



Il Made in Italy letto da Fiera Milano

Incontro GEI
17 marzo 2009
Milano



l'Osservatorio Economico e Territoriale

premesse:

Osservatorio Economico e Territoriale



- 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.
- L' OET nasce nel 2000 con l'obiettivo di dare spessore scientifico al ruolo di Fiera Milano come osservatorio privilegiato dell'economia italiana.
- Ad oggi si compone di 82.000 rilevazioni effettuate durante le principali manifestazioni internazionali ad aziende espositrici (5.000 / anno), aziende visitatrici (4.000 / anno) e consumatori (1.000 / anno), per un totale di 10.000 rilevazioni / anno

I settori analizzati



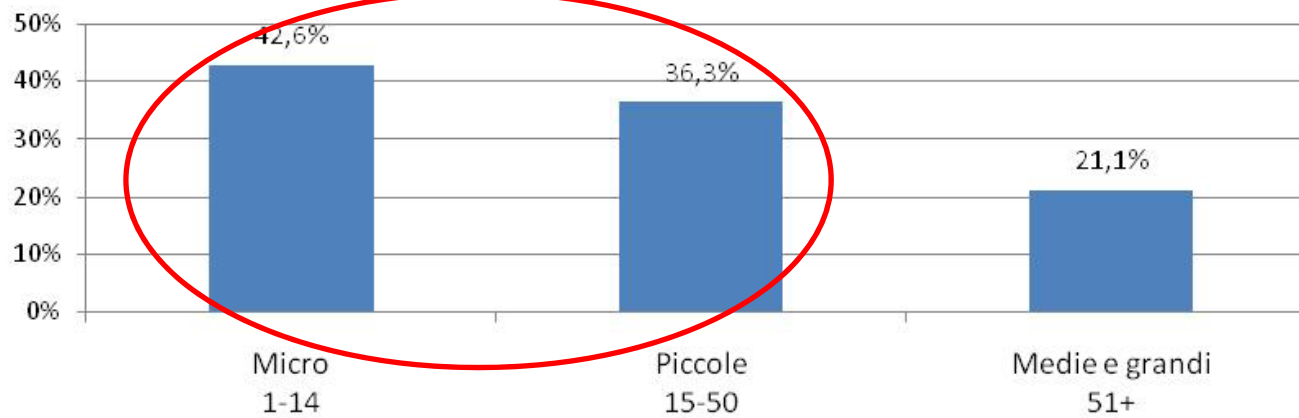
Per il 2008 sono stati analizzati tre settori portanti del Made in Italy:

- **Arredamento:** mobili, prodotti intermedi, illuminazione;
- **Moda:** tessile, maglieria, abbigliamento, cuoio, borse, calzature, ottica;
- **Meccanica Strumentale:** macchine utensili, altre macchine, altro

la dimensione d'impresa OET



DISTRIBUZIONE DIMENSIONALE DELLE AZIENDE ESPOSITRICI NEI
TRE SETTORI CONSIDERATI



il 79% del campione ha
meno di 50 dipendenti

Gli indicatori originali FFM



Abbiamo indagato due dimensioni per valutare lo stato di salute delle aziende italiane:

