ESPORTARE IL MADE IN ROMAGNA: STRATEGIE E FABBISOGNI DELLE IMPRESE DEL TERRITORIO

Giulia Bassani
Project manager | Nomisma

8 maggio 2025

CAMERA DI COMMERCIO
DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

TOPICS

1. Metodologia e campione

2. Il grado di internazionalizzazione delle imprese romagnole

3. Ostacoli e fabbisogni in termini di export

4. Il ruolo della Camera di Commercio e della digitalizzazione

Approccio metodologico

CAMPIONE

231

imprese intervistate con sede nelle province di Forlì-Cesena e Rimini

MODALITÀ DI RILEVAZIONE

CAWI – Computer Assisted Web Interview

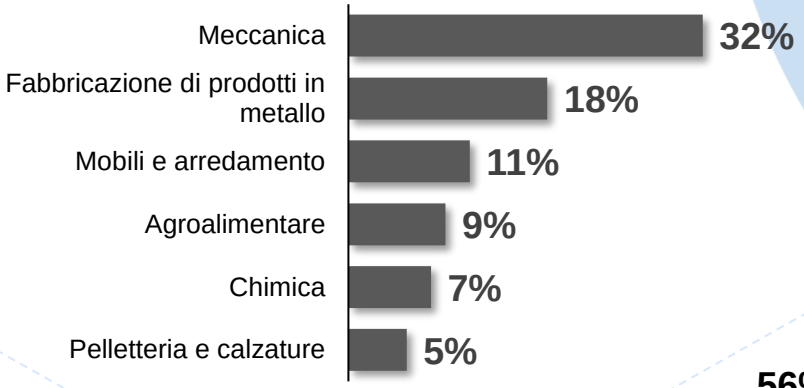
CARATTERISTICHE DEL QUESTIONARIO

- Strutturato a prevalente risposta chiusa
- ~35 domande

PERIODO RILEVAZIONE

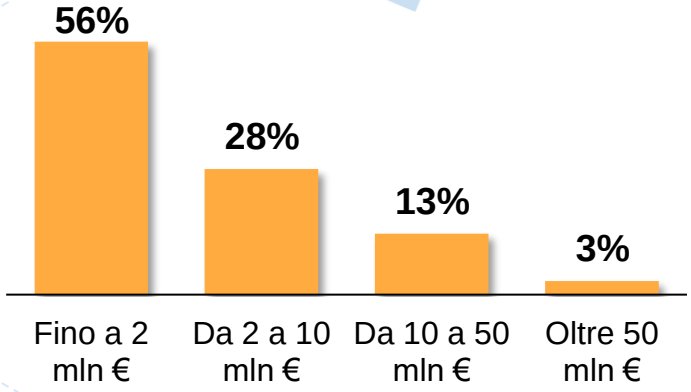
Novembre 2024

L'IDENTIKIT DELLE IMPRESE INTERVISTATE



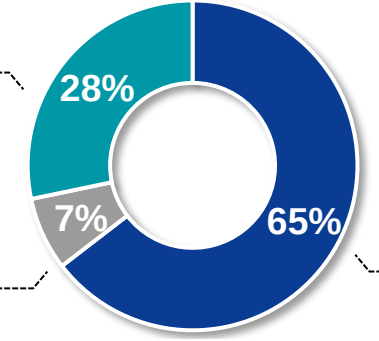
47%

Imprese con sito internet tradotto in lingua straniera



87%

> 50 dipendenti



CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

