

22 giugno 2023

Innovation Days

Emilia Romagna,
terra vocata ai mercati
internazionali
e con un forte spirito
collaborativo



SCENARIO E SOLUZIONI DELLE IMPRESE



«FARE RETE»

Export, innovazione e collaborazione i fattori propulsori delle imprese emiliano romagnole.

- L'Emilia Romagna è uno delle regioni che contribuisce di più all'economia nazionale: produce il **10% dei ricavi annui delle imprese italiane**.
- Un'importante spinta allo sviluppo deriva dalla sua **vocazione internazionale**: quasi la metà delle Pmi locali sono esportatrici, con il **44% del fatturato 2022 prodotto sui mercati esteri**. Un posizionamento che gli imprenditori prevedono pressoché costante nel prossimo biennio.
- Il **98% del fatturato delle Pmi emiliano-romagnole è prodotto in filiere B2B**, prevalentemente (67%) per la fornitura di prodotti finiti e servizi.
- L'attuale contesto economico rende più **rilevante** del solito il tema **«costi»**, anche nel rapporto con una clientela sempre più attenta al prezzo: il **61% delle imprese della regione** (versus il 56% della media nazionale) **ha già applicato o applicherà tra il 2023 e il 2024 un aumento di prezzo pari in media al +8,4%**.
- In Emilia Romagna quasi 9 imprenditori su 10 hanno adottato o stanno per adottare almeno un intervento, prima di tutto in tema di innovazione del prodotto o del servizio e digitalizzazione, azioni da cui si attendono anche il maggior ritorno reddituale.
- Il **65% delle imprese emiliano romagnole collabora con altre imprese**, a livello sia nazionale sia internazionale, prioritizzando gli **obiettivi legati a forniture di filiera e sviluppo commerciale**. Tre i settori produttivi (Manufatturiero, Meccanica, Logistica&Trasporti) in cui sono più diffusi i rapporti di collaborazione, con un dato di penetrazione superiore alla media regionale.
- Tra le modalità per gestire le collaborazioni, i consorzi di imprese, le associazioni temporanee d'impresa e i contratti di distretto/filiera sono le 3 forme più diffuse.
- Il **23% delle Pmi collabora**, inoltre, **con università e/o enti di ricerca**: si punta principalmente sull'innovazione di prodotto e di processo e sulla riprogettazione in chiave sostenibile.



LA **MOTOR VALLEY**,
UN'ECCELLENZA
MONDIALE NATA
DA COMPETENZE
SPECIALISTICHE, SU
CUI SI CONTINUA A
INVESTIRE



IL **COMPARTO
DELLA CERAMICA**,
DALLA TRADIZIONE
PRODUTTIVA
AL TURISMO
INDUSTRIALE



TRANSIZIONE
SOSTENIBILE

Motori e ceramica sono tra le punte di diamante dell'economia dell'Emilia Romagna.

- La **Motor Valley** è un distretto unico al mondo per la **concentrazione di imprese che operano nel settore degli autoveicoli e dei motoveicoli**. Il settore conta infatti **16.500 aziende** con oltre **90.000 addetti**.
- La fortuna del distretto nasce dalla dedizione e dall'ingegno di agricoltori che, dalla riparazione di macchine agricole, hanno fondato aziende produttrici e brand conosciuti a livello internazionale. In tempi più recenti, la capacità di stabilizzarsi nel mercato si deve soprattutto alla **costante ricerca e sperimentazione tecnologica** che a sua volta ha sostenuto la nascita e lo sviluppo di **importanti centri di formazione e ricerca dedicati**, nati dalla stretta sinergia tra enti formatori e aziende del territorio.
- Tra gli altri, di preminente rilevanza la **Muner** (*Motorvehicle University of Emilia Romagna*) e l'**Its Maker**, un istituto tecnico superiore che offre percorsi post diploma ad hoc, della durata di due anni, finalizzati allo studio della meccanica, mecatronica, motoristica e packaging.
- Da sempre sinonimo di **qualità**, la **ceramica emiliano romagnola** copre **l'80% della produzione nazionale**, quota generata da un settore che annovera **350 imprese del territorio**, con un **fatturato di sei miliardi di euro**. Nel 2022 il distretto ha confermato la propria competitività con un aumento delle **esportazioni**, rispetto al 2019, del **+32,6%**, frutto non solo dell'elevata qualità del prodotto e del relativo design, ma anche dell'attenzione alla **sostenibilità** e alle **certificazioni green**.
- Essendo il distretto considerato un centro storico-culturale per il settore, capace di celebrare il lavoro artigianale di centinaia di maestri, tra Faenza e Sassuolo è nato "**CeramicLand**", progetto finalizzato alla definizione di una condivisa strategia di marketing turistico, l'individuazione di un calendario eventi di richiamo internazionale e il coinvolgimento di tutto il territorio.
- Il **59% delle Pmi della regione si impegnerà, entro il 2024, su investimenti in sostenibilità**, con l'obiettivo ultimo di contenere i costi nel lungo periodo e migliorare la *brand reputation*.
- **La sostenibilità inizia a condizionare i rapporti di filiera**: in Emilia Romagna è diffuso un maggiore rigore, rispetto alla media nazionale, nell'applicazione delle politiche di sostenibilità.

