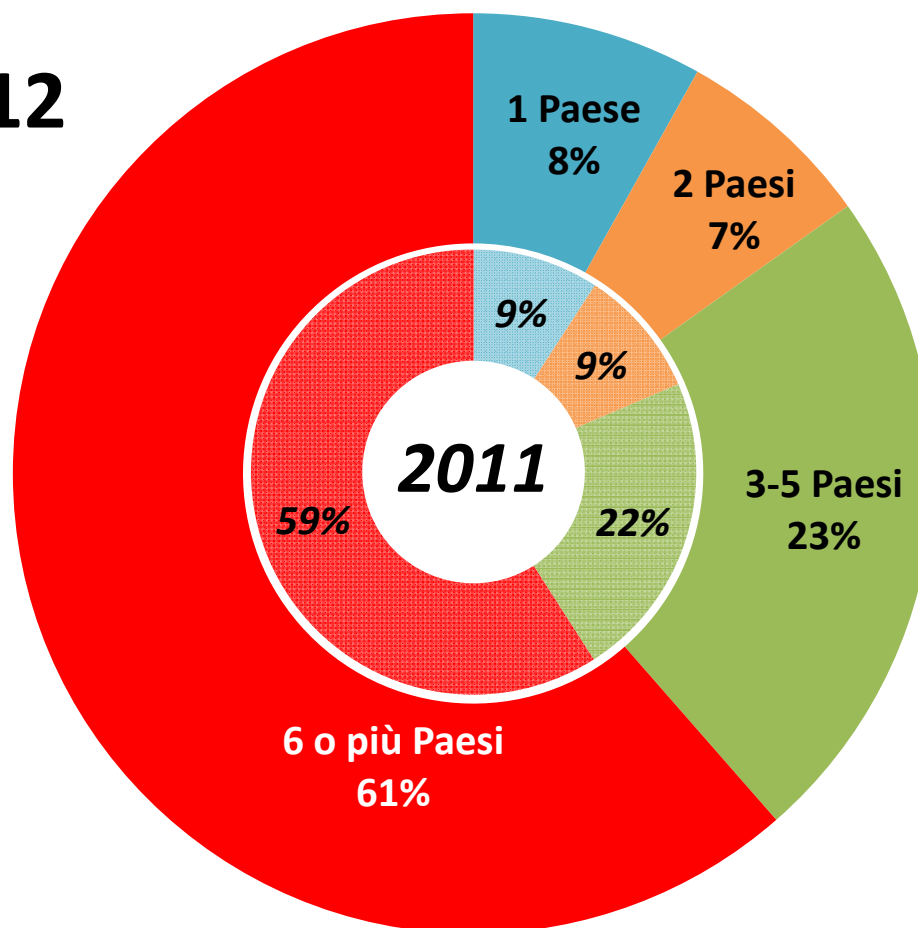
Settore →



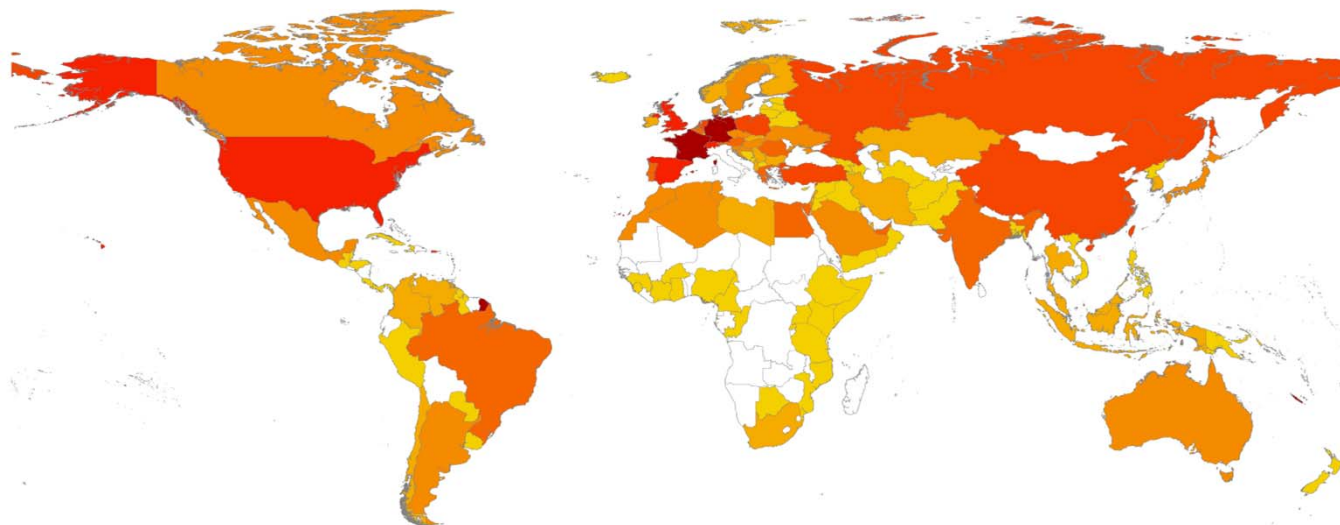