L’internazionalizzazione delle imprese romagnole: overall

58%

Aziende esportatrici

EXPORT

42%

Aziende non esportatrici

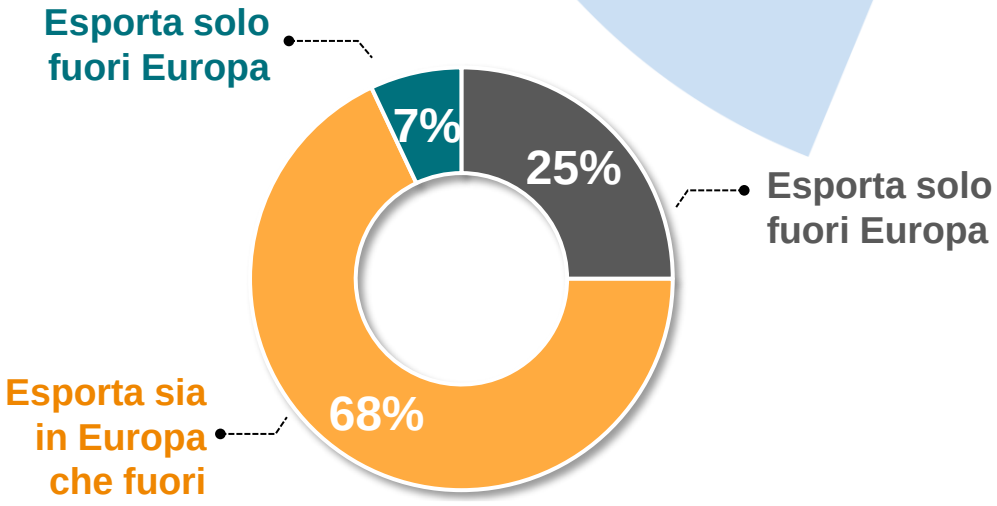
EXPORT

L’internazionalizzazione delle imprese romagnole: overall

58%

Aziende esportatrici

EXPORT

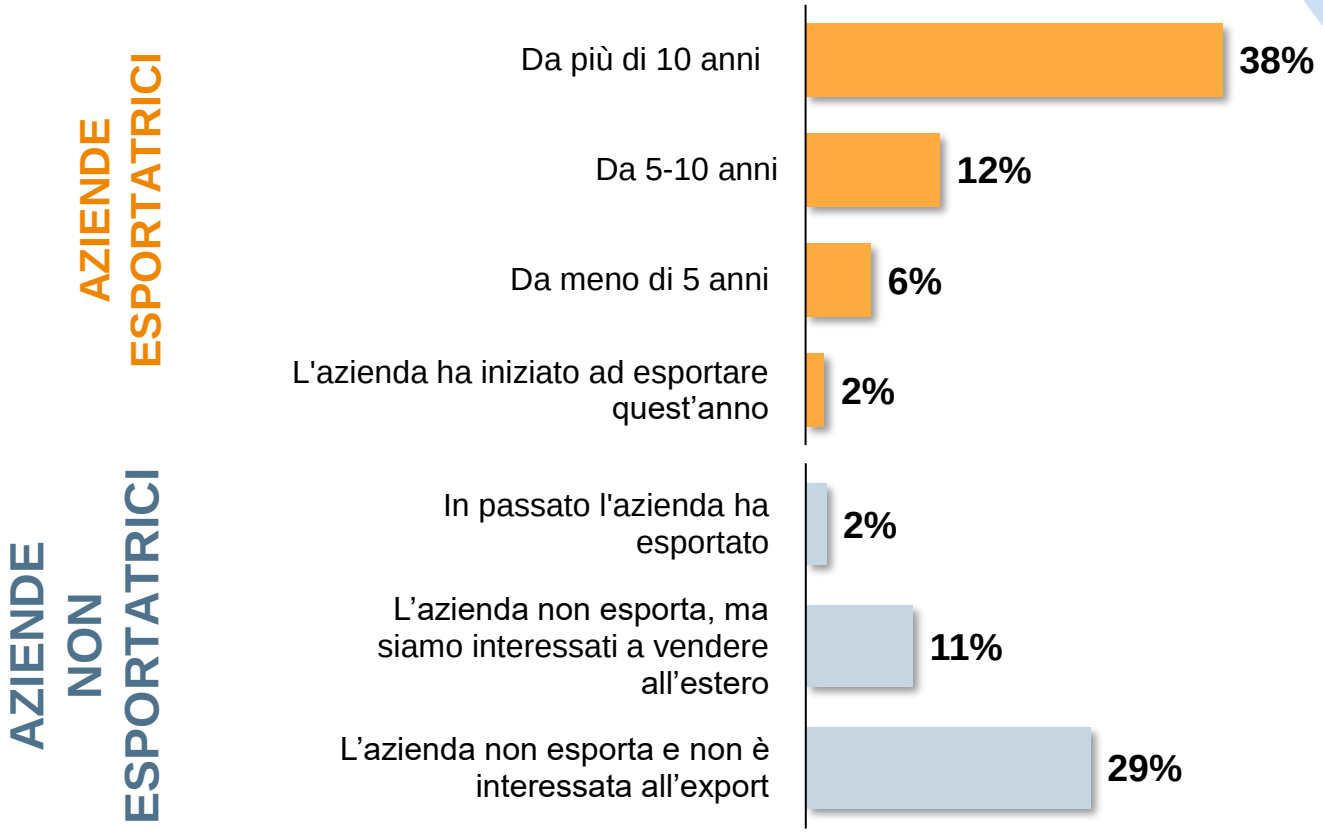


32%

Del fatturato totale deriva dall’export

CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Esperienza di lungo corso fra le imprese esportatrici



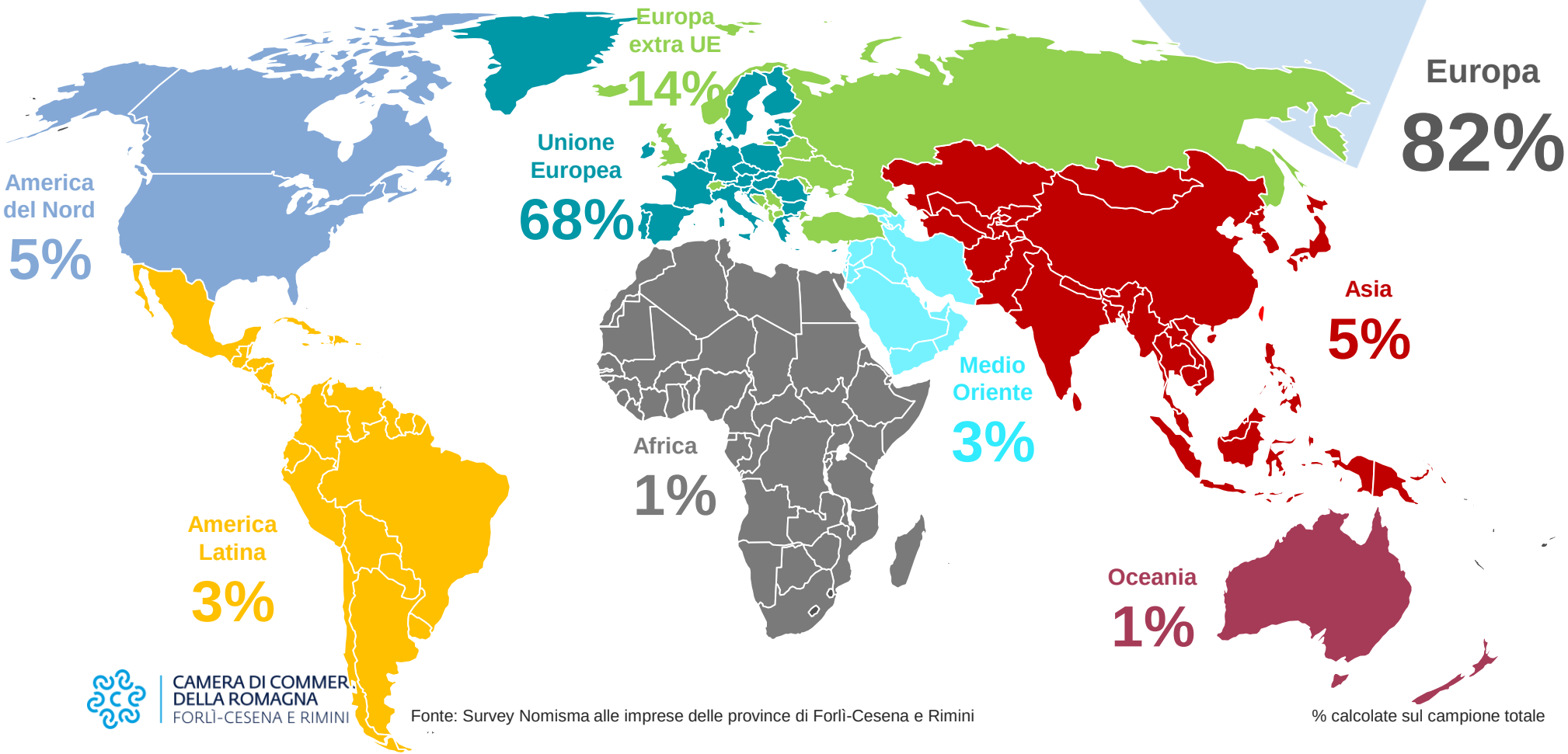
CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate sul campione totale

I mercati presidiati dalle imprese esportatrici

COME SI RIPARTISCE IL FATTURATO ESTERO DEL 2023 PER AREA GEOGRAFICA?



CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

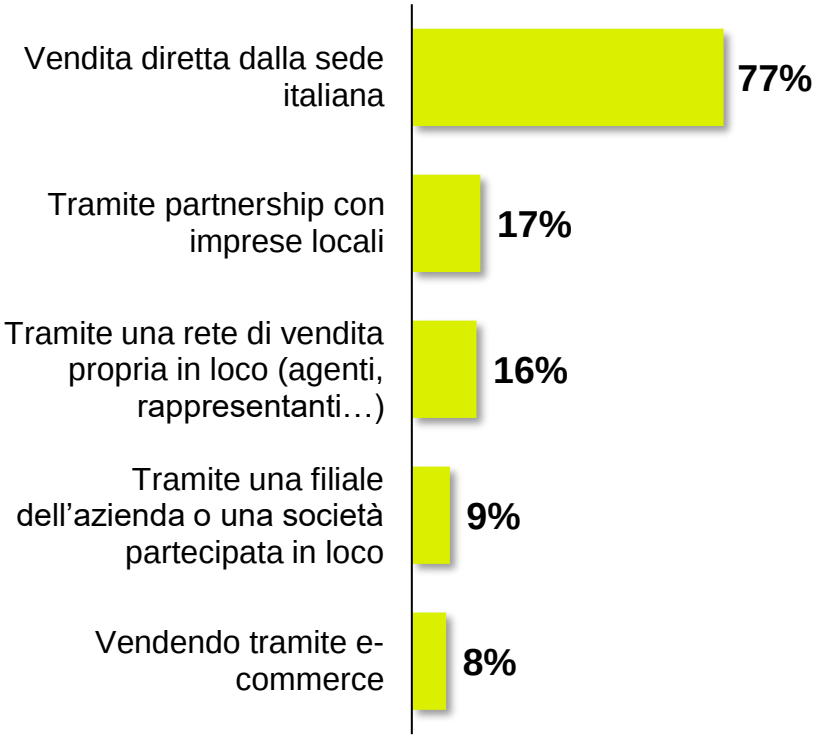
% calcolate sul campione totale

Canali utilizzati per l'export: l'export diretto

80%

aziende esportatrici che esportano direttamente (senza intermediari o con propria filiale)