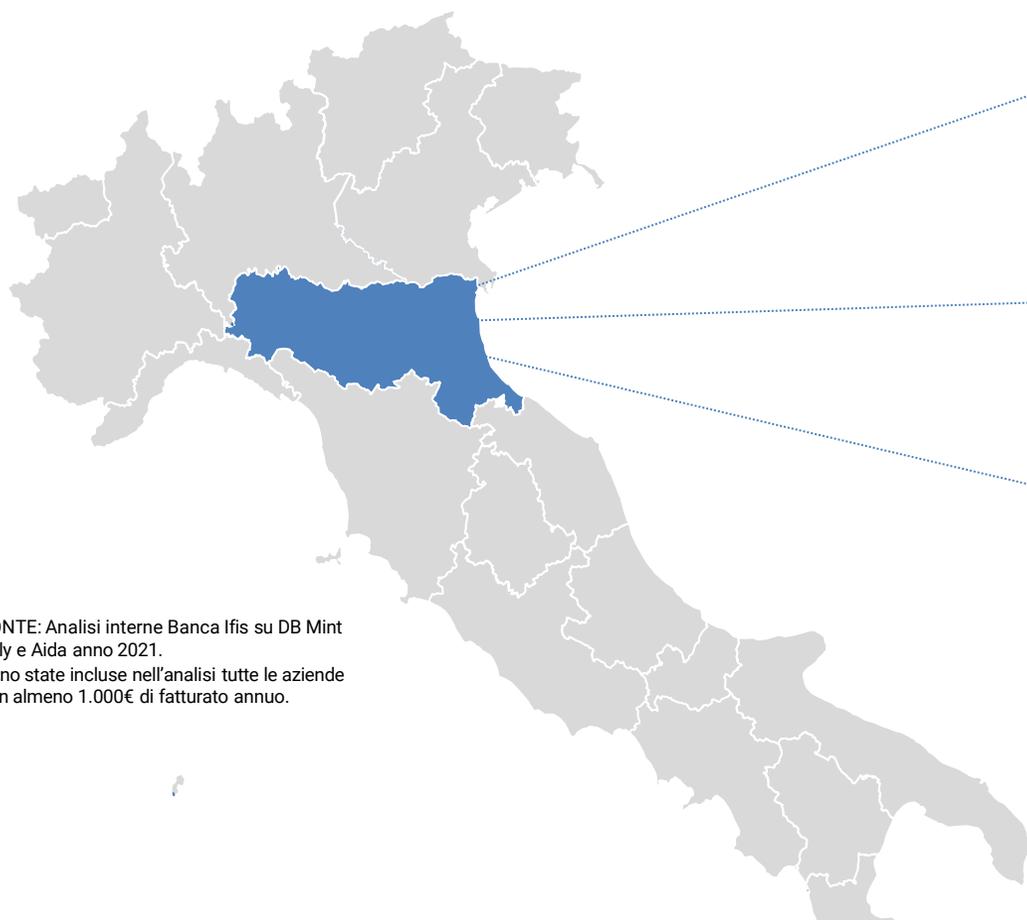
1

Scenario e soluzioni delle imprese



L'Emilia Romagna è un importante settore produttivo per l'agroalimentare, la meccanica e l'automotive.

3,7 MILIONI DI IMPRESE – 4.200 MLD € DI RICAVI



FONTE: Analisi interne Banca Ifis su DB Mint Italy e Aida anno 2021.
Sono state incluse nell'analisi tutte le aziende con almeno 1.000€ di fatturato annuo.

303.500
AZIENDE ATTIVE

8% del totale nazionale

397 MLD €
RICAVI

9% del totale nazionale

Settori più concentrati in Emilia Romagna in termini di ricavi:

19% Agroalimentare

15% Meccanica

12% Automotive

L'Emilia Romagna è fortemente orientata ai mercati internazionali: quasi il 50% delle Pmi della regione sono esportatrici, con un'incidenza sul fatturato del 44%



Il 98% del fatturato delle Pmi emiliano-romagnole è prodotto in filiere B2B, prevalentemente per la fornitura di prodotti finiti e servizi.

TIPOLOGIA DI BUSINESS DELLE IMPRESE

(% imprese, risposta multipla)

Mercato B2B: l'impresa vende ad **altre aziende prodotti finiti**, ossia prodotti destinati alla vendita e/o prodotti impiegati nel processo produttivo di altre imprese.



Mercato B2B: l'impresa vende ad **altre aziende semilavorati**, ossia prodotti necessitano di ulteriori lavorazioni per essere commercializzati come prodotti finiti.

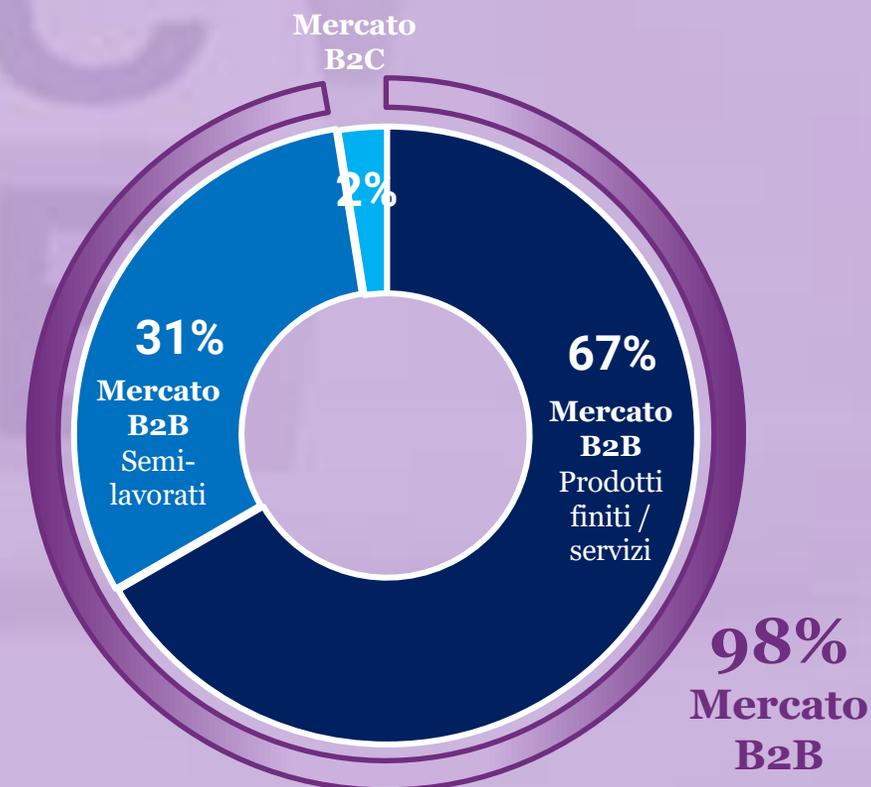


Mercato B2C: l'impresa vende prodotti e servizi a **consumatori finali**, ossia a clienti che li utilizzano per uso personale.



