

# **FONDAZIONE FIERA MILANO E L'ANALISI SULL'ECONOMIA LOCALE**

## XXXII CONFERENZA ITALIANA DI SCIENZE REGIONALI

# Fondazione Fiera Milano

- Fondazione Fiera Milano favorisce e promuove la cultura imprenditoriale italiana nel contesto internazionale, allo scopo di aumentare il valore aggiunto di Milano, della Lombardia e del sistema Paese nel suo complesso.
- **Persegue questo obiettivo ponendosi come polo culturale con una prospettiva intertemporale**

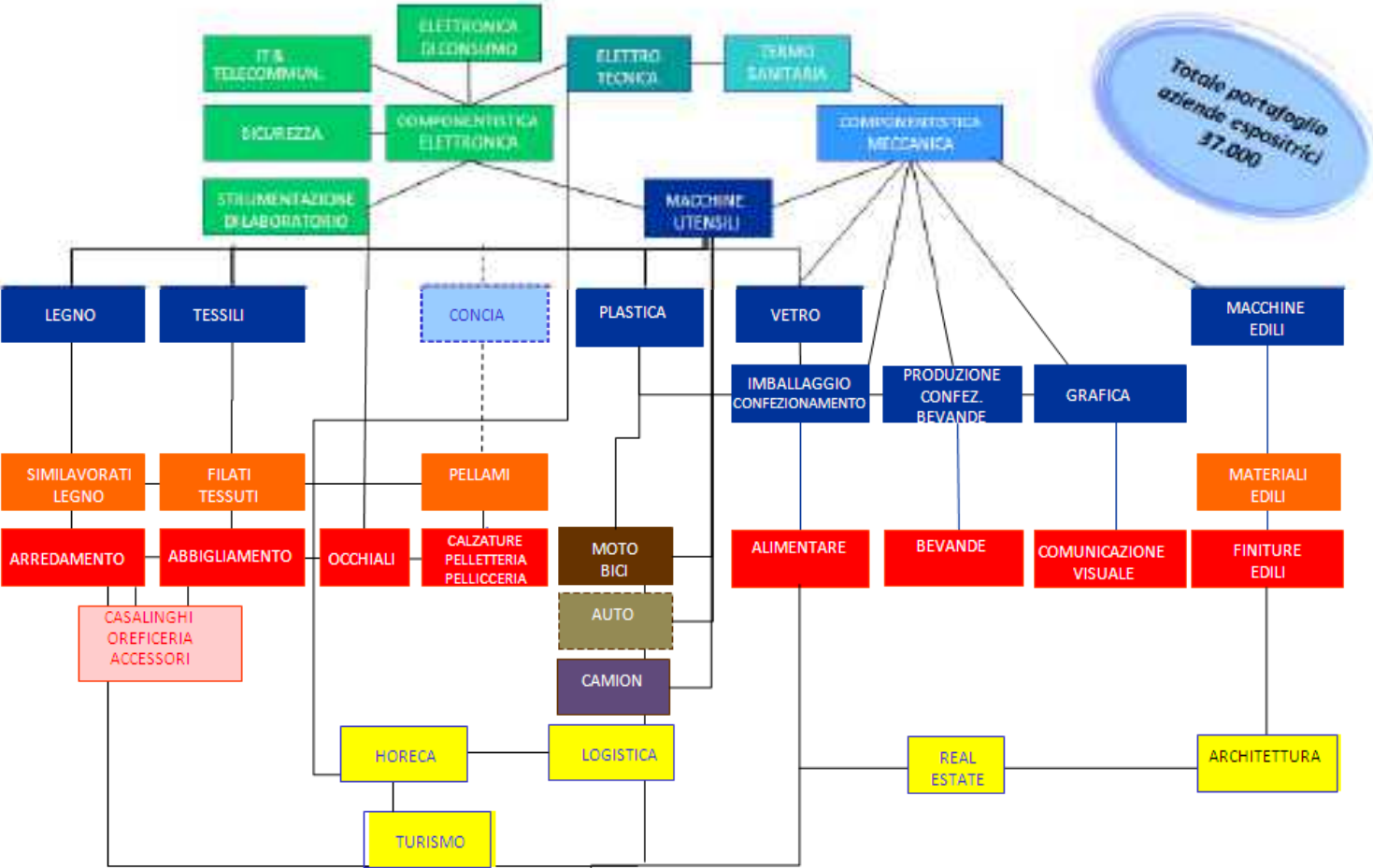
raccoglie l'eredità del **passato** attraverso l'Archivio storico

interpreta il **presente** con ricerche in diversi ambiti di interesse – economico, sociale e territoriale

supporta il **futuro** del sistema fieristico con la sua offerta formativa proposta dall'Accademia di Management Fieristico.

# l'attività di ricerca di Fondazione Fiera Milano

Fondazione Fiera Milano è da sempre attiva nella riflessione sul mondo dell'economia, ed in particolare sui settori manifatturieri e dei servizi, che **animano e sono origine** delle manifestazioni



# l'articolazione delle attività di ricerca

## Ricerche in campo economico

Realizza annualmente una pubblicazione di stampo economico che si basa sull'interpretazione di informazioni raccolte direttamente dalle aziende espositrici. Intende fornire spunti di riflessione originali, informazioni congiunturali sull'andamento del Made in Italy e soprattutto degli strumenti per valutare lo stato di salute delle aziende italiane misurabile attraverso gli indicatori di fiducia e di impegno all'innovazione. Le analisi sono svolte su 4 settori portanti del made in Italy: arredamento, moda, meccanica strumentale e turismo.

## Ricerche territoriali

Realizza ricerche per esplorare le dinamiche che Fiera Milano mette in atto sul territorio, studia la percezione che i cittadini e gli stakeholders hanno delle sue attività; indaga le attese del territorio nei confronti di Fiera Milano, i vantaggi e gli svantaggi percepiti; analizza il vissuto esperienziale delle popolazioni locali rispetto al sistema fieristico. Realizza analisi sul comportamento dei turisti d'affari attirati in città dalle attività del Gruppo Fiera Milano

## Ricerche internazionali

Supporta le Associazioni internazionali Ufi (Global Association of the Exhibition Industry) - ed Emeca (European Major Exhibition Centres Association) in ricerche sui comportamenti degli utenti, sugli andamenti di lungo periodo delle economie e delle variabili fieristiche, su nuove tendenze nell'uso dei media, sull'accessibilità agli spazi espositivi e congressuali.

## metodologia della ricerca in campo economico

- Le indagini sul campo di Fondazione Fiera Milano **nascono nel 2000** con l'obiettivo di dare spessore scientifico al ruolo di Fiera Milano come osservatorio privilegiato dell'economia italiana.
- Il progetto è partito dal presupposto che le imprese che partecipano a Fiera Milano sono un campione rappresentativo dell'economia nazionale.
- Vengono raccolte sistematicamente informazioni strutturate dalla viva voce degli attori che animano il panorama fieristico milanese e il panorama economico italiano.