Le modalità



Le motivazioni

% calcolate su aziende esportatrici che fanno export diretto

L'azienda opera attraverso export diretto:

34% Nei paesi con un forte potenziale di **crescita a lungo termine**

32% Nei paesi in cui è necessaria una **conoscenza diretta del mercato**

32% Nei mercati chiave per **consolidare il marchio**

CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

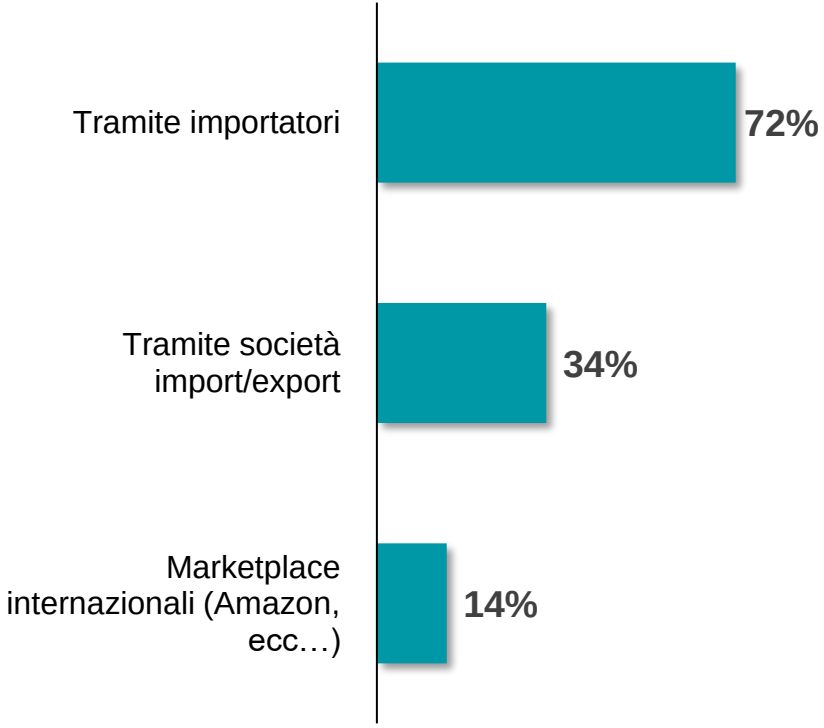
Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

Canali utilizzati per l'export: l'export indiretto

37%

aziende esportatrici che esportano tramite intermediari

Le modalità



Le motivazioni

% calcolate su aziende esportatrici che fanno export indiretto

Gli intermediari:

46% sono cruciali nella fase di ingresso in nuovi paesi

30% sono essenziali vista la mancanza di professionalità interne dedicate

28% servono per limitare il valore degli investimenti di accesso al mercato estero

CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

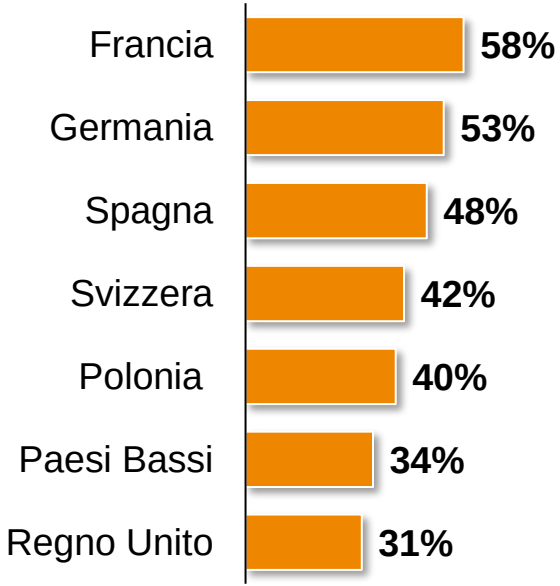
Mercati presidiati e di potenziale interesse

IN QUALI MERCATI ESTERI L'AZIENDA VENDE I PROPRI PRODOTTI E QUALI MERCATI REPUTA DI POTENZIALE INTERESSE?