SEGMENTAZIONE DEL FATTURATO PER TIPOLOGIA DI BUSINESS

(% fatturato)



6 Pmi 10 reagiranno all'aumento dei costi incrementando il prezzo dei prodotti, mediamente del +8,4%. I settori in cui l'aumento dei prezzi sarà maggiore sono Chimica&Farmaceutica e Manifatturiero.

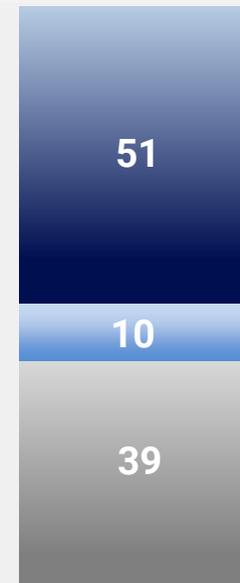
INCREMENTO DEI PREZZI SUI PRODOTTI/SERVIZI VENDUTI – EMILIA ROMAGNA

61%

le imprese che hanno applicato o applicheranno un incremento dei prezzi sui prodotti/servizi in vendita

(% imprese)

- Sì
- No, ma lo faremo nel biennio 2023/2024
- No e non prevediamo aumenti



+8,4%
l'aumento di prezzo dei prodotti

AUMENTO MEDIO PER SETTORE

TOP

Chimica & Farmaceutica (+12%)
Manifatturiero (+11%)

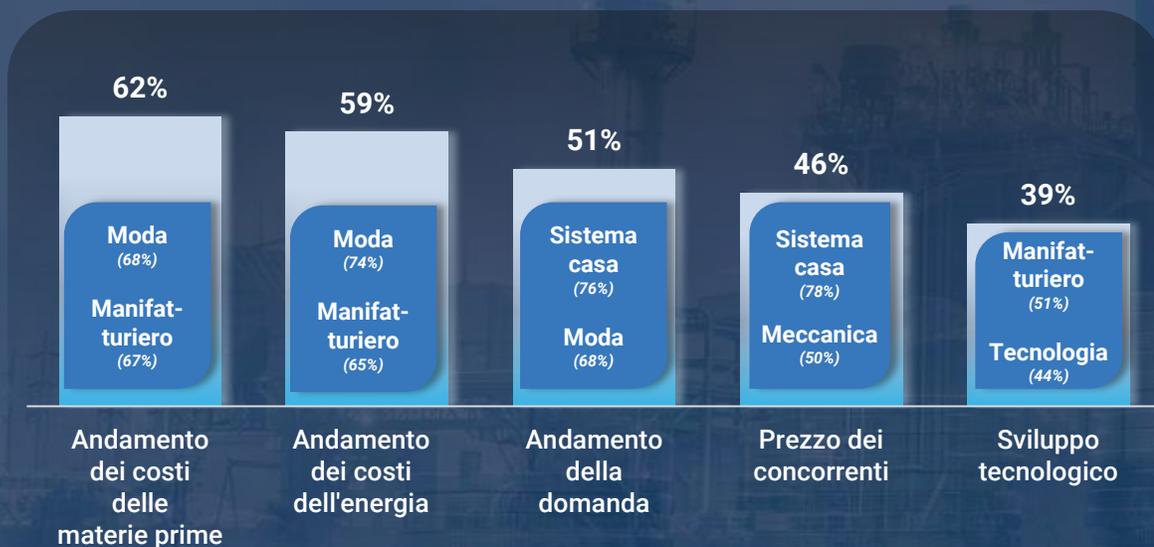
BOTTOM

Automotive (+4%)
Logistica & Trasporti (+6%)

Il tema «costi e prezzi» è il maggior punto di attenzione per gli imprenditori, sia per l'impatto su materie prime ed energia utilizzate per la produzione sia per l'attenzione che vi pongono i clienti.

FATTORI DI CONTESTO CHE INFLUENZANO LE POLITICHE E DECISIONI DI INVESTIMENTO PER IL BIENNIO 2023/2024

(% imprese che hanno espresso valutazioni superiori a 6 e primi due settori in termini di incidenza)



VARIAZIONI RILEVATE NELLE RICHIESTE DELLA DOMANDA PER IL BIENNIO 2023/2024

(% imprese e primi due settori in termini di incidenza)



In Emilia-Romagna quasi 9 imprenditori su 10 hanno adottato o stanno per adottare almeno un intervento, prima di tutto in tema di innovazione del prodotto/servizio e digitalizzazione, azioni da cui si attendono anche il maggior ritorno reddituale.

SOLUZIONI ADOTTATE O IN PROGRAMMA PER IL BIENNIO 2023-2024 – RANKING RELATIVO ALL'IMPATTO SUI MARGINI DI CIASCUNA SOLUZIONE

(% imprese)

Già adottate  Biennio 2023-2024 

L'86% delle aziende ha attuato o attuerà almeno un intervento



Gli interventi in innovazione di prodotto/servizio e digitalizzazione sono i **più diffusi** tra le Pmi locali e, al contempo, quelli da cui gli imprenditori si aspettano il **maggior impatto sui margini reddituali**.



2

La Motor Valley:
un'eccellenza mondiale
nata da competenze
specialistiche, su cui si
continua a investire.