## i temi



# il campione

- ✓ Aziende espositrici alle manifestazioni internazionali di Fiera Milano dei settori portanti del Made in Italy:
  - ✓ **Arredamento**
  - ✓ **Moda**
  - ✓ **Meccanica Strumentale**
  
- ✓ Il campione conta circa 18.500 osservazioni dei quattro settori considerati, di cui 2.360 rilevate nel corso del 2010

Campione analizzato	Arredamento	Moda	Meccanica Strumentale
Totale aziende 2000-2010	3.195	6.367	5.635
Aziende 2010	270	802	1.002

## struttura delle aziende espositrici di Fiera Milano

Campione analizzato	Arredamento	Moda	Meccanica Strumentale
Nuovi prodotti nell'ultimo anno	93%	87%	43%
Aziende che esportano	95.5%	88%	73%
Appartenenti a distretti	69%	51%	30%
Imprese con oltre 50 dipendenti	24%	16%	11%



# Indicatori originali di fondazione fiera milano

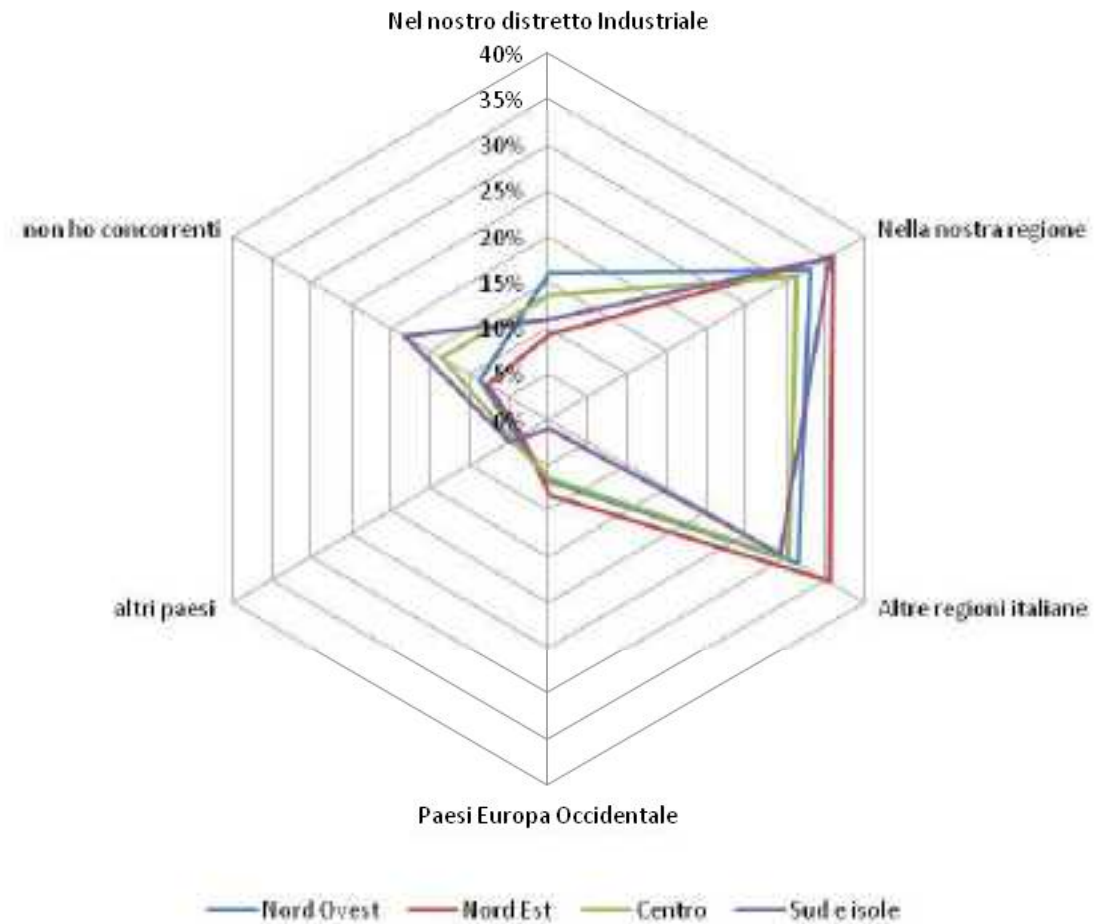
- Gli indicatori di Impegno all'Innovazione rappresentano, per ciascun settore, qual è l'impegno delle aziende verso l'innovazione e quindi, a livello aggregato, come varia lo scenario settoriale dal punto di vista innovativo. Si tratta di due indicatori semplici (andamento investimenti in R&S, andamento dell'occupazione ufficio di R&S) e di un indicatore composto.
  - La costruzione dell'indicatore composto di Impegno all'Innovazione è avvenuta tramite una media dei due indicatori di flusso sull'andamento degli investimenti e dell'occupazione, normalizzata nell'intervallo  $-1/+1$ : assume valori positivi in caso in cui siano di più le aziende che dichiarano di essere in aumento rispetto a chi dichiara una contrazione degli andamenti.
- Gli indicatori di Self Confidence rappresentano la percezione che gli imprenditori di ciascuno dei settori analizzati hanno della propria azienda, espressa in termini di quattro variabili (occupazione, ordinativi, prezzi e fatturato) che sintetizzano i principali aspetti legati alle performance di mercato.
  - Per la costruzione dell'indicatore composto di Self Confidence sono state selezionate tre variabili di flusso (andamento dell'occupazione, andamento degli ordini e andamento dei prezzi) ed è stata fatta la media dei valori dei rispettivi indicatori semplici, normalizzata nell'intervallo  $-1/+1$ : assume valori positivi in caso in cui siano di più le aziende che dichiarano di essere in aumento rispetto a chi dichiara una contrazione degli andamenti.