AZIENDE NON ESPORTATRICI

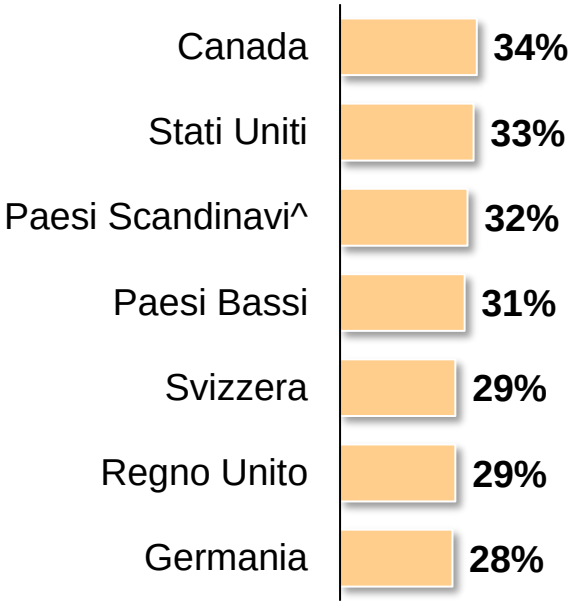
MERCATO GIÀ PRESIDIATO DALL'AZIENDA

% calcolate su aziende esportatrici



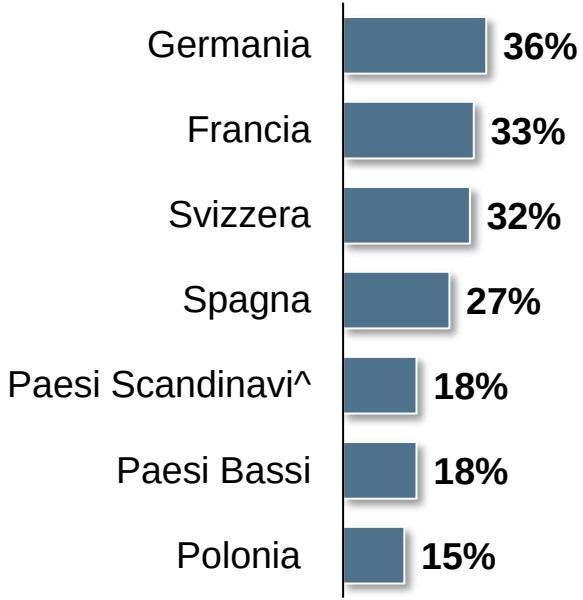
MERCATO DI INTERESSE POTENZIALE

% calcolate su aziende esportatrici



MERCATO DI INTERESSE POTENZIALE

% calcolate su aziende non esportatrici



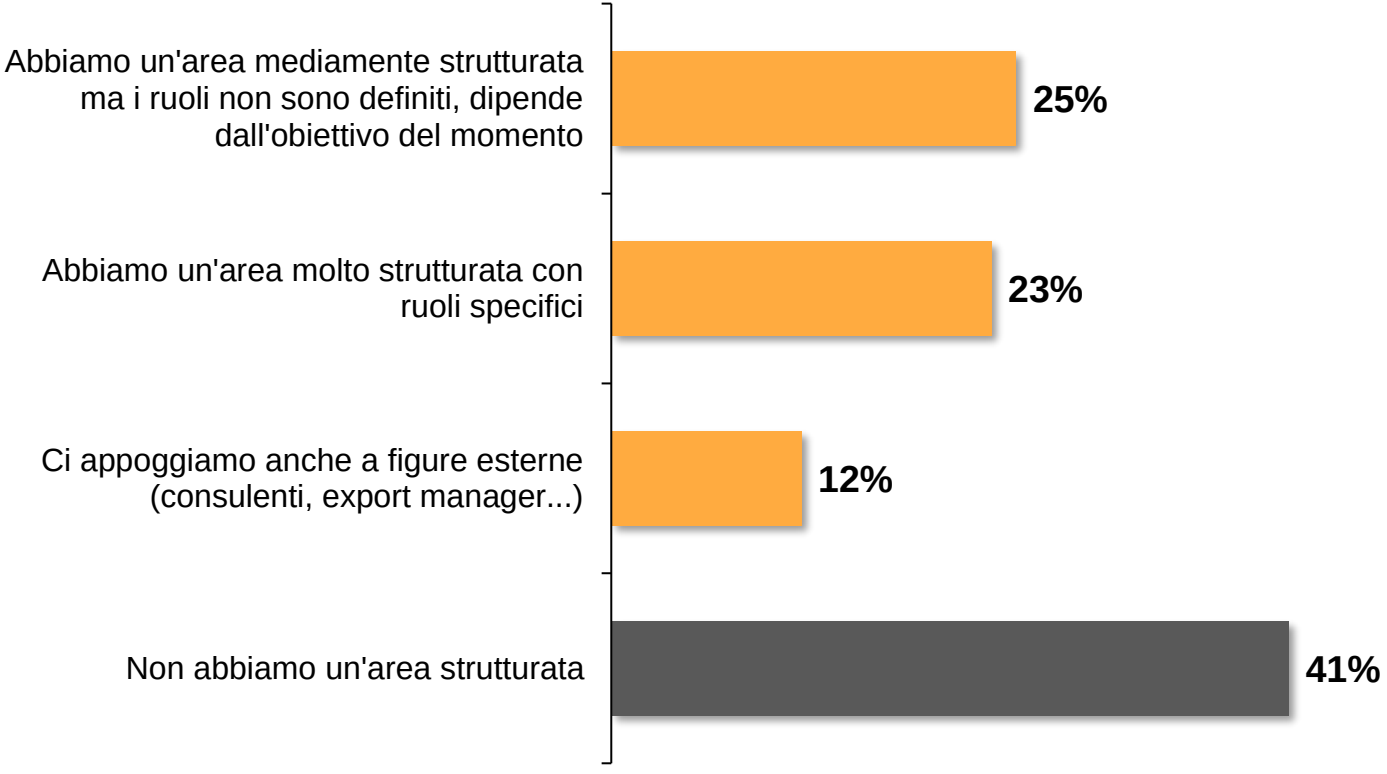
CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

^Svezia, Danimarca, Norvegia

Organizzazione aziendale a supporto dell’export

QUAL È L’ORGANIZZAZIONE DELL’AREA EXPORT NELLA SUA AZIENDA?
(risposta singola)



CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate su aziende esportatrici

Motivazioni dietro alla scelta di non esportare

PER QUALE RAGIONE L'AZIENDA CHE LEI RAPPRESENTA NON COMMERCIALIZZA /NON COMMERCIALIZZA PIÙ PRODOTTI ALL'ESTERO?
(risposta multipla)

L'opzione di risposta compare solo a chi ha esportato in passato, ma non oggi

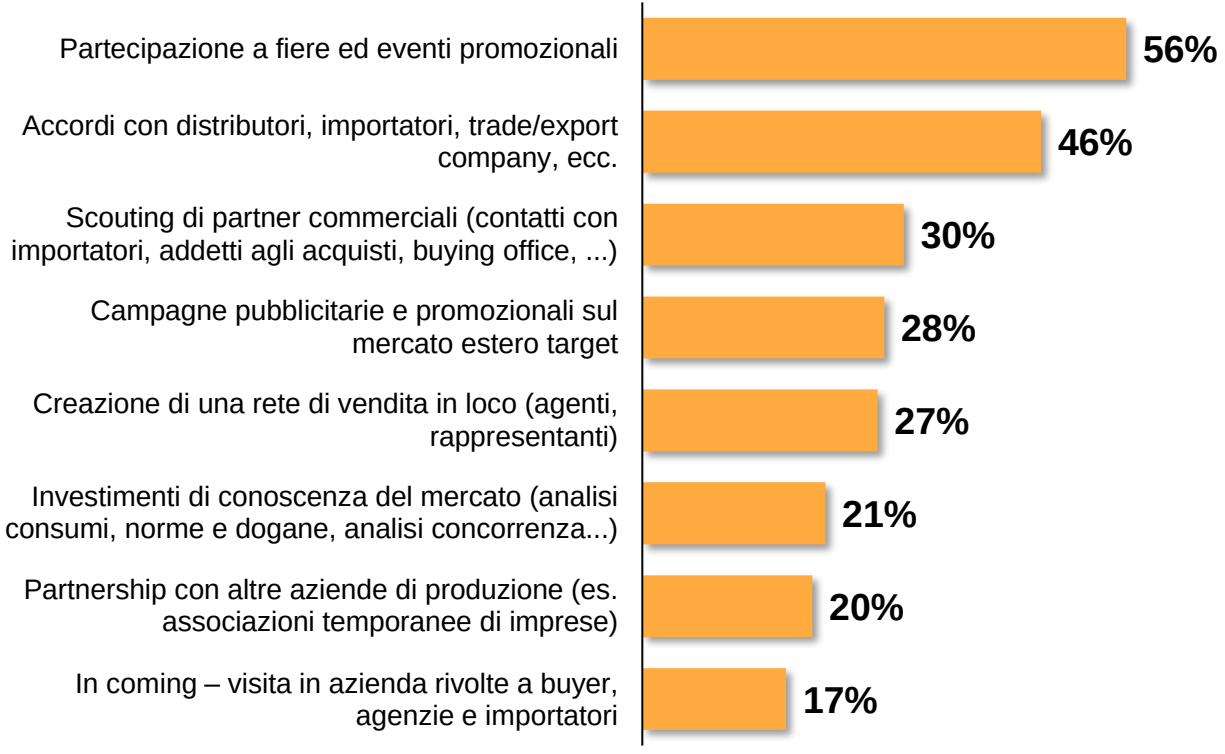
CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate su aziende ex esportatrici e non esportatrici

Azioni efficaci per la presenza sui mercati internazionali

QUALI DI QUESTE AZIONI RITIENE UTILI PER CONSOLIDARE LA PRESENZA SUI MERCATI ESTERI?
(risposta multipla – TOP 8 – Imprese Esportatrici)



1 impresa su 2

ha già in programma di espandere la propria presenza sui mercati esteri nei prossimi 2/3 anni

CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

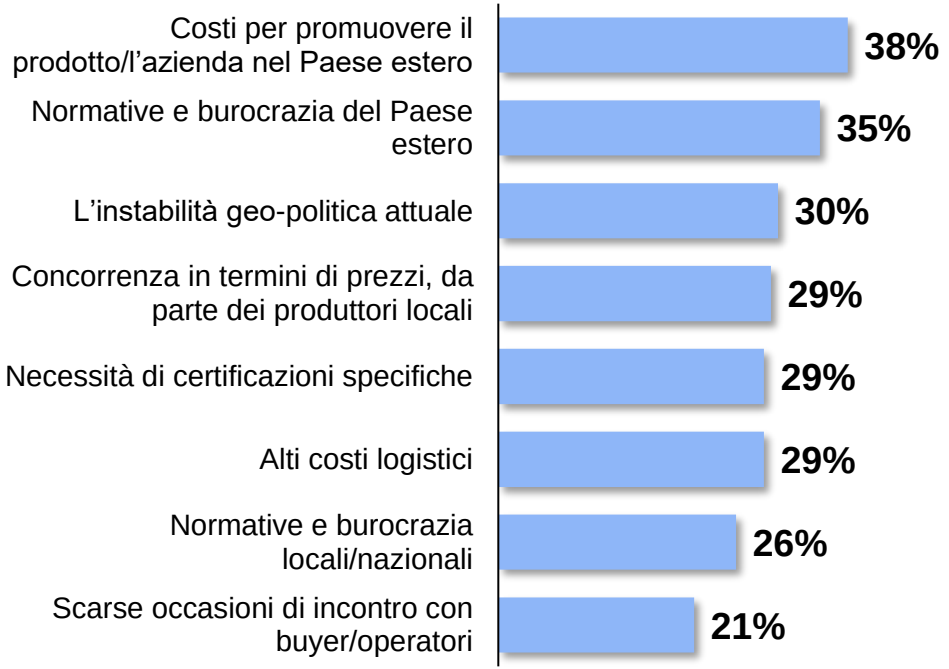
Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate su aziende esportatrici