La **Motor Valley**, marchio unico al mondo che nasce dalle competenze acquisite nella riparazione di macchine agricole.

La **Motor Valley** è un distretto unico al mondo per la **concentrazione di imprese che operano nel settore degli autoveicoli e dei motoveicoli**. Il settore conta infatti **16.500 aziende** con **oltre 90.000 addetti**.

UN'ECCellenza che nasce dalla tradizione agricola

La «Terra dei Motori», che coinvolge tutta la regione ma che si polarizza in particolare nelle province di Modena e Bologna, nasce nel 2005 ma la tradizione imprenditoriale ha origine storica nel secondo dopoguerra muovendo dalla **dedizione** e dall'**ingegno di agricoltori** che, partendo dalla **riparazione di macchine agricole**, hanno fondato aziende produttrici e brand conosciuti a livello internazionale.

In tempi più recenti, la capacità di posizionarsi stabilmente ai vertici del mercato si deve soprattutto alla **costante ricerca e sperimentazione tecnologica**.



Il Muner è il luogo dove si realizza il raccordo sinergico tra gli atenei e le case motoristiche.

La **dedizione all'innovazione** ha sostenuto la nascita e lo sviluppo di **importanti centri di formazione e ricerca dedicati**.

LA MOTORVEHICLE UNIVERSITY OF EMILIA ROMAGNA

Tra questi si annovera la **Muner** (*Motorvehicle University of Emilia Romagna*), fortemente voluta dalla Regione Emilia Romagna e nata dal raccordo sinergico tra alcuni prestigiosi atenei (Università di Bologna, Università di Modena, Università di Modena e Reggio Emilia e Università di Parma) e le case automobilistiche locali, sinergia volta a spingere l'eccellenza del *Made in Italy*.

Con i tre corsi di laurea magistrale proposti, la Muner attrae nella regione **studenti universitari a livello nazionale e internazionale**, altamente selezionati: negli ultimi anni per ogni posto disponibile si sono registrate in media circa 10 candidature, tale per cui è il livello di selezione si è mantenuto piuttosto elevato. La missione che guida il progetto formativo è infatti quella di fornire una formazione di alto livello e facilitare l'inserimento nel mondo del lavoro degli ingegneri di domani. Anche per questo motivo, i corsi sono improntati su una logica di «*learning-by-doing*» che permette agli studenti di interagire direttamente con le aziende del distretto che a loro volta partecipano attivamente al percorso formativo attraverso corsi tenuti dai professionisti aziendali.



Il tessuto formativo locale basato sugli ITS alimenta il sistema produttivo della Motor Valley.

Nel 2008 sono stati inoltre attivati presso gli **Istituti Tecnici Superiori** dei **percorsi post diploma, studiati ad hoc** e della durata di due anni, nati dalla collaborazione di più soci, che includono aziende private a scuole superiori, università e centri di ricerca, enti di formazione ed enti locali.

La proposta educativa degli ITS si differenzia da quella universitaria in quanto caratterizzata da una **didattica fortemente laboratoriale e pratica**, con **un'alta percentuale di ore svolte in azienda**, con l'obiettivo ultimo di garantire uno sviluppo di competenze funzionali alla crescita dell'azienda stessa e assicurare più in generale la disponibilità di profili altamente specializzati e in grado di **rispondere al fabbisogno delle imprese**.

ITS MAKER

Tra gli altri, di preminente rilevanza è l'**Its Maker**, il più grande ITS a livello nazionale, forte di un'offerta di **13 corsi finalizzati** alla **meccanica, mecatronica, motoristica e packaging**. Ad oggi l'istituto conta **630 allievi, 49 aziende socie** e **130 aziende che si rendono disponibili per stage e docenze**. Lo stretto legame sviluppato con il tessuto produttivo della Motor Valley ha da sempre garantito ottime opportunità sia agli studenti che alle imprese: al netto di coloro che decidono di proseguire il percorso di studio con la formazione universitaria, il **92% degli studenti risulta infatti occupato entro un anno**.

ITS MAKER

13

CORSI
FINALIZZATI

49

AZIENDE DELLA
MOTOR VALLEY
SOCIE

130

AZIENDE
DISPONIBILI
PER STAGE

92%

LA QUOTA DI
STUDENTI CHE
TROVA
OCCUPAZIONE
ENTRO UN ANNO



3

Il comparto della
ceramica, dalla
tradizione produttiva
al turismo industriale.

La lavorazione della **ceramica**, vocazione plurisecolare dell'Emilia Romagna.

Da sempre la **ceramica prodotta in Emilia Romagna** è sinonimo di **qualità**: in parte lo si deve alle caratteristiche del sottosuolo di alcune zone della regione (l'abbondanza di argille nel terreno ha facilitato lo sviluppo di questa antica arte), in parte a caratteristiche storiche, come la presenza di ricche famiglie nobiliari che hanno finanziato l'attività ceramica e decorativa.

Si stima che oggi dalle imprese della regione derivi circa l'**80% della produzione nazionale di ceramica** (per lo più concentrato nel cosiddetto «**distretto della ceramica**», in provincia di Modena). Sono circa **350 le imprese** del territorio che operano nel settore, con un **fatturato di sei miliardi di euro** ed un'occupazione di quasi **20.000 unità**, più di **30.000 se si considera l'indotto**.

Nonostante le gravi difficoltà che il settore ha dovuto affrontare negli ultimi anni, aggravate dal rincaro dei costi energetici e dalla difficoltà nel reperire parte delle materie prime che in passato venivano importate anche dall'Ucraina, nel **2022** il distretto ha riaffermato la propria competitività con un aumento delle **esportazioni, rispetto al 2019, del +32,6%**, riconoscimento non solo della qualità e design del prodotto ma anche dell'attenzione alla **sostenibilità e alle certificazioni green**.