# **I CONTENUTI DELLA RICERCA IN CAMPO ECONOMICO TERRITORIALE**

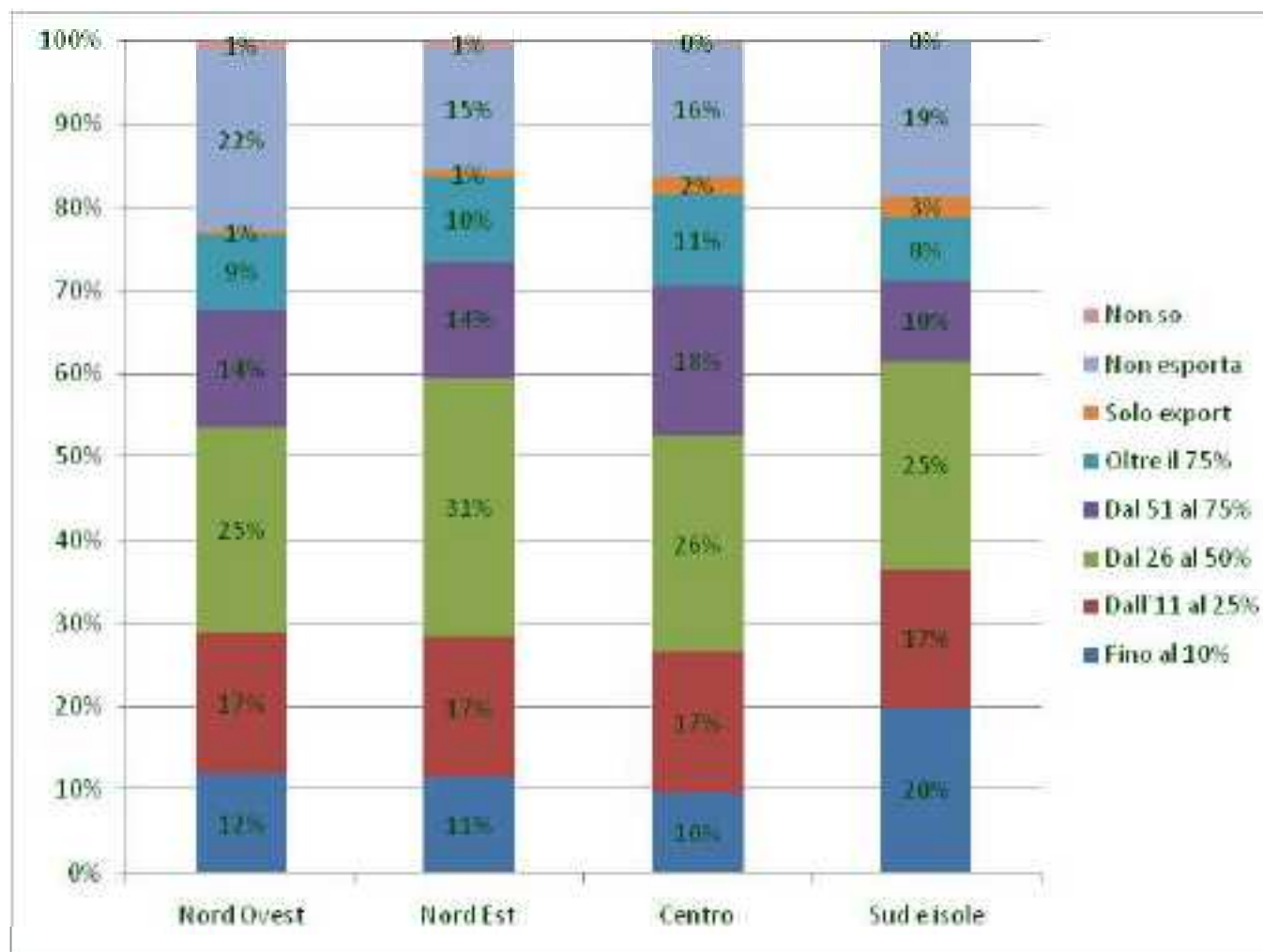
## Focus di analisi

- le imprese italiane sono ben posizionate nello scenario competitivo internazionale o destinate alla marginalizzazione sui mercati locali e produzioni a basso contenuto innovativo ?
- esiste una strategia nazionale o le economie locali mettono in atto specifiche territoriali ?