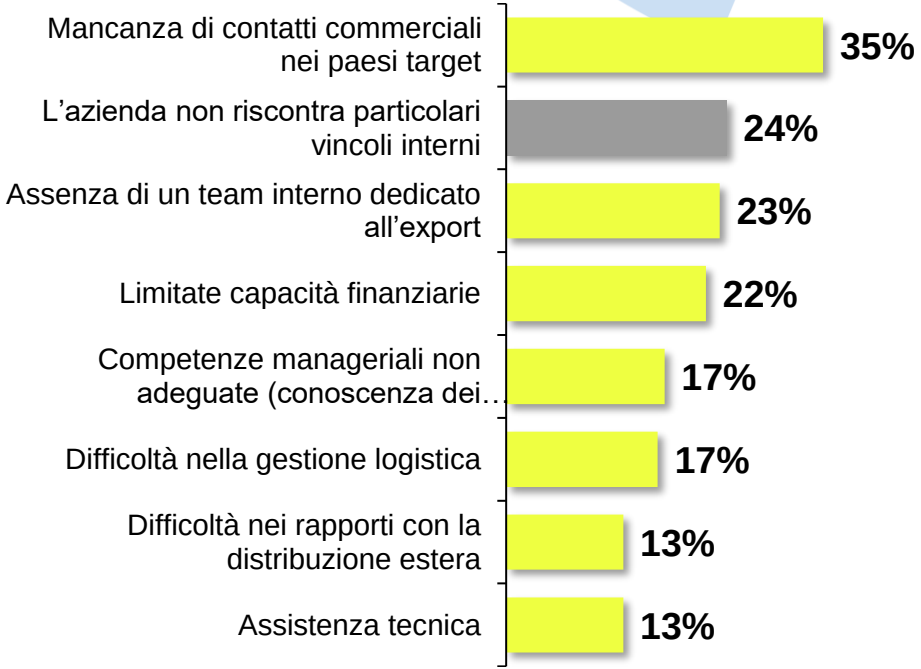
Ostacoli all'export per le imprese esportatrici

QUALI SONO I PRINCIPALI VINCOLI DI SISTEMA E AZIENDALI CHE OSTACOLANO LA VENDITA DEI PRODOTTI SUI MERCATI INTERNAZIONALI?
(risposta multipla – TOP 8 – Imprese Esportatrici)

VINCOLI DI SISTEMA



VINCOLI AZIENDALI



CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

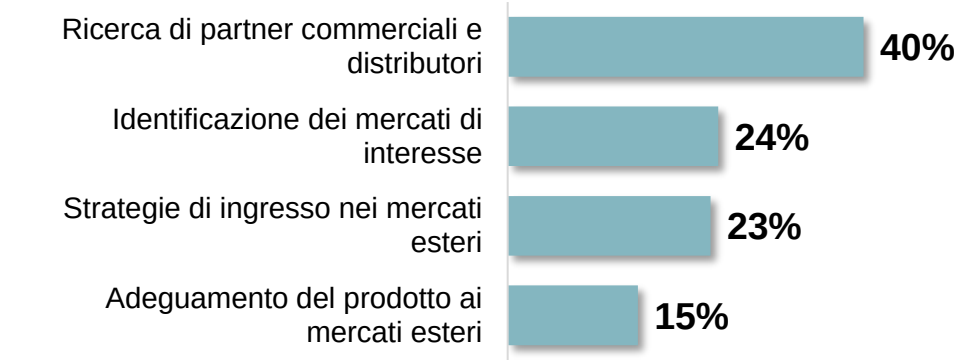
Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate su aziende esportatrici

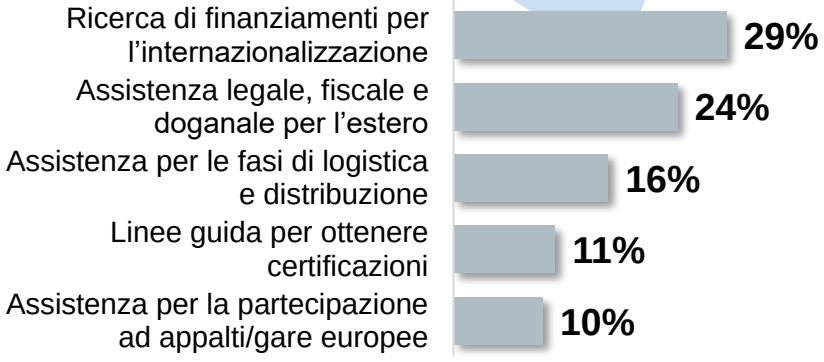
I fabbisogni delle imprese in tema di export

QUALI SONO I PRINCIPALI FABBISOGNI/ESIGENZE CHE UN'AZIENDA ROMAGNOLA PUÒ AVERE NELL'AMBITO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE?
(risposta multipla)