IL COMPARTO DELLA CERAMICA

350

AZIENDE

QUASI

20.000

OCCUPATI DIRETTI

OLTRE

10.000

OCCUPATI NELL'INDOTTO

+32,6%

INCREMENTO DELL'EXPORT NEL 2022 RISPETTO AL 2019



CeramicLand individua un territorio nato per sviluppare una filiera specifica di turismo industriale e aumentare l'offerta della Via Emilia.

Forte di una consolidata tradizione plurisecolare, il comparto della ceramica si presenta come **centro storico-culturale del settore**, capace di celebrare il lavoro artigianale di centinaia di maestri. Sono queste le finalità alla base della creazione del **Comprensorio Ceramico Regionale** con destinazione turistica, nato nel **2016** da un accordo triennale tra i comuni di Faenza e Sassuolo, in sinergia con la Regione Emilia Romagna, ed evoluto nel più ampio progetto del «**CeramicLand**» emiliano romagnolo, nato per sviluppare una filiera turistica specifica di turismo industriale.

Oltre ad individuare **un calendario di eventi di livello internazionale** a forte richiamo turistico (quali, ad esempio, Argillà e Buongiorno Ceramica) e sviluppare marketing territoriale, la collaborazione tra i comuni del distretto ceramico coinvolge anche **operatori turistici, strutture museali e espositive** (tra gli altri, il Museo della Ceramica allestito nel Castello di Spezzano nel modenese e il Museo Internazionale delle Ceramiche di Faenza, patrimonio UNESCO).

Sono stati inoltre individuati **tour della ceramica**, per valorizzare la storia e la qualità della produzione artigianale di Faenza di Sassuolo. In questo contesto, è la **Via Emilia** a fare da filo conduttore dell'iniziativa, brand turistico regionale che lega le eccellenze emiliano romagnole, dal Food alla Motor Valley, passando per Città d'Arte, cultura e wellness.



4

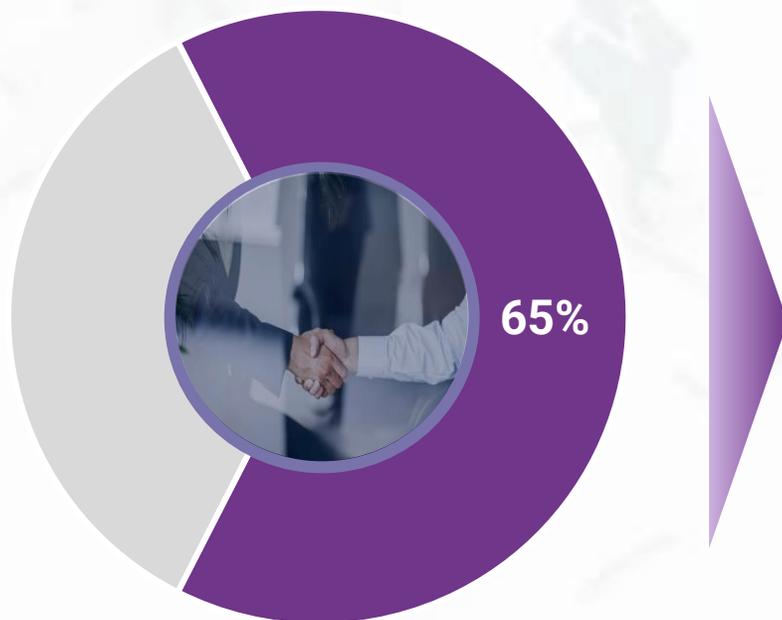
«Fare rete»,
un approccio diffuso
tra le Pmi emiliano
romagnole



Il 65% delle Pmi emiliano romagnole collabora con altre imprese: un dato ben superiore alla media nazionale (55%).
L'obiettivo principale è nelle forniture (acquisti e vendite) di filiera.

AZIENDE CHE HANNO RAPPORTI CONTINUATIVI E RILEVANTI CON ALTRE IMPRESE

(% imprese)



TIPOLOGIA DI ATTIVITA' OGGETTO DELLA COLLABORAZIONE

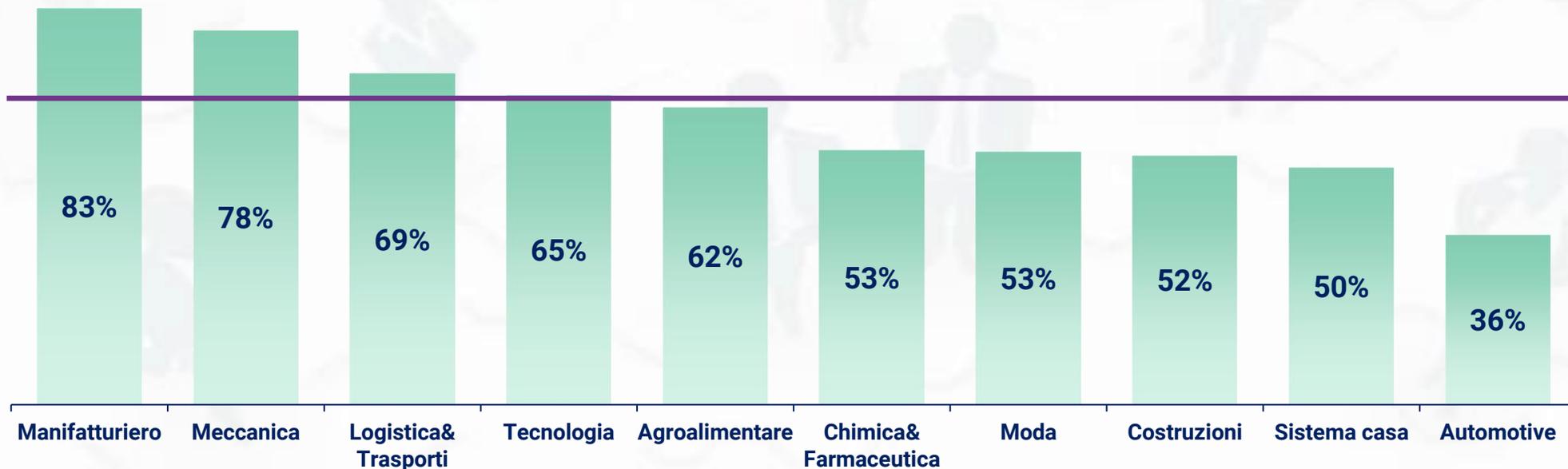
(% imprese – Risposta multipla)