- **Self Confidence**
- **Impegno all'Innovazione**

l'indicatore di Self Confidence

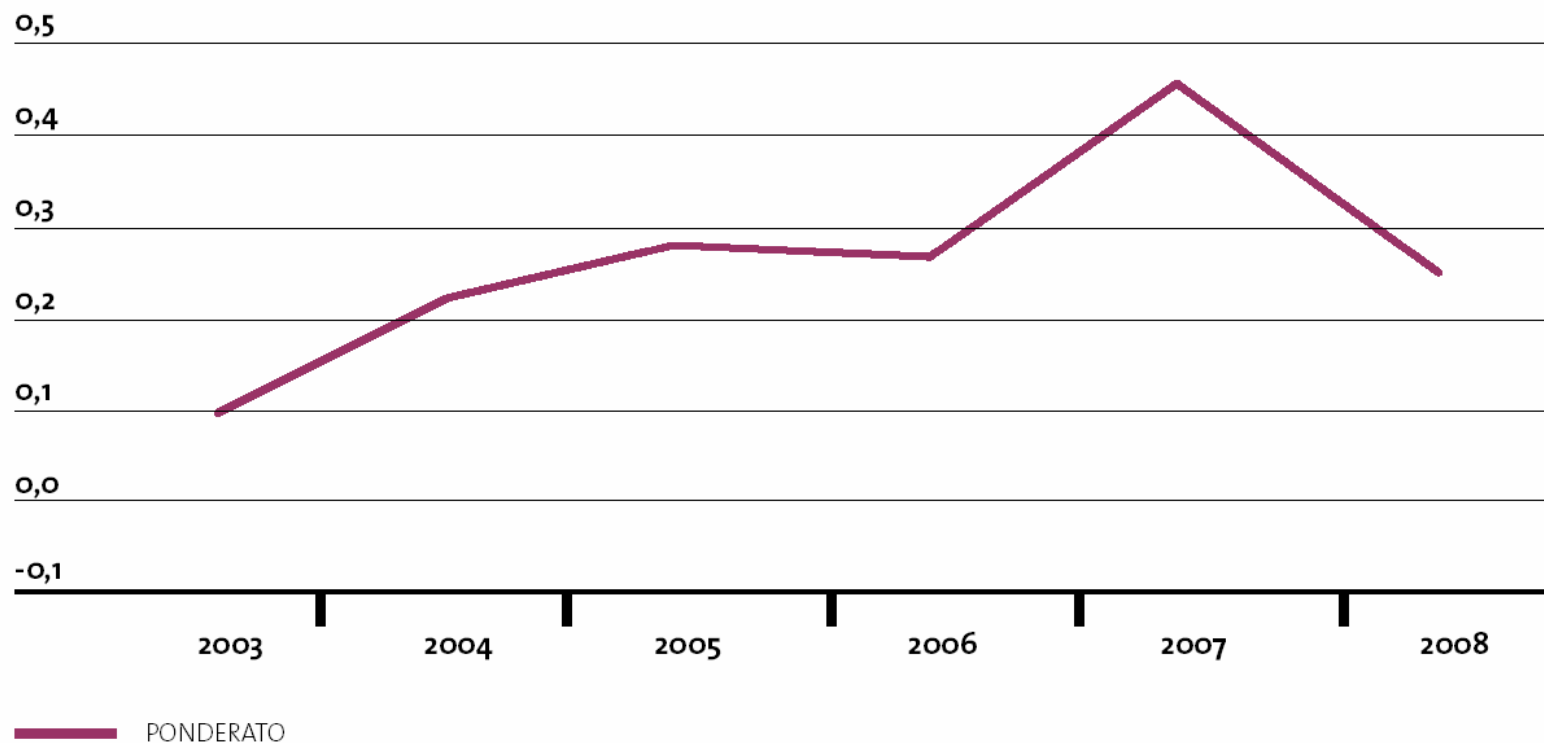


Gli indicatori di Self Confidence **rappresentano la percezione che gli imprenditori hanno della propria azienda**, espressa in termini di **cinque variabili** che sintetizzano i principali aspetti legati alle performance di mercato:

- andamento dell'occupazione
- andamento degli ordinativi
- andamento dei prezzi
- andamento del fatturato
- quote di fatturato realizzate con l'export