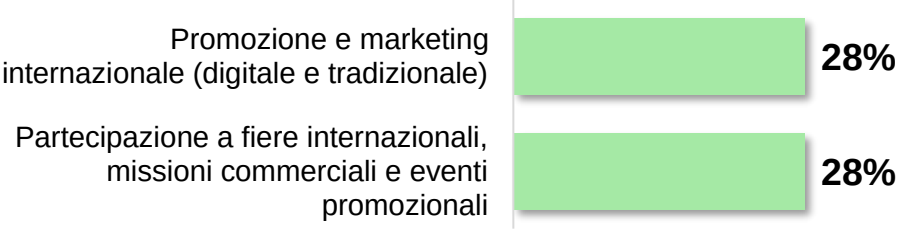
INGRESSO NEI MERCATI



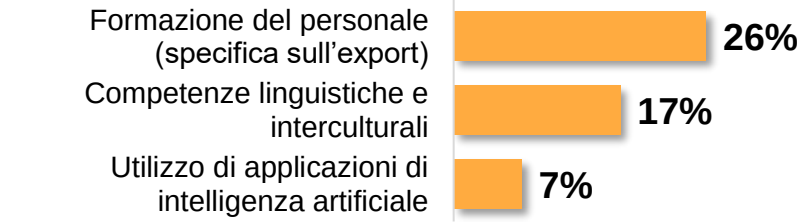
ASSISTENZA TECNICA



PROMOZIONE



FORMAZIONE E COMPETENZE



CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

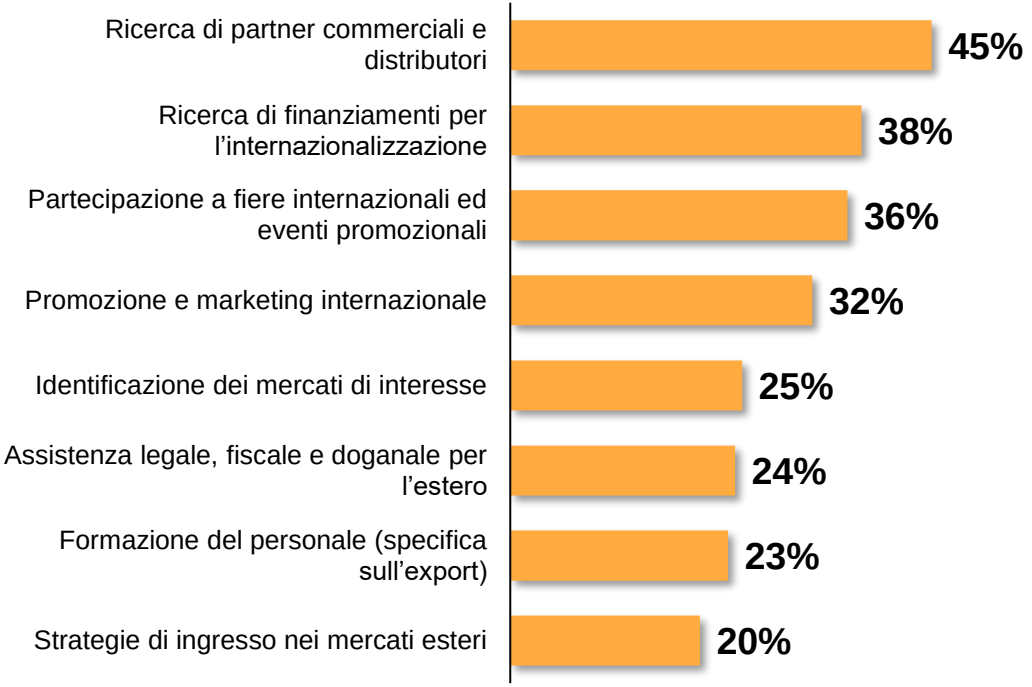
Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate sul campione totale

I fabbisogni delle imprese in tema di export

QUALI SONO I PRINCIPALI FABBISOGNI/ESIGENZE CHE UN'AZIENDA ROMAGNOLA PUÒ AVERE NELL'AMBITO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE?
(risposta multipla – TOP 8)

IMPRESE ESPORTATRICI



% calcolate sul campione delle imprese esportatrici

IMPRESE NON ESPORTATRICI

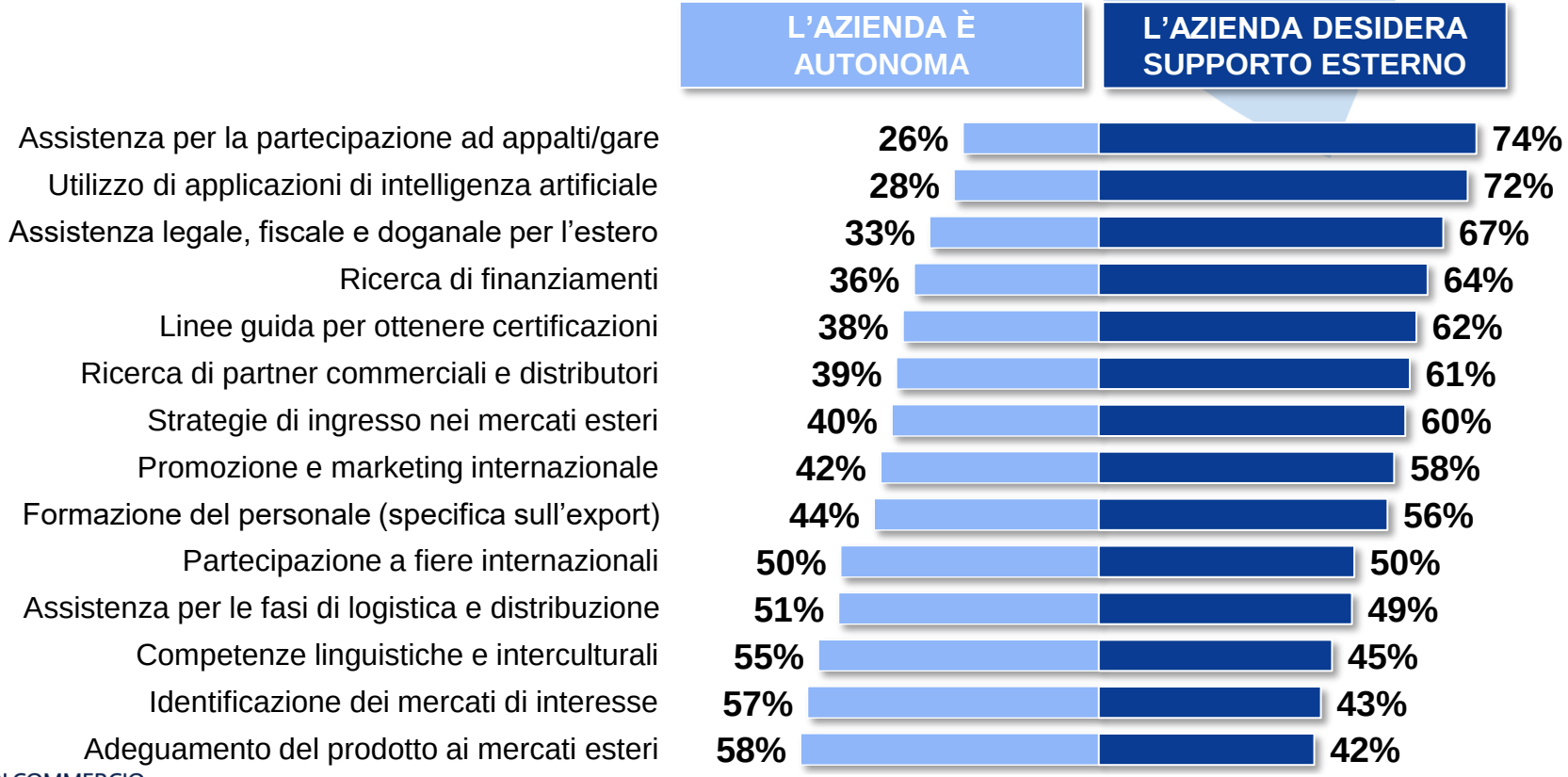
% calcolate sul campione delle imprese non esportatrici

CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

Gli ambiti di autonomia e quelli sui quali si desidera supporto

SUL FRONTE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE, SU QUALI AMBITI L'AZIENDA SI CONSIDERA AUTONOMA E SU QUALI INVECE DESIDERA UN SUPPORTO ESTERNO?
(risposta singola)