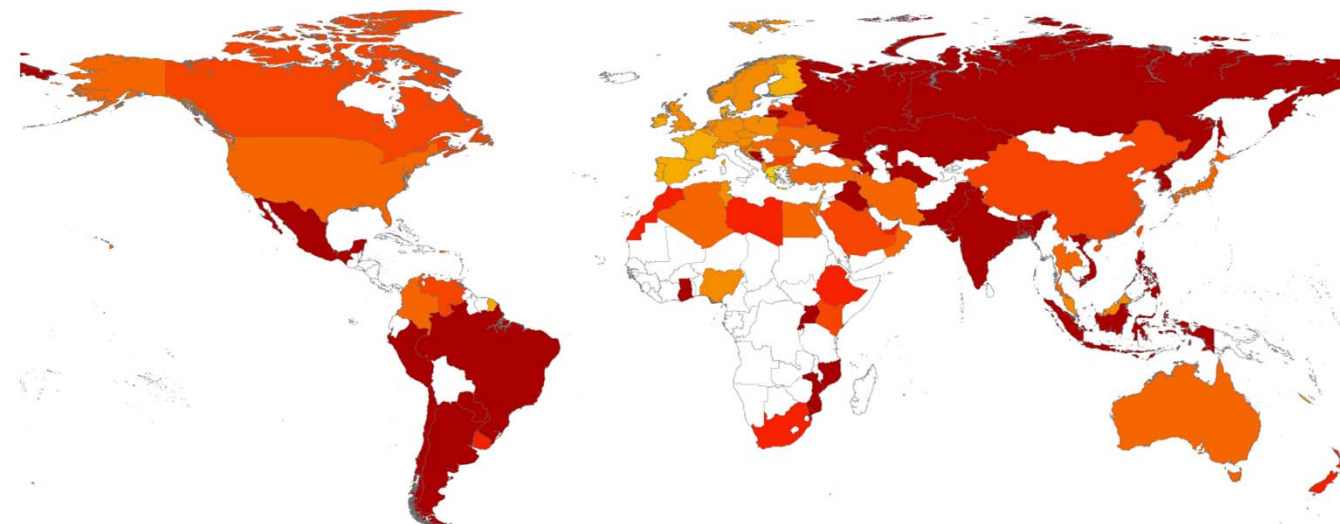
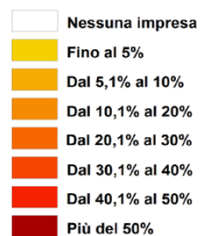
2012