# le economie locali e la percezione della concorrenza

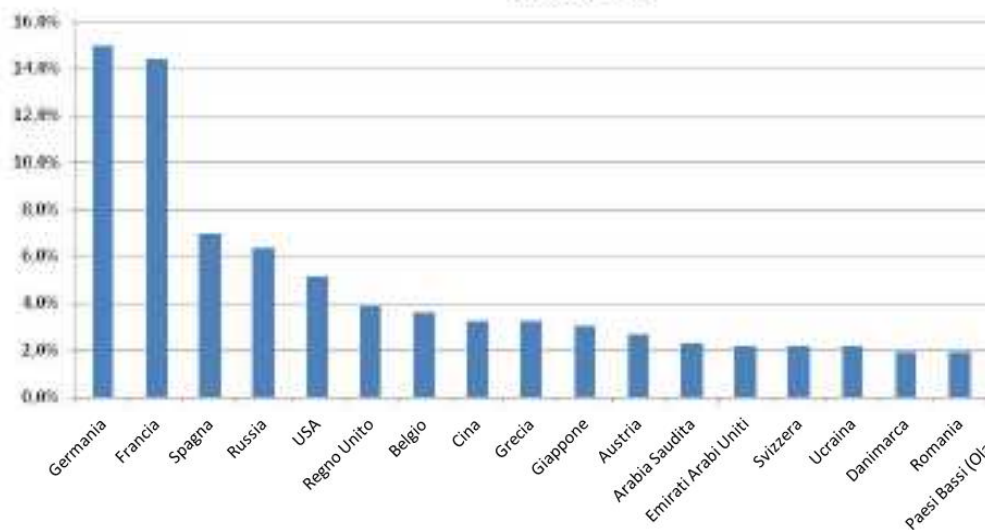


# le economie locali e le quote di fatturato realizzate con l'export

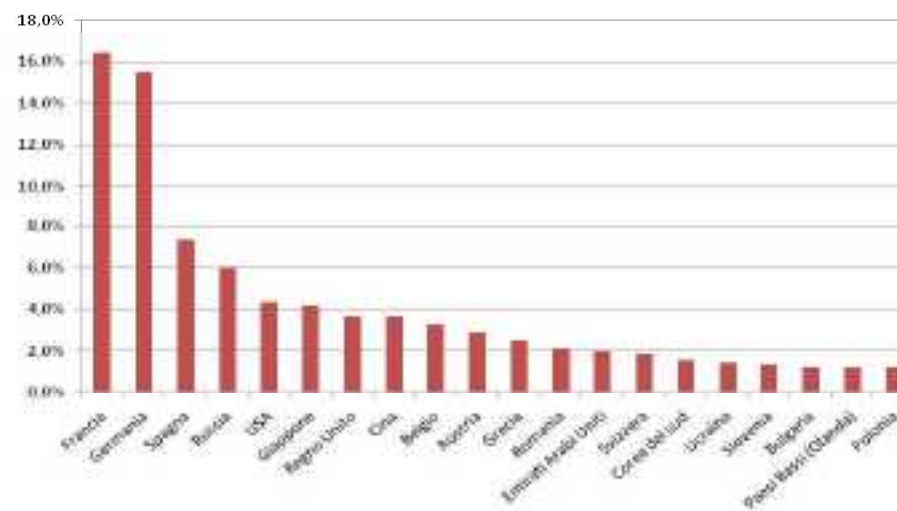


# le economie locali e i principali paesi di sbocco

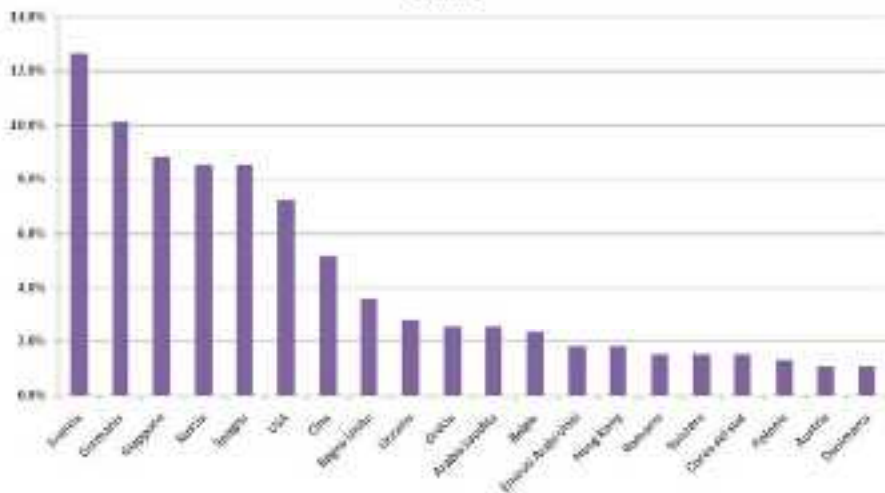
nord ovest