3 i settori produttivi (Manufatturiero, Meccanica, Logistica&Trasporti) in cui sono più diffusi i rapporti di collaborazione, con un dato di penetrazione superiore alla media regionale.

COLLABORAZIONI PER SETTORE PRODUTTIVO

(% imprese)



Media
65%

Tra le modalità per gestire le collaborazioni, i consorzi di imprese, le associazioni temporanee d'impresa e i contratti di distretto/filiera sono le 3 forme più diffuse.

TIPOLOGIA DI RELAZIONE

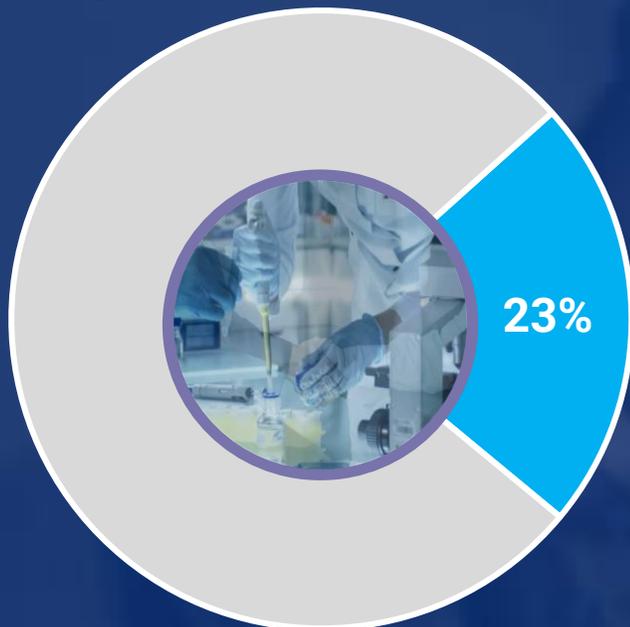
(% imprese – Risposta multipla)



Il 23% delle imprese collabora con università/enti di ricerca. Si punta principalmente sull'innovazione di prodotto e di processo, segue la riprogettazione in chiave sostenibile.

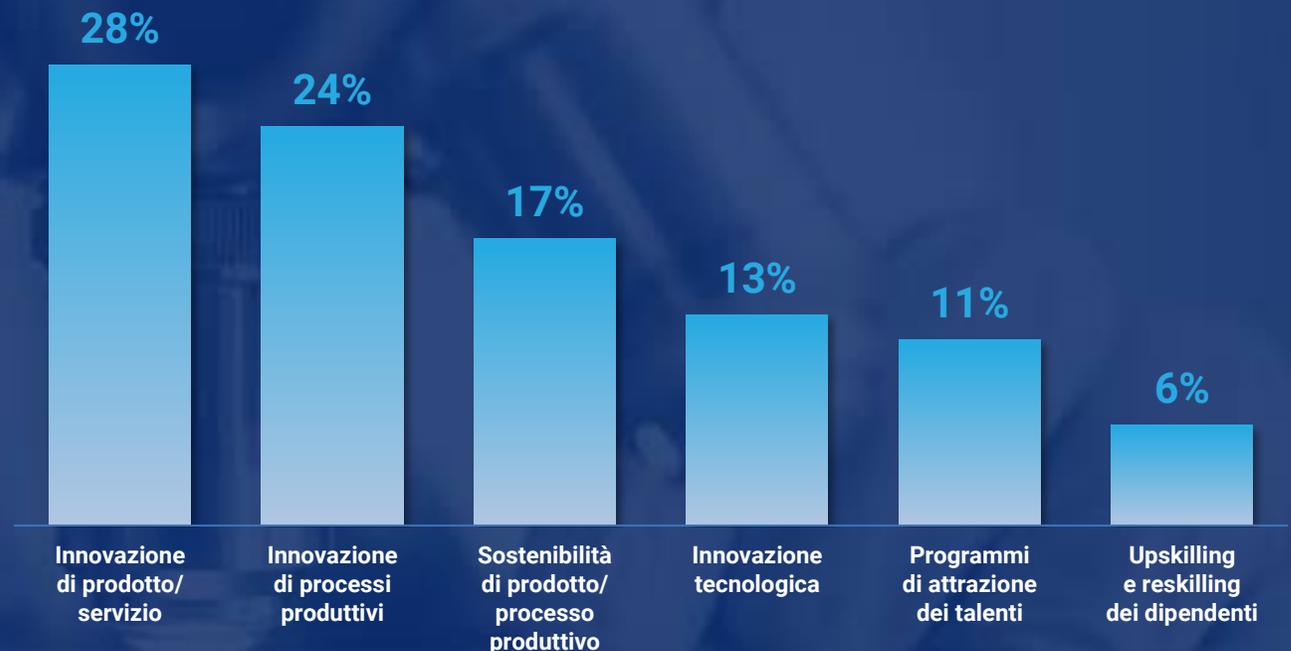
AZIENDE CHE COLLABORANO CON UNIVERSITÀ/
CENTRI DI RICERCA/CONSORZI DI RICERCA/ITS

(% imprese)