2012

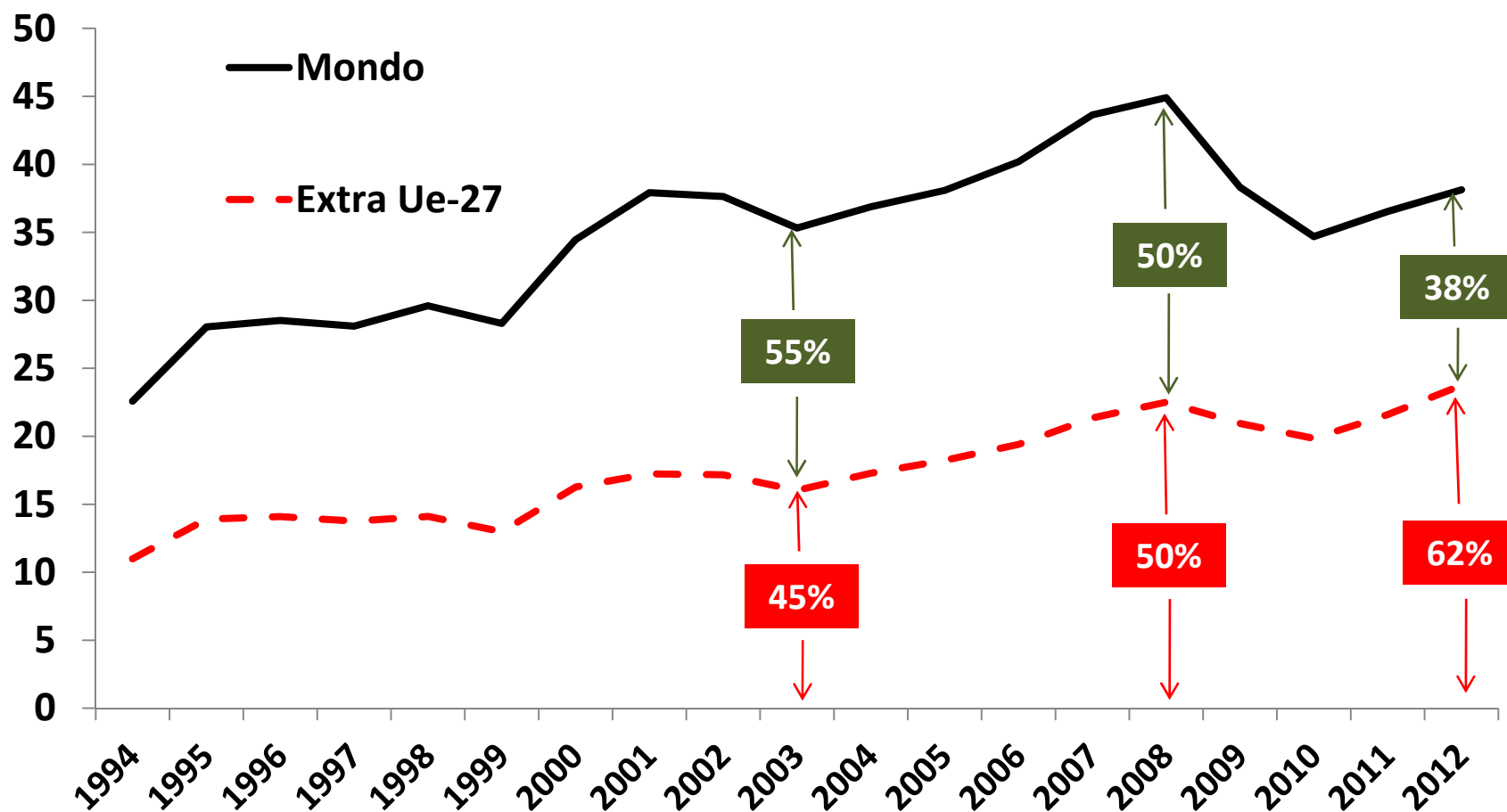


Sviluppo 2013-15



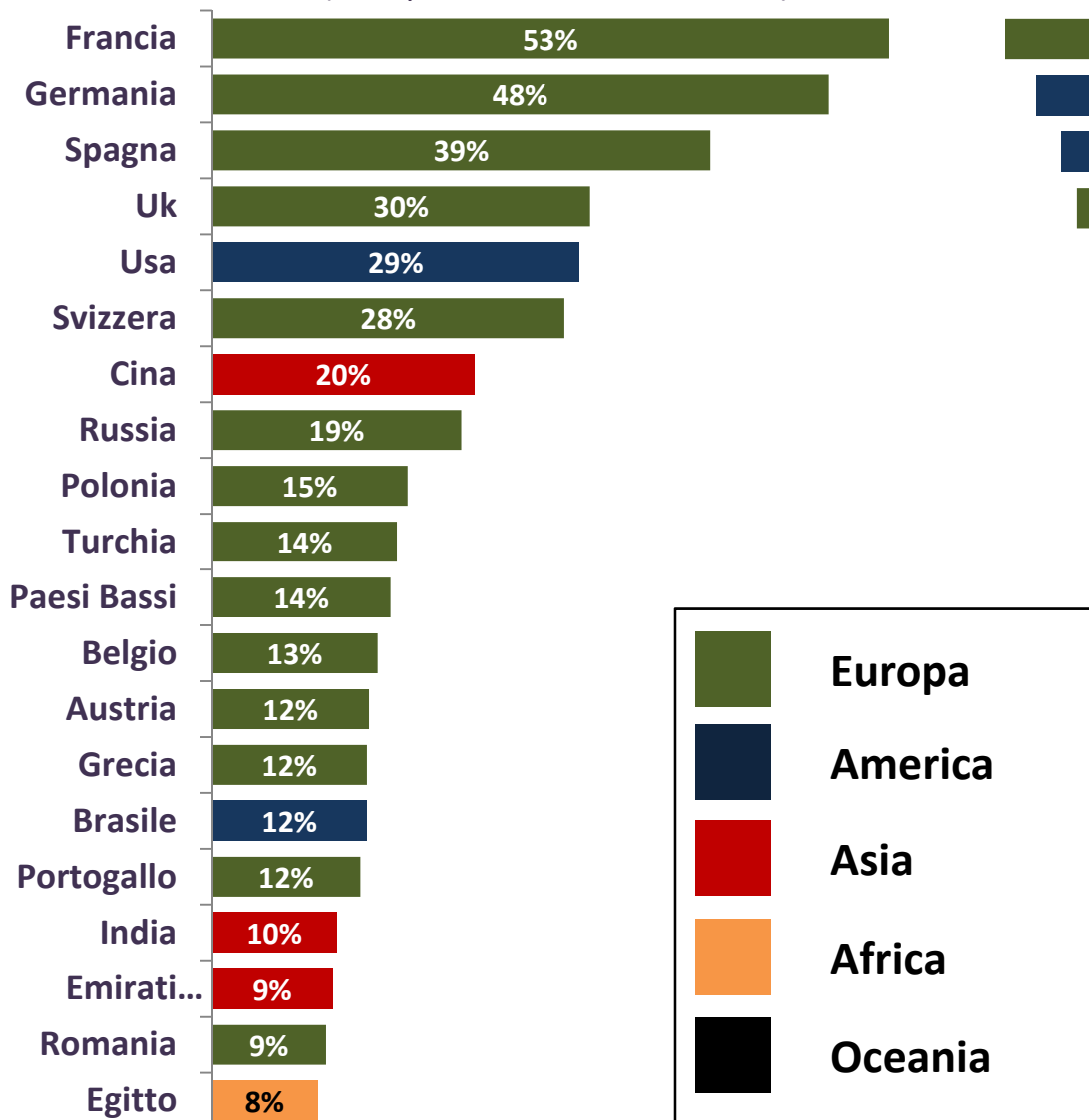
Export Milano (1994-2012)

(valori in miliardi di euro, dati a settembre su base annua)