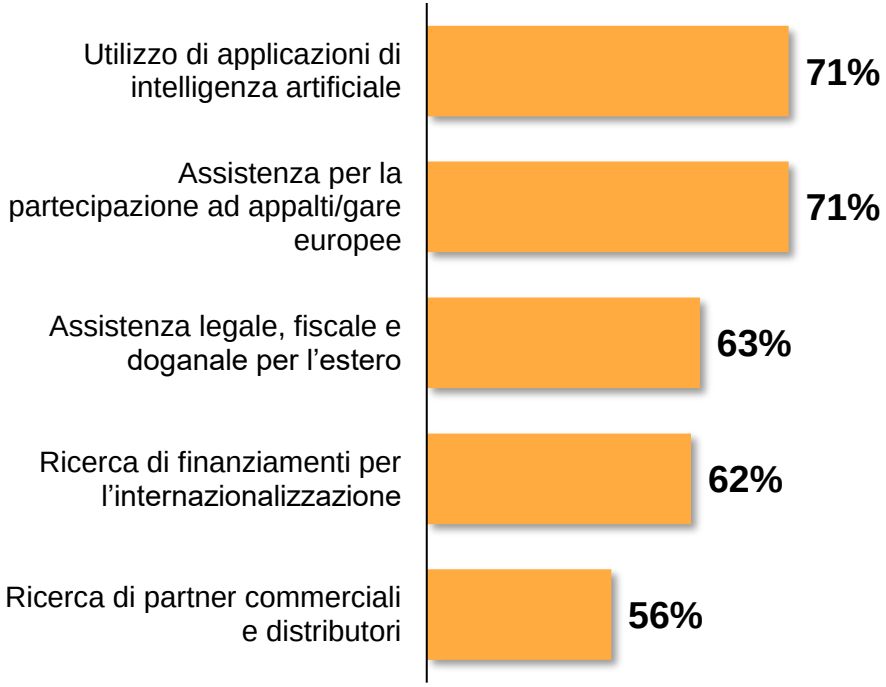
Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate sul campione totale

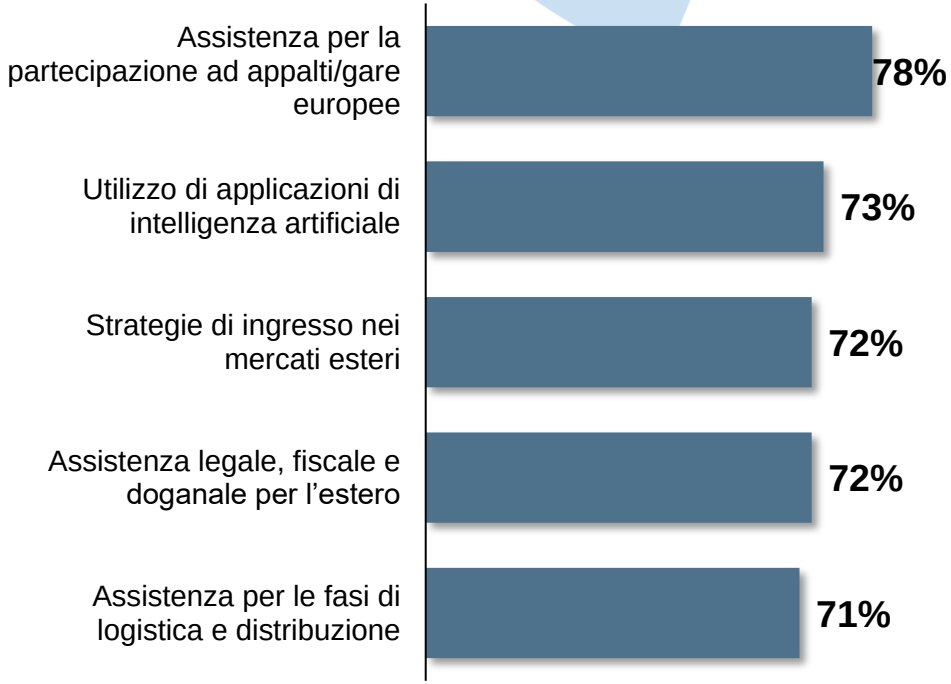
Gli ambiti di autonomia e quelli sui quali si desidera supporto

SUL FRONTE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE, SU QUALI AMBITI L'AZIENDA DESIDERA UN SUPPORTO ESTERNO?
(risposta singola)

IMPRESE ESPORTATRICI



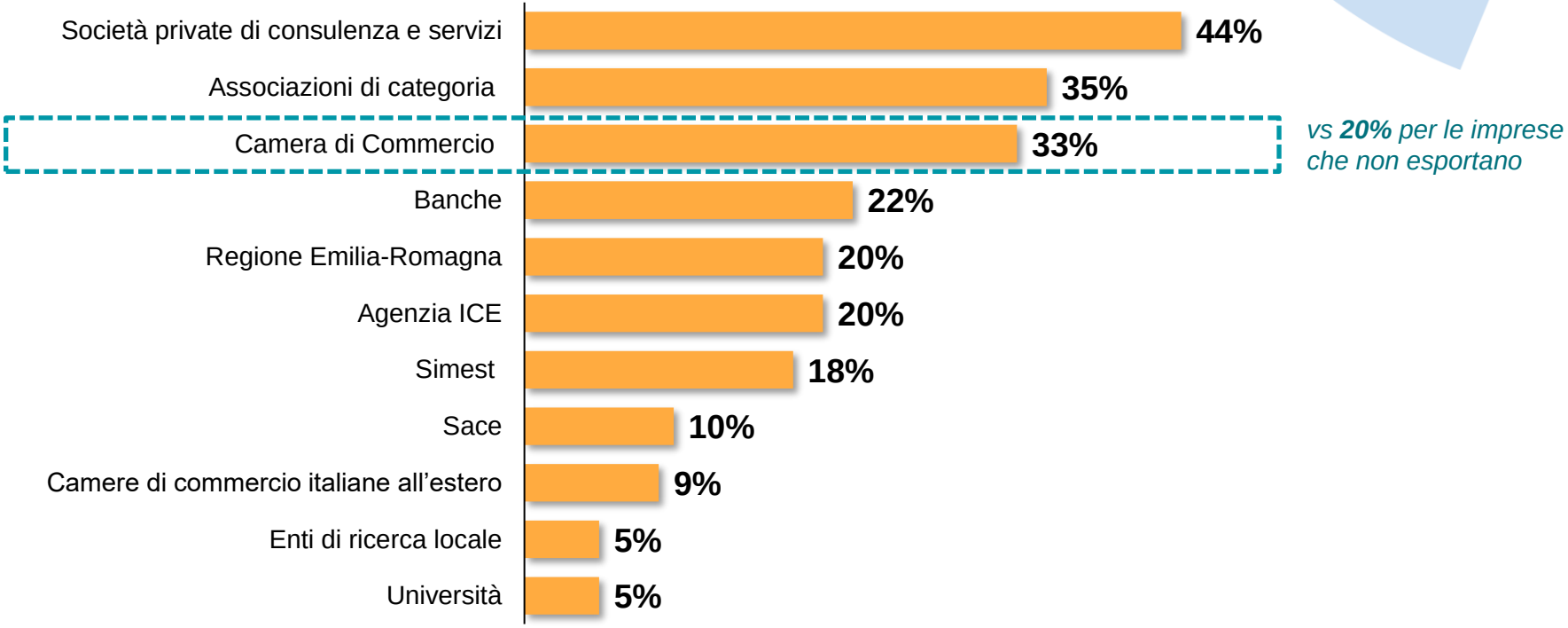
IMPRESE NON ESPORTATRICI



Enti e società a supporto dell'internazionalizzazione

A QUALI ENTI/SOCIETÀ SI RIVOLGE L'AZIENDA PER AVERE SUPPORTO IN TEMA DI INTERNAZIONALIZZAZIONE?
(risposta multipla)