FINALITÀ DELLA COLLABORAZIONE

(% imprese che collaborano con Università/Enti di ricerca)



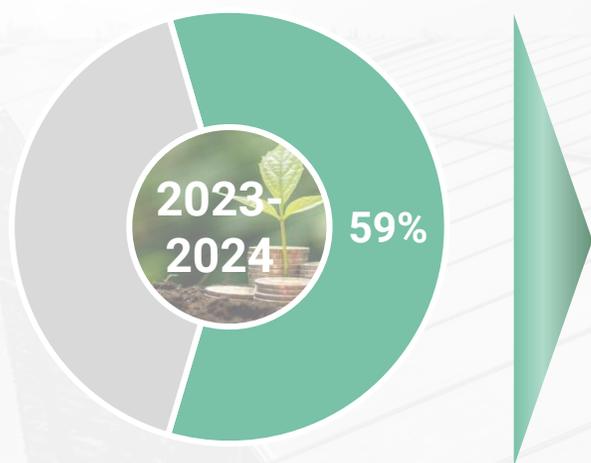
5

Sostenibilità
tra presente
e futuro

Emilia Romagna leader della sostenibilità: il 59% delle Pmi (54% la media nazionale) già attua o attuerà nel biennio 2023-24 investimenti in sostenibilità, con l'obiettivo ultimo di contenere i costi nel lungo periodo (48%) e migliorare la *brand reputation* (44% delle imprese).

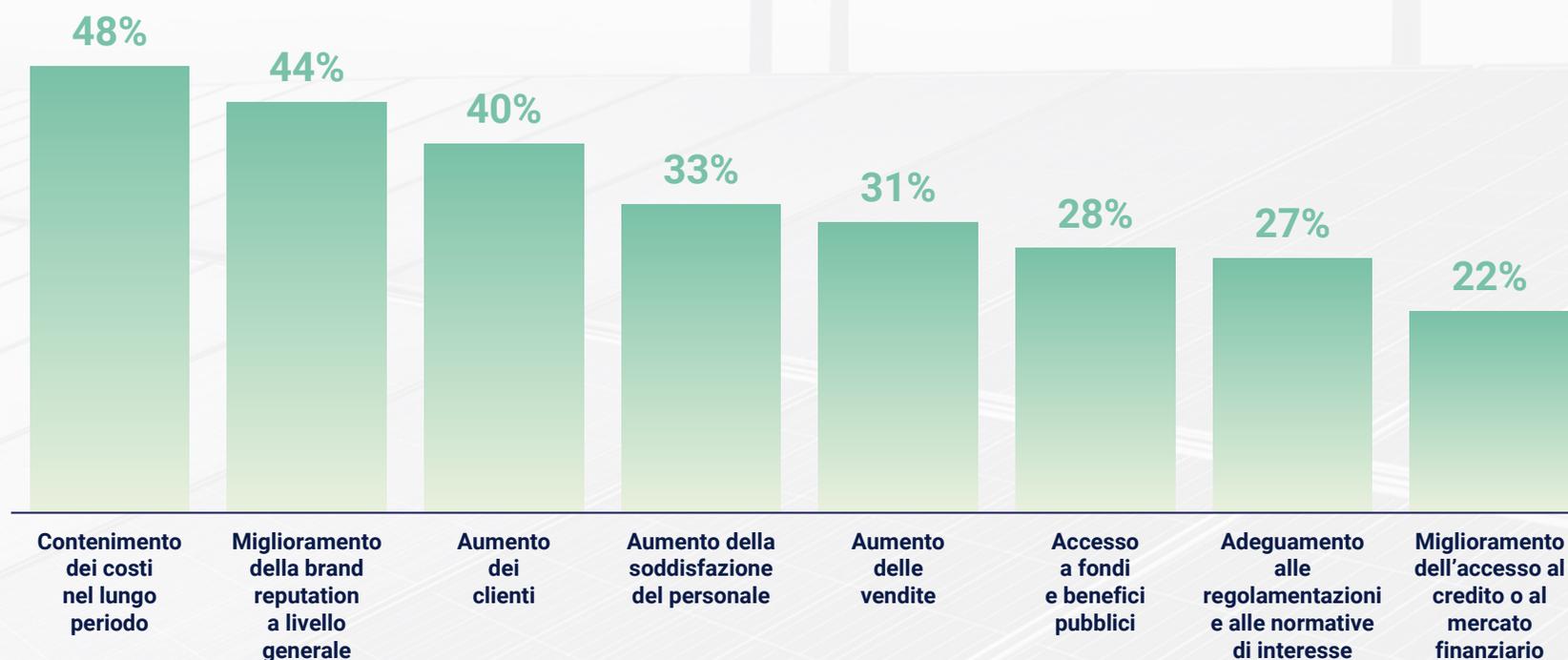
AZIENDE CHE PREVEDONO
INVESTIMENTI IN SOSTENIBILITA'

(% imprese)



VANTAGGI PERSEGUITI ATTRAVERSO LE POLITICHE DI SOSTENIBILITA' ADOTTATE O IN FASE DI ADOZIONE

(% imprese)



La sostenibilità inizia a condizionare i rapporti di filiera: maggiore rigore, rispetto al totale nazionale, nell'applicazione delle politiche di sostenibilità.