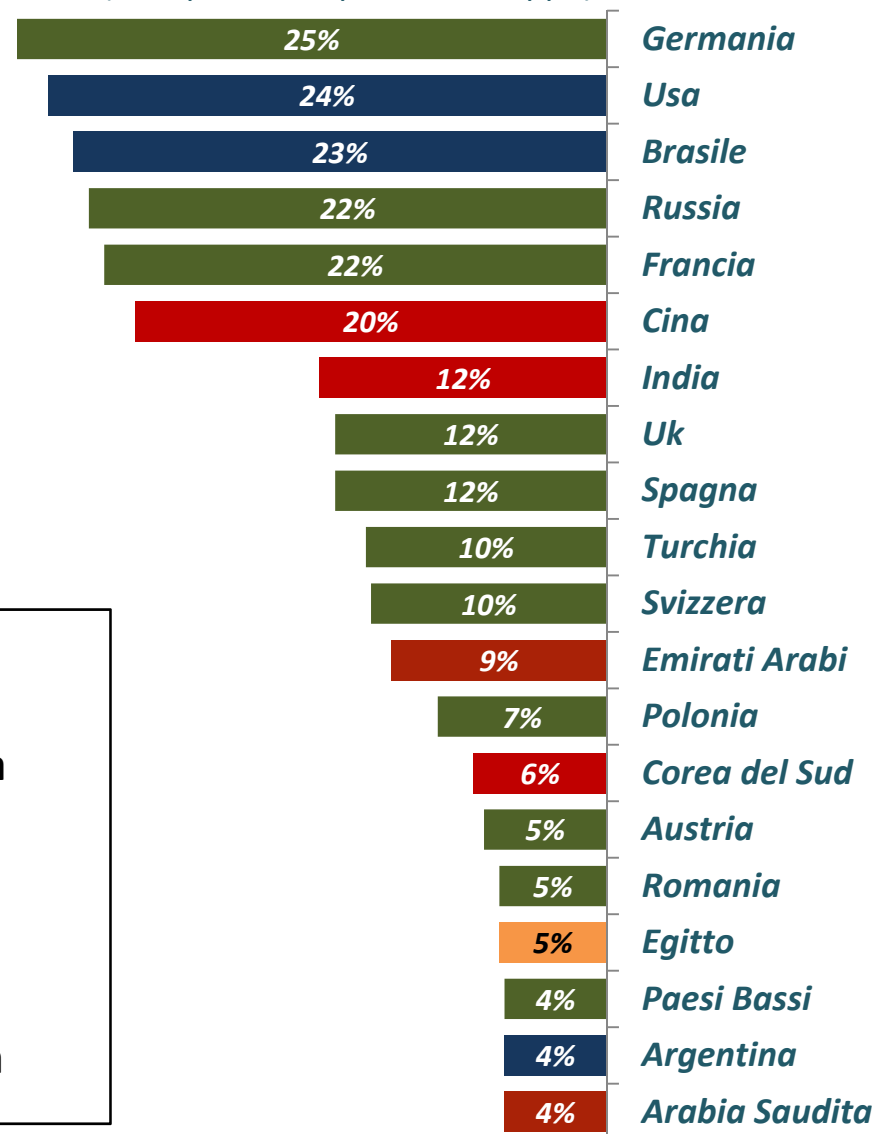
Presenza 2012

(% imprese internazionalizzate)