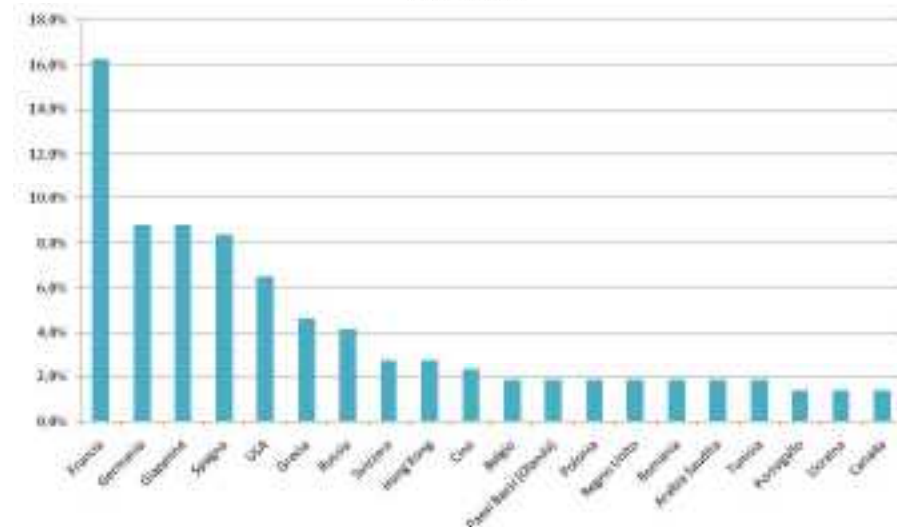
nord est



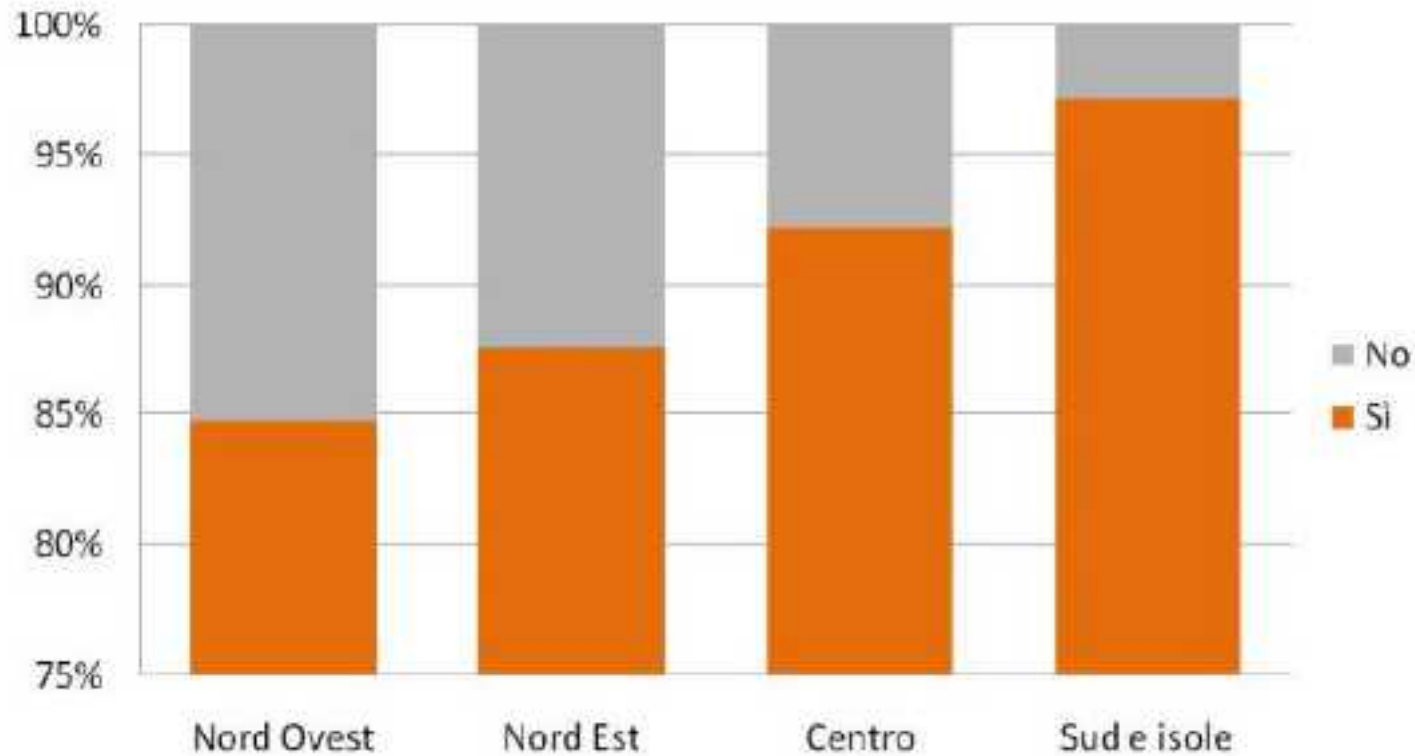
centro



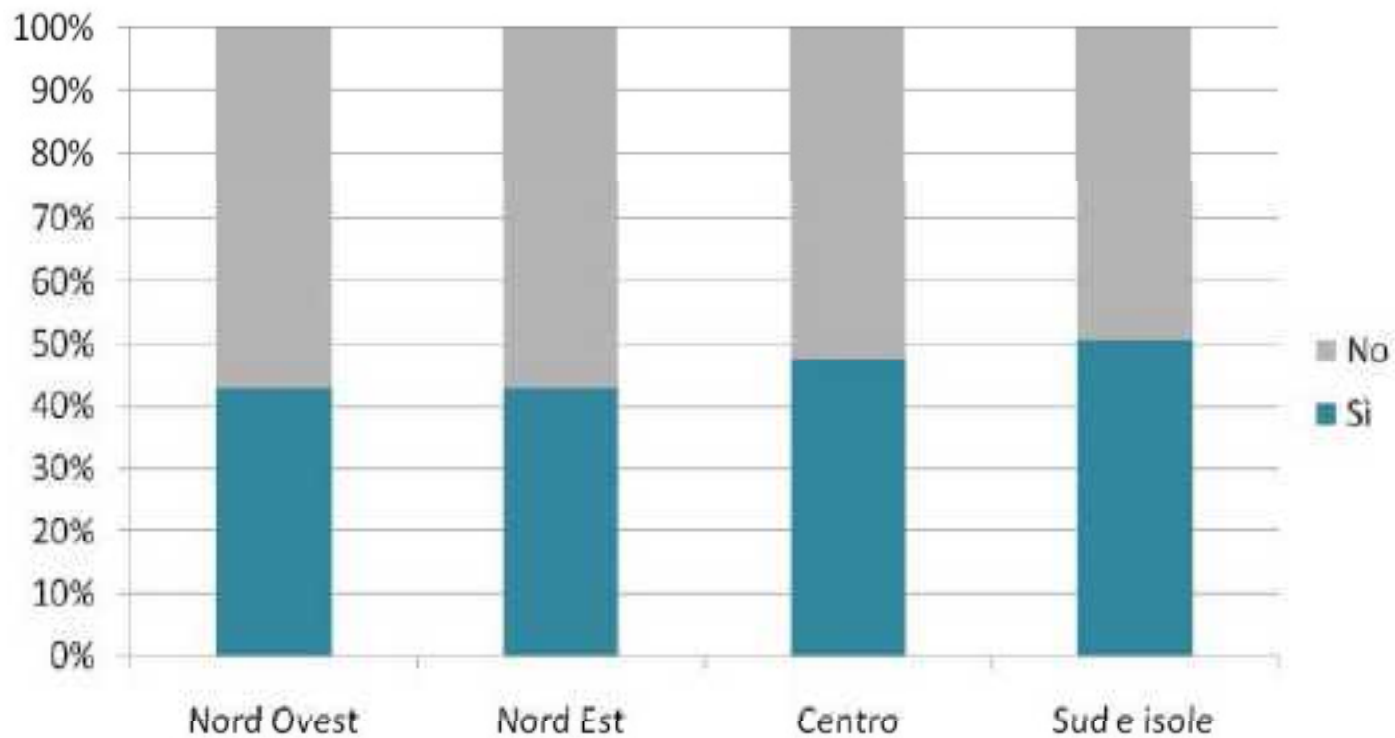
sud e isole



# le economie locali e l'Introduzione di nuovi prodotti sul mercato (ultimi 12 mesi)

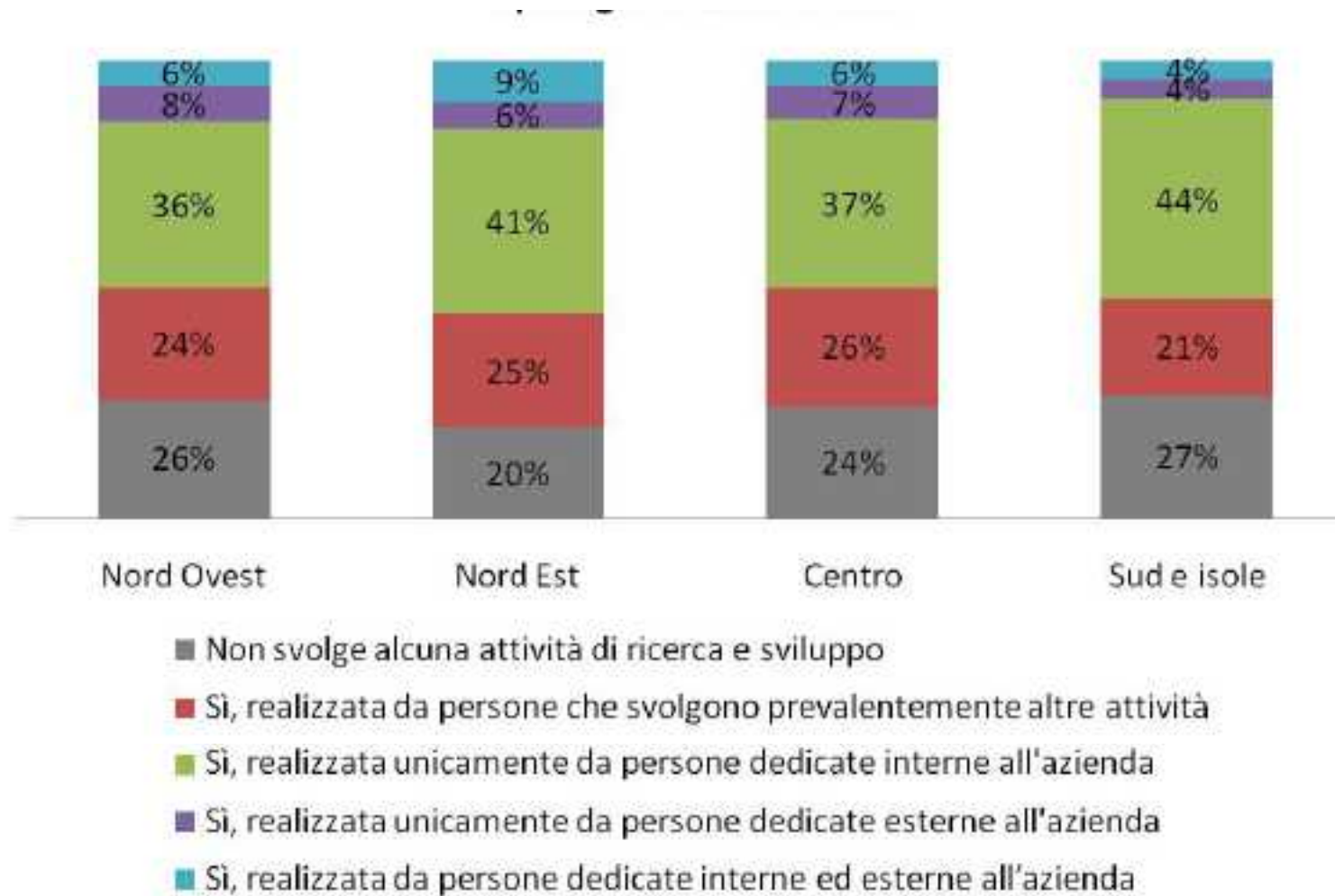


# le economie locali e le innovazioni di processo