IMPRESE ESPORTATRICI



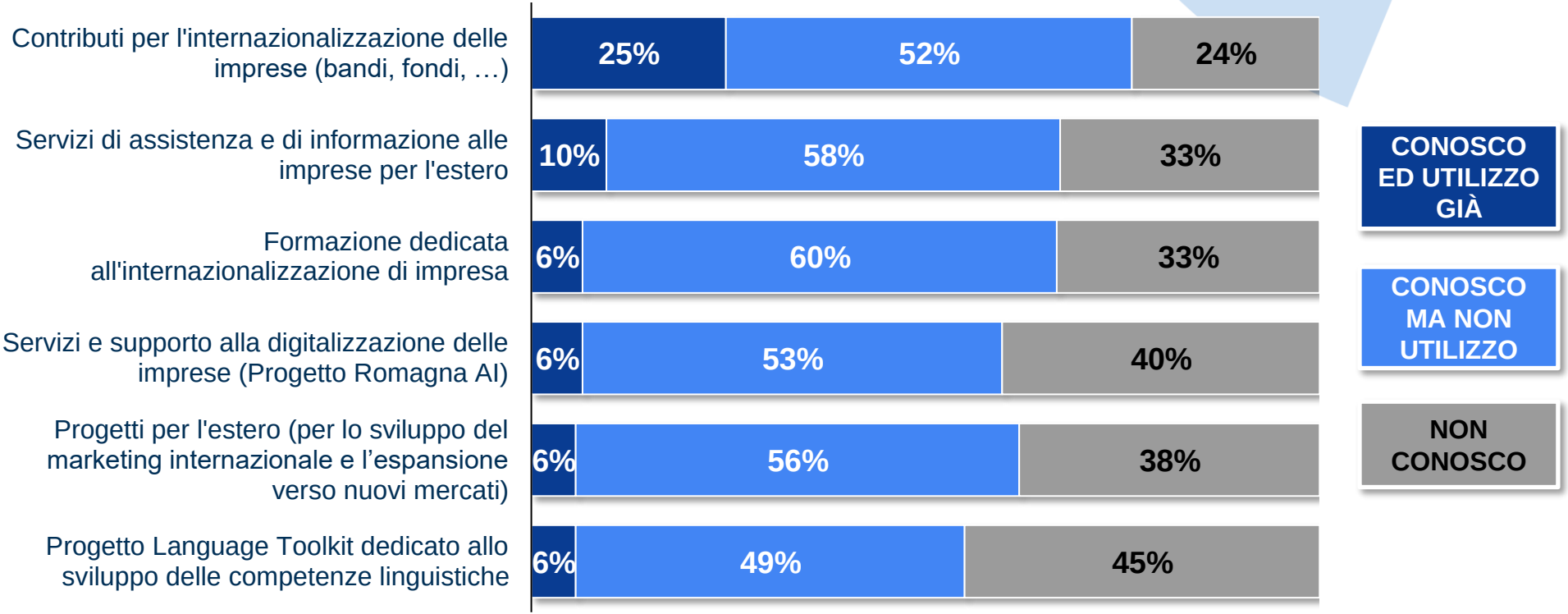
CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

% calcolate sul campione delle imprese esportatrici

Conoscenza e utilizzo dei servizi offerti dalla Camera di Commercio

LA CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA OFFRE ALLE AZIENDE DEL TERRITORIO DIVERSI SERVIZI. QUALI DI QUESTI CONOSCE O GIÀ UTILIZZA? QUALI SAREBBE INTERESSATO AD APPROFONDIRE?
(risposta singola)

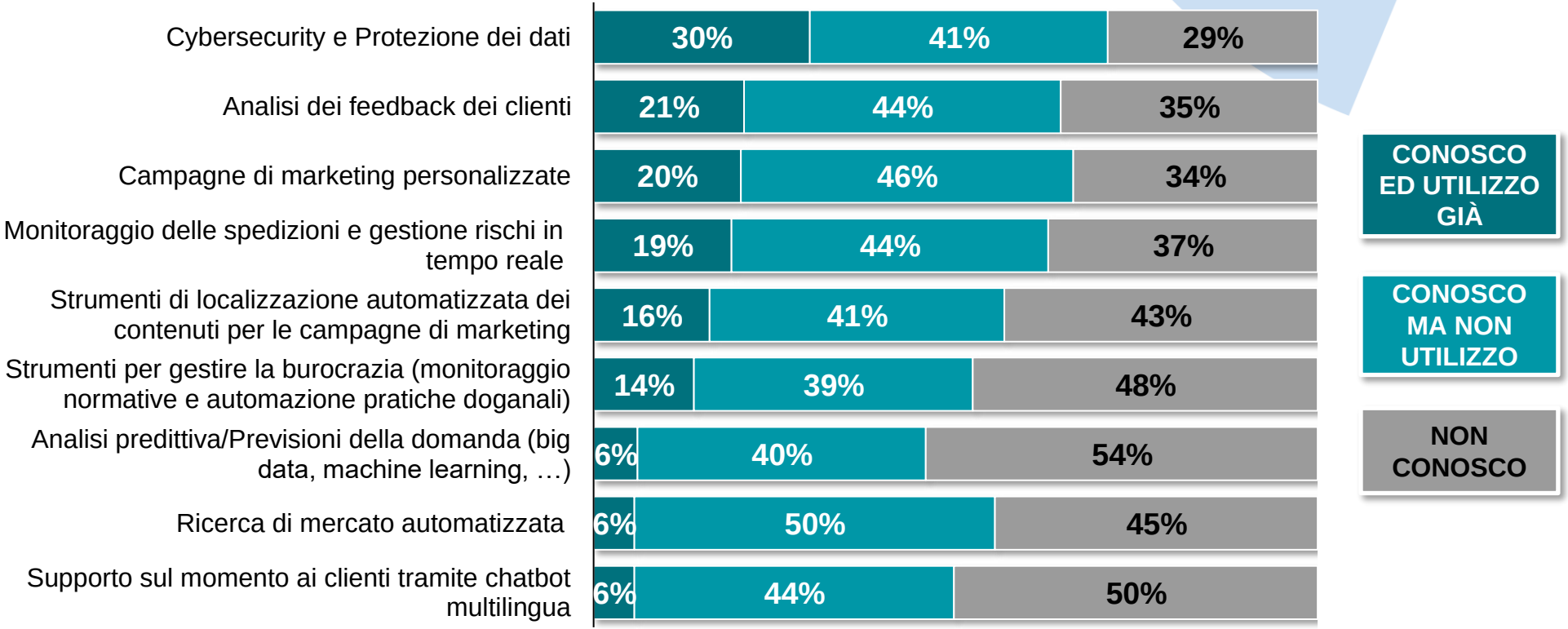


CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

Awareness in tema di applicazione di IA per l'export

QUALI DI QUESTE APPLICAZIONI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DELLE NUOVE TECNOLOGIE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE CONOSCE?
(risposta singola)



CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Fonte: Survey Nomisma alle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini

Key takeaways

1. Supporto consolidamento o espansione dell'internazionalizzazione	1 impresa intervistata su 4 **esporta solamente in Europa**: si potrebbe quindi far leva su competenze/best practices già sviluppate nell'ambito dell'internazionalizzazione per favorire lo sviluppo dell'export di tali imprese anche su altre geografie.
2. Identificazione mrk target	È uno dei principali fabbisogni specialmente per le imprese che ad oggi non esportano. Fondamentale il monitoraggio su **Germania** (situazione economica) e **USA** (evoluzione dazi).
3. Ricerca di partner commerciali e distributori	Altro fabbisogno rilevante sia per le imprese esportatrici sia per quelle che non esportano. Vanno quindi nella giusta direzione gli **incontri B2B online** e di **incoming di operatori economici** organizzati dalla Camera di Commercio della Romagna.
4. Strumenti di intelligenza artificiale	Forte interesse: oltre il 70% delle imprese vorrebbe poter ricevere un supporto sull'utilizzo di strumenti di IA.

GRAZIE PER L’ATTENZIONE

Giulia Bassani

Project manager

giulia.bassani@nomisma.it

Gruppo di lavoro Nomisma
Emanuele Di Faustino
Giulia Bassani
Riccardo Vecchi Lari

CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA
FORLÌ-CESENA E RIMINI

Nomisma