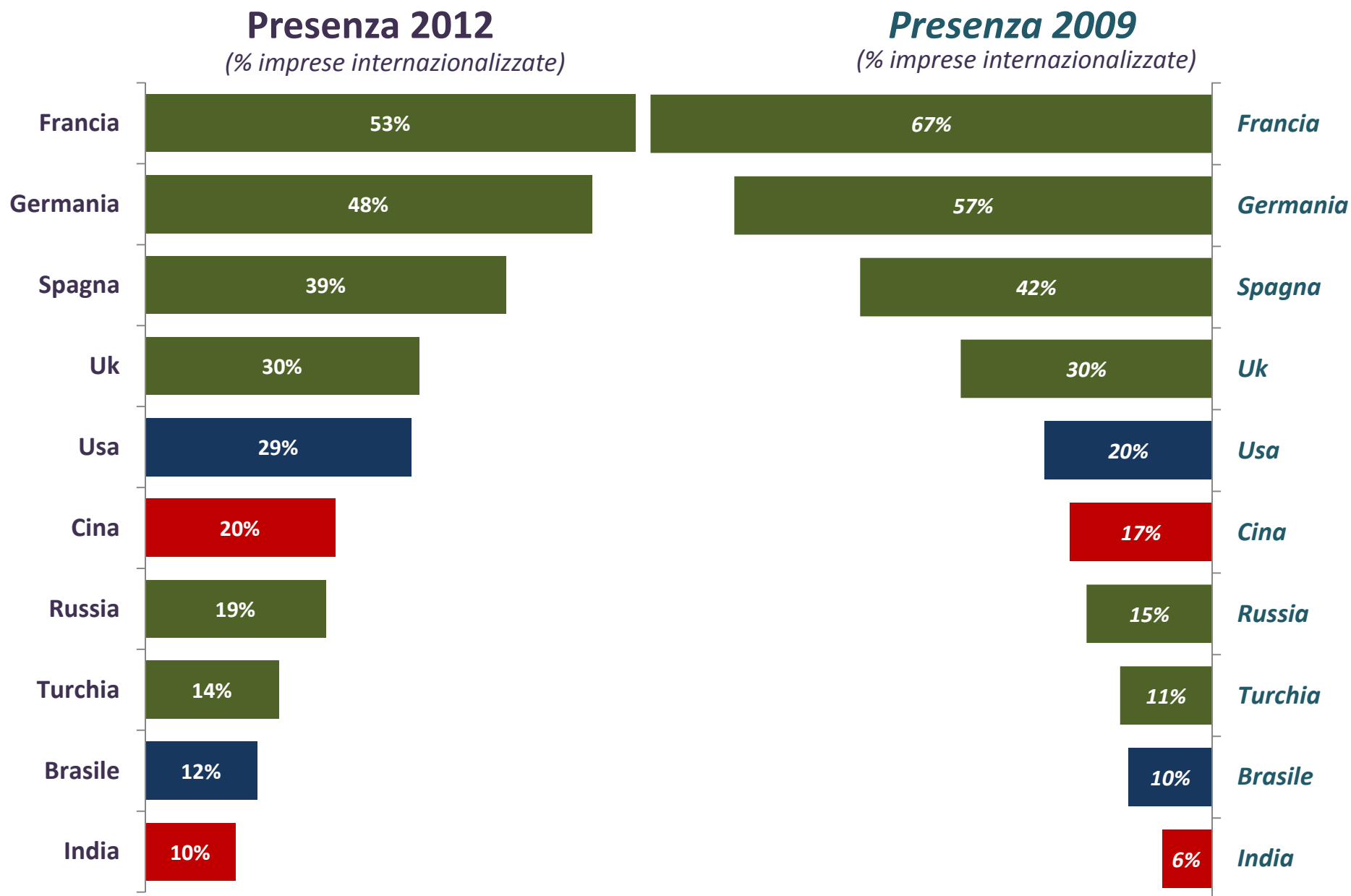
Sviluppo 2013-15

(% imprese con piani di sviluppo)