introdotte (ultimi 12 mesi)

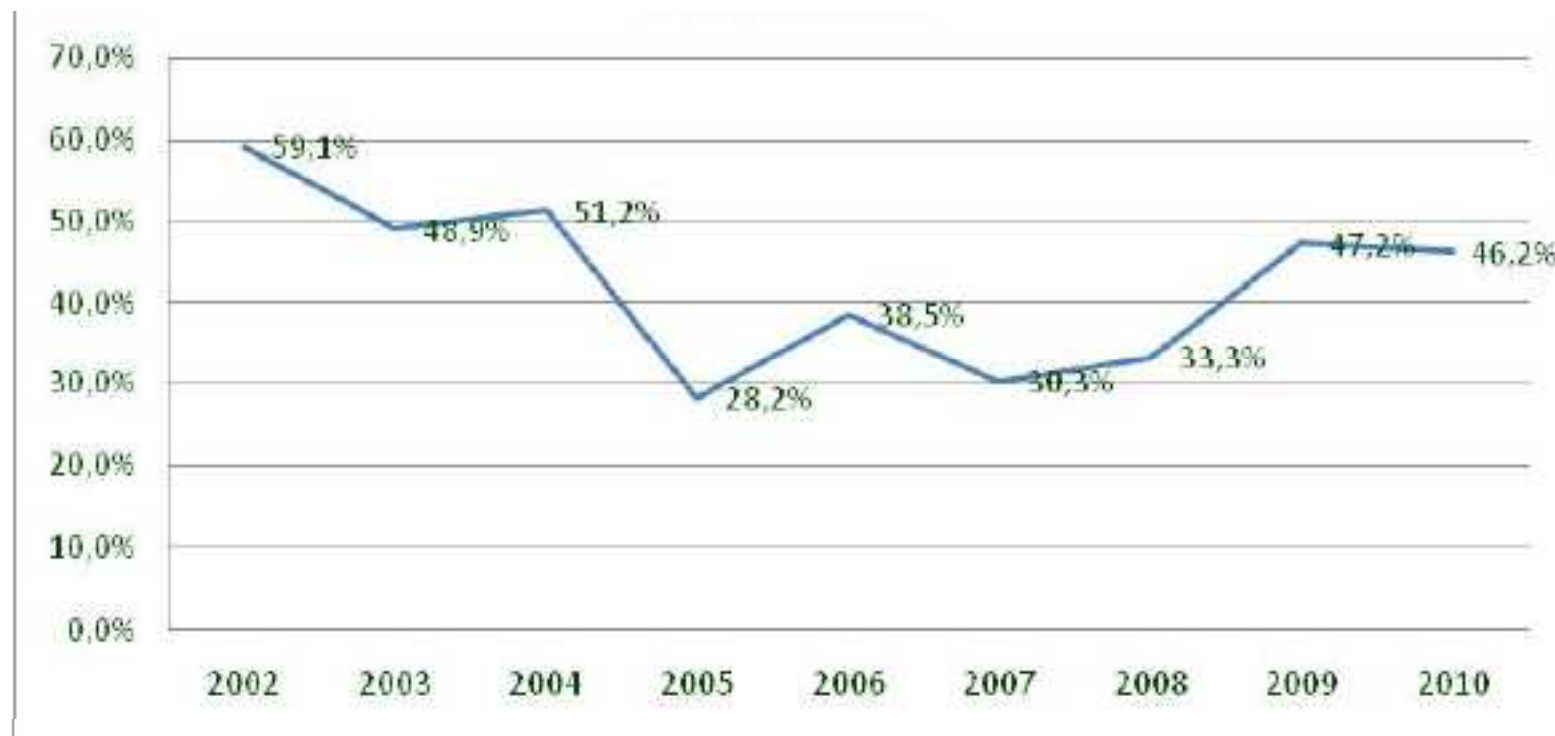




# le economie locali e le diverse tipologie di attività di Ricerca e Sviluppo svolta

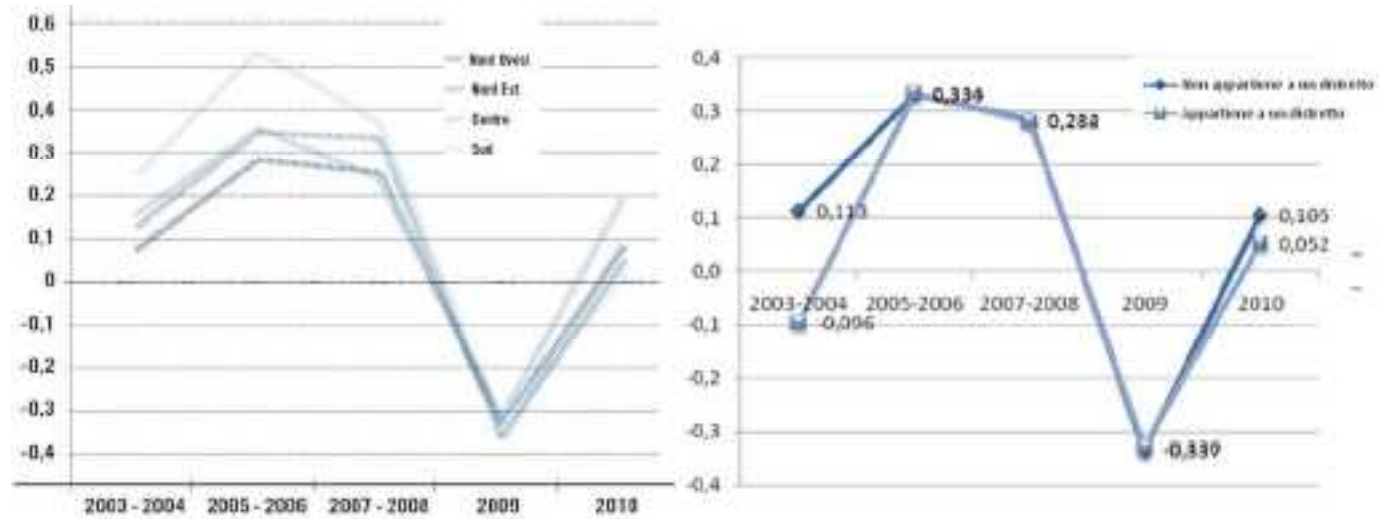


# le economie locali e introduzione di innovazione a seguito della partecipazione alla manifestazione fieristica di Fiera Milano