SELEZIONE DEI FORNITORI SU CRITERI DI SOSTENIBILITA'

(% imprese che già attuano o attueranno nel biennio 2023-2024 investimenti in sostenibilità)

In **nessun caso** potremo avere dei fornitori che non praticano politiche per la sostenibilità (%)

16

ITALIA

18

EMILIA ROMAGNA

Potremo avere dei fornitori che non praticano politiche per la sostenibilità (%)

24

ITALIA

18

EMILIA ROMAGNA

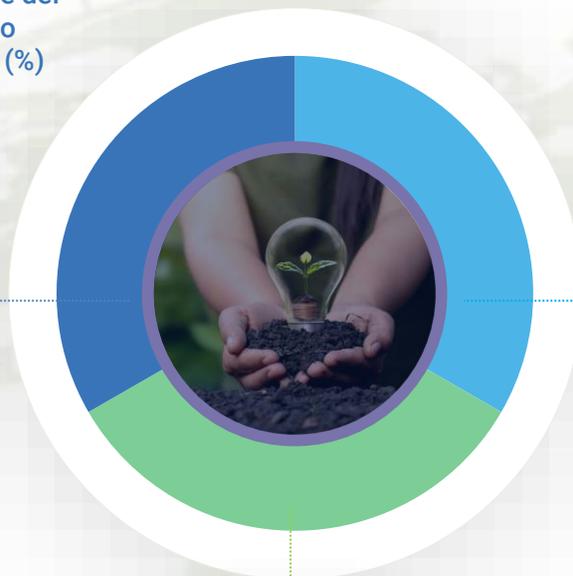
in **qualche caso** potremo avere dei fornitori che non praticano politiche per la sostenibilità (%)

60

ITALIA

64

EMILIA ROMAGNA



«La gestione sostenibile della catena di fornitura»

La crescente attenzione verso i temi della sostenibilità e la consapevolezza della loro connessione sistemica fra tutti gli attori della filiera hanno spinto le aziende a comprendere che si può parlare di sostenibilità solo attraverso il pieno coinvolgimento dell'intera catena di fornitura.

SETTORI PIÙ SELETTIVI

(% imprese che in nessun caso accettano fornitori che non praticano politiche di sostenibilità)

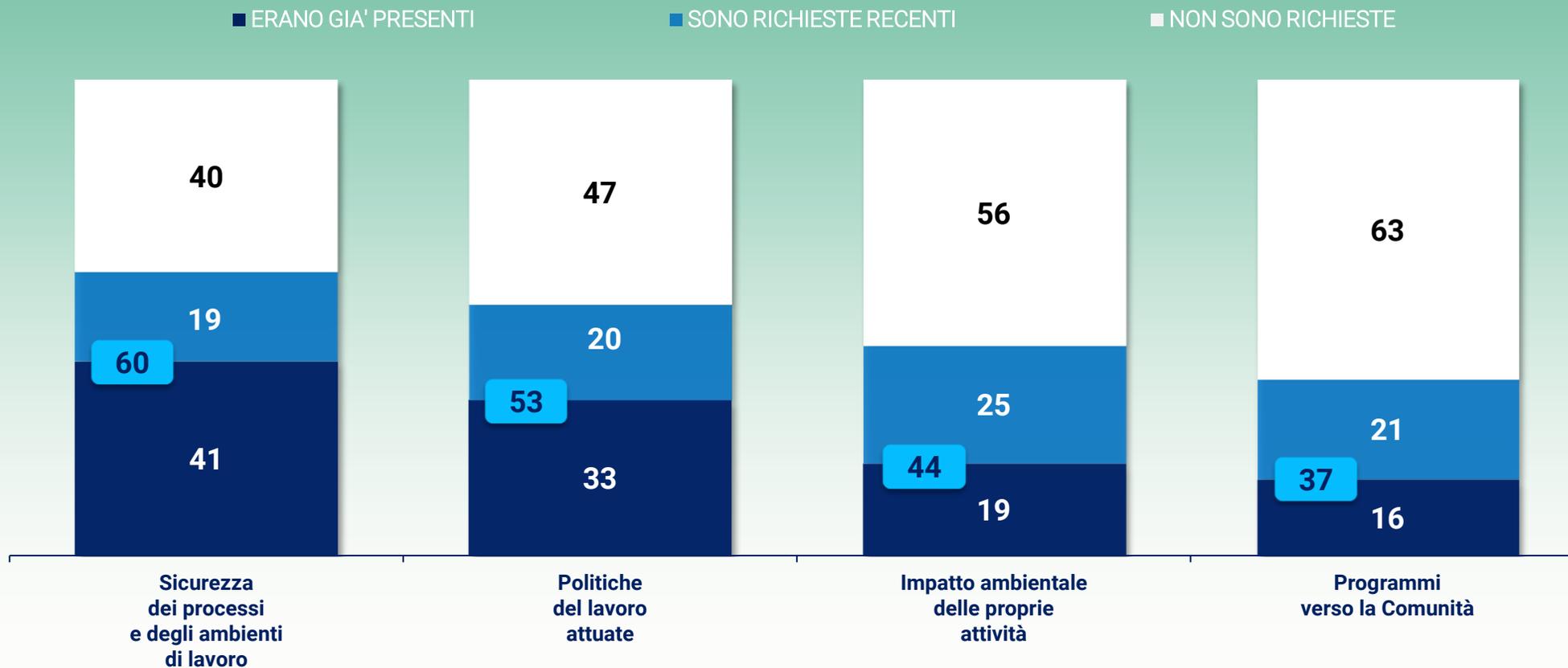
Logistica & Trasporti (27%)

Automotive (26%)

Manifatturiero (25%)

Sicurezza e politiche del lavoro sono le richieste sulla sostenibilità più ricorrenti ricevute dalle Pmi dell'Emilia Romagna.

DIMOSTRAZIONI DI SOSTENIBILITÀ RICHIESTE DAI CLIENTI



FONTE: Elaborazioni Banca Ifis su indagine Format Research su un campione rappresentativo delle Pmi (599 Emilia Romagna).

La presente pubblicazione è stata redatta da Banca Ifis

Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Banca Ifis affidabili, ma non sono necessariamente complete e non può esserne garantita l'accuratezza.

La presente pubblicazione viene fornita per meri fini di informazione e illustrazione, non costituendo pertanto, in alcun modo, un parere fiscale e di investimento.



www.bancaifis.it