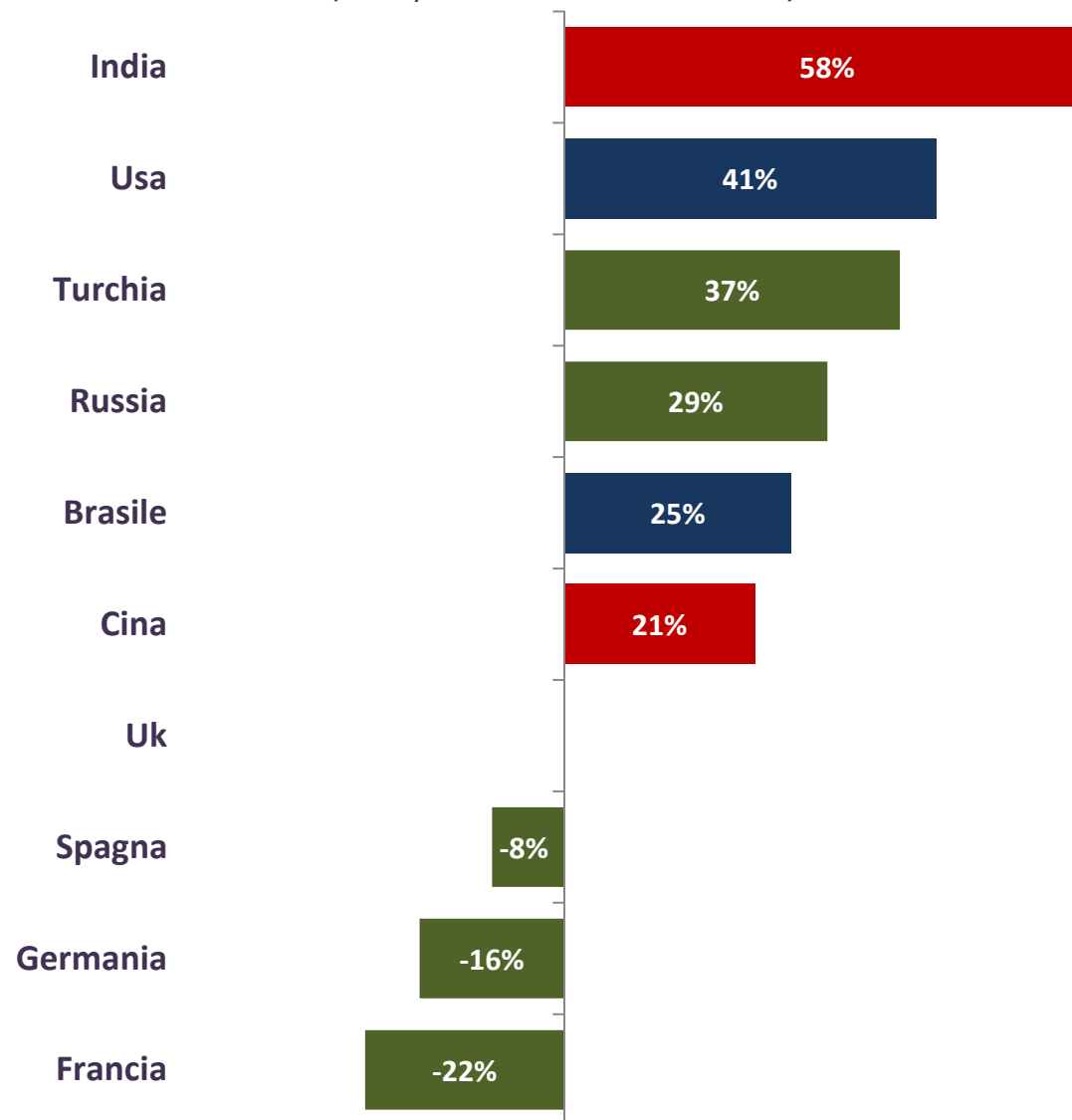
Un riposizionamento iniziato da tempo (1)

16



Variazione % presenza 2009-2012

(% imprese internazionalizzate)



2012



Sviluppo 2013-15



2012



Sviluppo 2013-15



2012



Sviluppo 2013-15



2012



Sviluppo 2013-15



- Le **ridotte dimensioni** spesso ostacolano l'avvio del processo di internazionalizzazione, e si dimostrano una delle principali difficoltà per chi opera all'estero.
- L'attività sui mercati internazionali si svolge in forme di crescente complessità, in cui alla vendita spesso viene associata la **presenza diretta**.
- Le direttrici di internazionalizzazione si sviluppano in **Paesi sempre più lontani** - geograficamente e culturalmente - da quelli europei.
- La conoscenza delle **opportunità offerte dai nuovi mercati** diventa quindi un importante fattore di competitività per le nostre imprese.