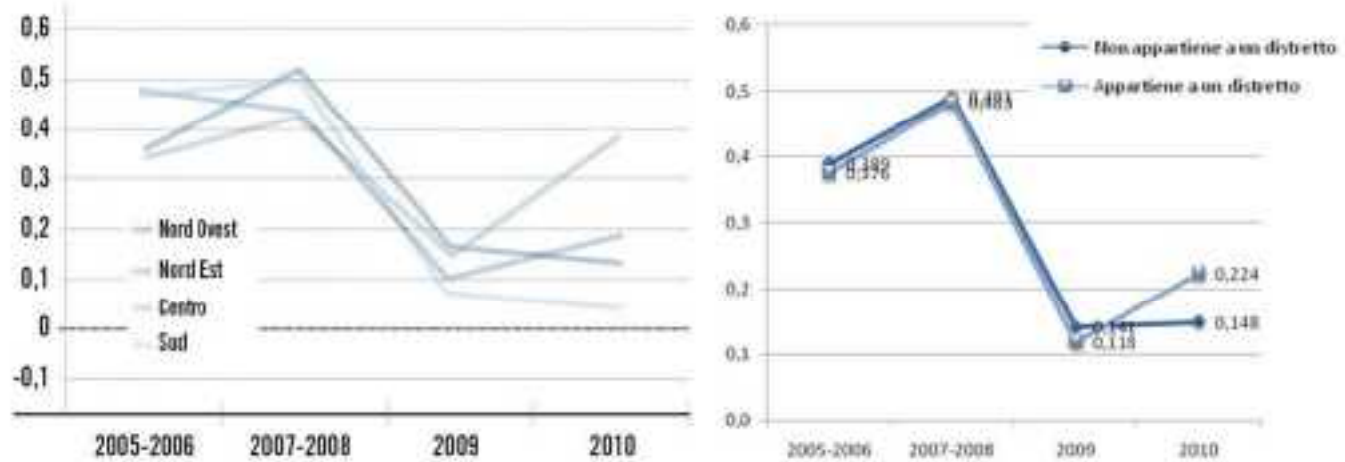


# Meccanica strumentale

SELF CONFIDENCE

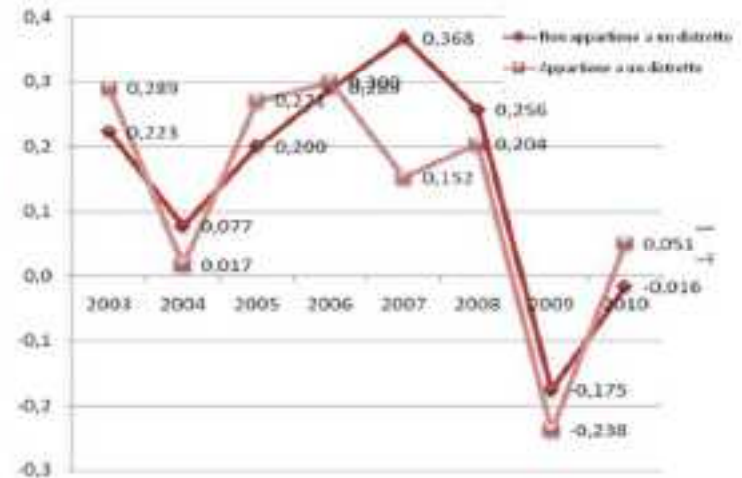
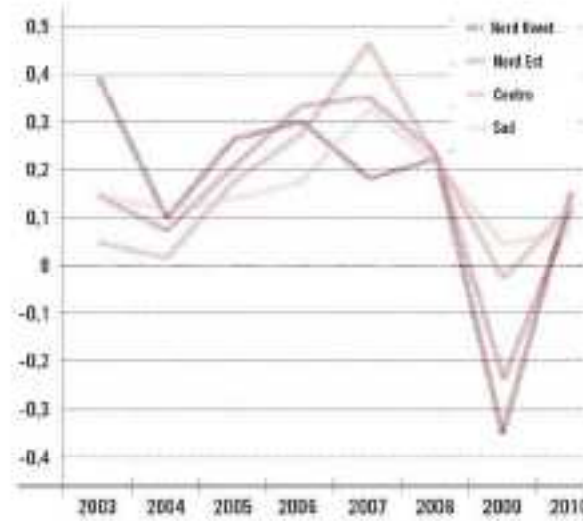


IMPEGNO ALL'INNOVAZIONE

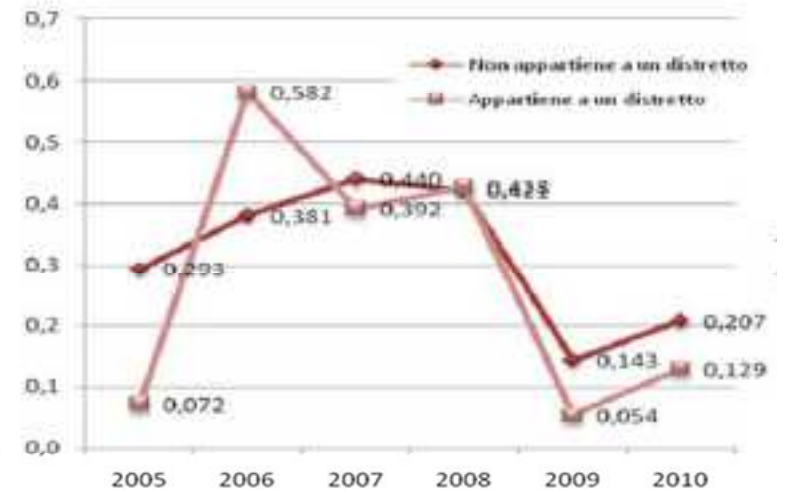
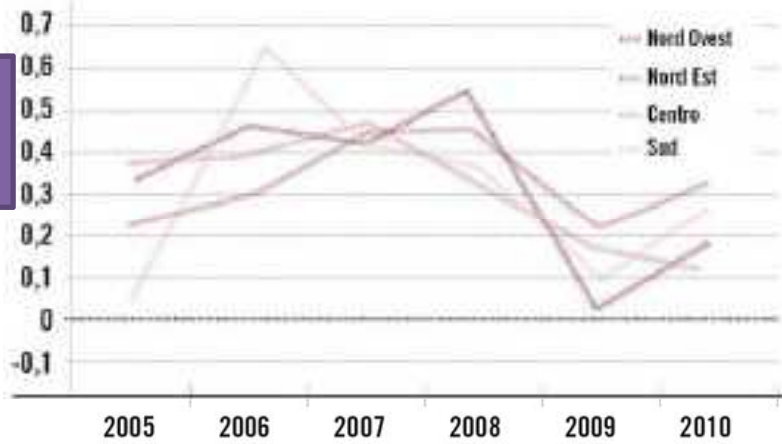


# moda

**SELF CONFIDENCE**

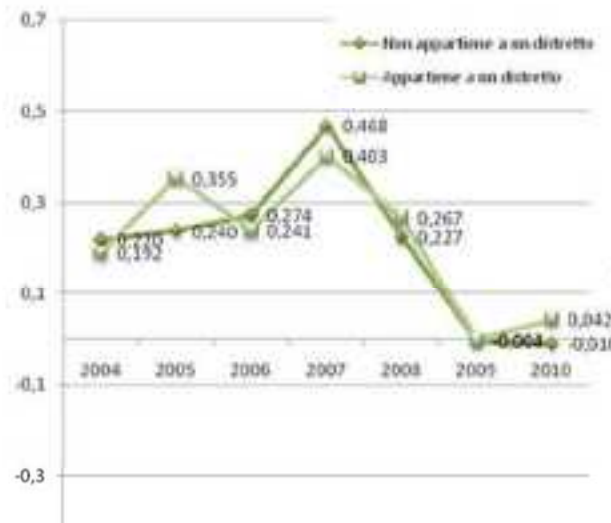
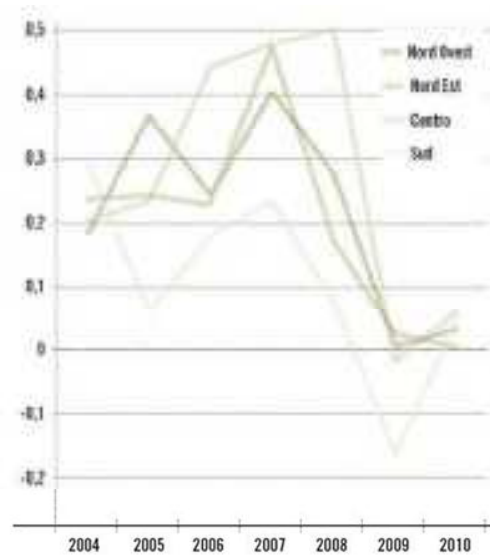


**IMPEGNO ALL'INNOVAZIONE**

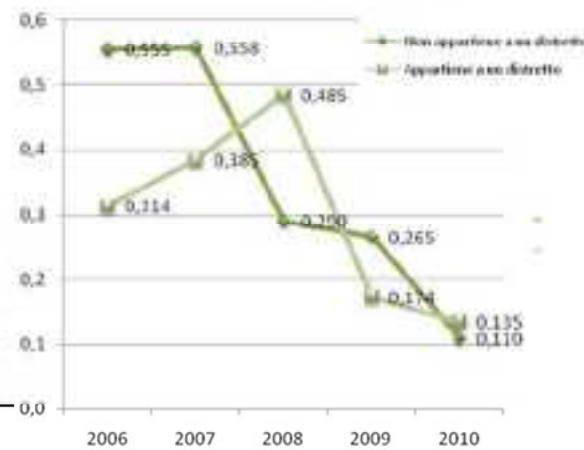
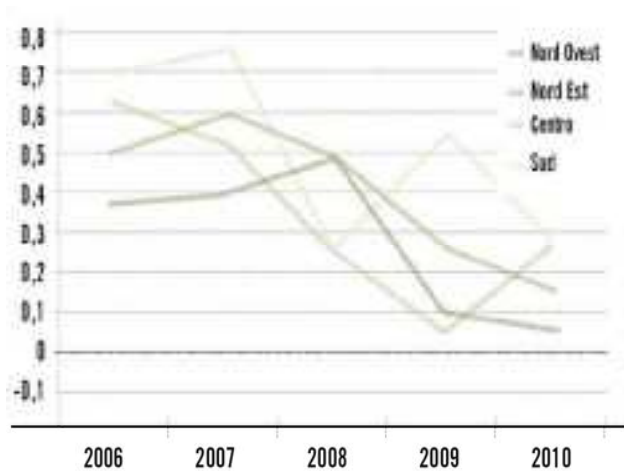


# arredamento

**SELF CONFIDENCE**



**IMPEGNO ALL'INNOVAZIONE**



# alcune riflessioni sulle economie locali che transitano in Fiera Milano: le strategie

- **Percezione della concorrenza**: le imprese espositrici hanno un orizzonte competitivo nazionale e che non temono i competitor esteri.
- **Internazionalizzazione**: le quote di fatturato realizzate con l'export e i Paesi di sbocco, fanno ritenere che si tratti di un campione di aziende molto internazionalizzate, presenti sui mercati esteri e fortemente orientate alla diversificazione degli sbocchi commerciali.
- **Innovazione**: le aziende hanno dichiarato di introdurre nuovi prodotti sul mercato con percentuali intorno al 90%; si sono dimostrate impegnate anche nell'innovazione di processo (circa la metà del campione l'ha effettuata nell'ultimo anno).
- **Il ruolo delle fiere**: circa il 50% del campione riconosce a fiera un ruolo nel processo di apprendimento collettivo, di creazione di nuova conoscenza e di trasmissione di innovazione dichiarando di introdurre innovazioni al seguito della partecipazione ad una specifica manifestazione.

# alcune riflessioni sulle economie locali che transitano in Fiera Milano: l'innovazione e la fiducia

- **L'innovazione** è confermata punto cardine dell'agire delle imprese data la sostanziale tenuta dell'indicatore che misura l'Impegno all'Innovazione.
  - Le aziende espositrici del Made in Italy, pur nella complessa situazione internazionale, hanno provato a mettere in atto dinamiche innovative in risposta alla crisi.
  - Ogni settore presenta strategie e risultati differenti da un punto di vista dell'innovazione, non vi sono costanti che giustifichino generalizzazioni.
- Dal punto di vista della **Self Confidence**, la fiducia nell'andamento del proprio comparto, si può sottolineare un quadro complessivo tendente al miglioramento.
  - In generale hanno performance più positive i settori meno dipendenti dalla domanda interna.
  - Molto significativa è la tendenza che premia, in tutti i comparti considerati, le aziende che cercano mercati di sbocco non tradizionali, tipicamente in Paesi emergenti. Un quadro dunque che vede imprese vivaci e fiduciose soprattutto se impegnate nella ricerca di nuovi e più dinamici mercati.

# Una possibile interpretazione

- Le differenze tra i vari territori in termini di performance degli elementi considerati (concorrenza, export, output innovativi) non risultano particolarmente rilevanti.
- Le manifestazioni internazionali di Fiera Milano sembrano avere un ruolo di selezione delle imprese maggiormente esportatrici, innovative e confidenti su tutto il territorio nazionale: imprese che in quote significative appartengono a distretti industriali (70% dell'Arredamento, 51% della Moda e 30% della Meccanica Strumentale) e che utilizzano le fiere come momenti di verifica e confronto internazionale (global buzz).