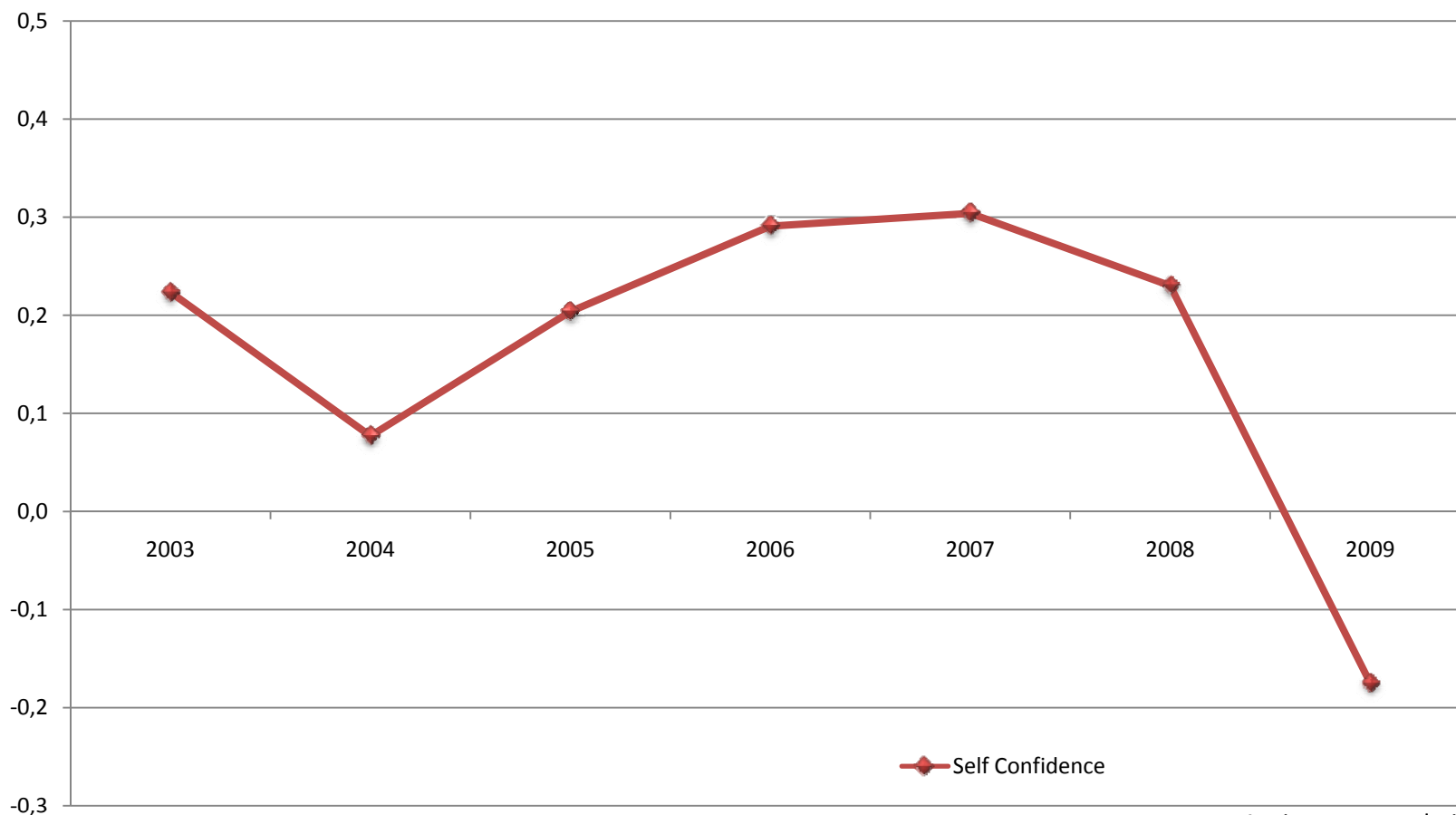
Indicatore composto
di Self Confidence

Self Confidence arredamento (2008)



Aggiornamento dati: aprile 2008

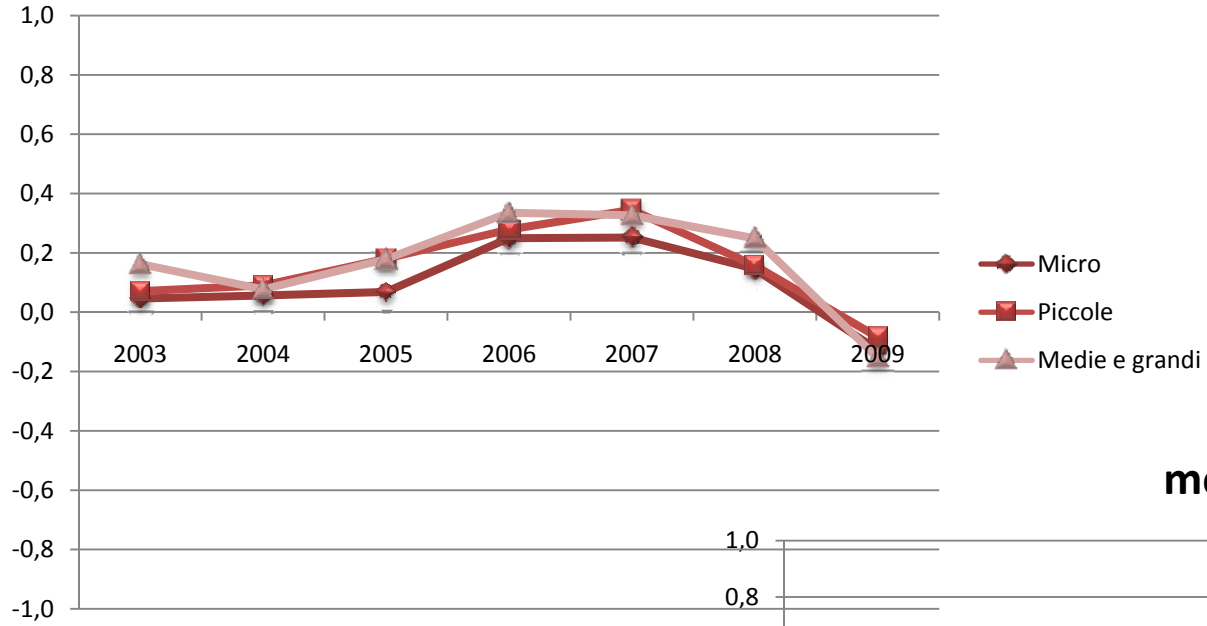
Self Confidence moda (1° 2009)



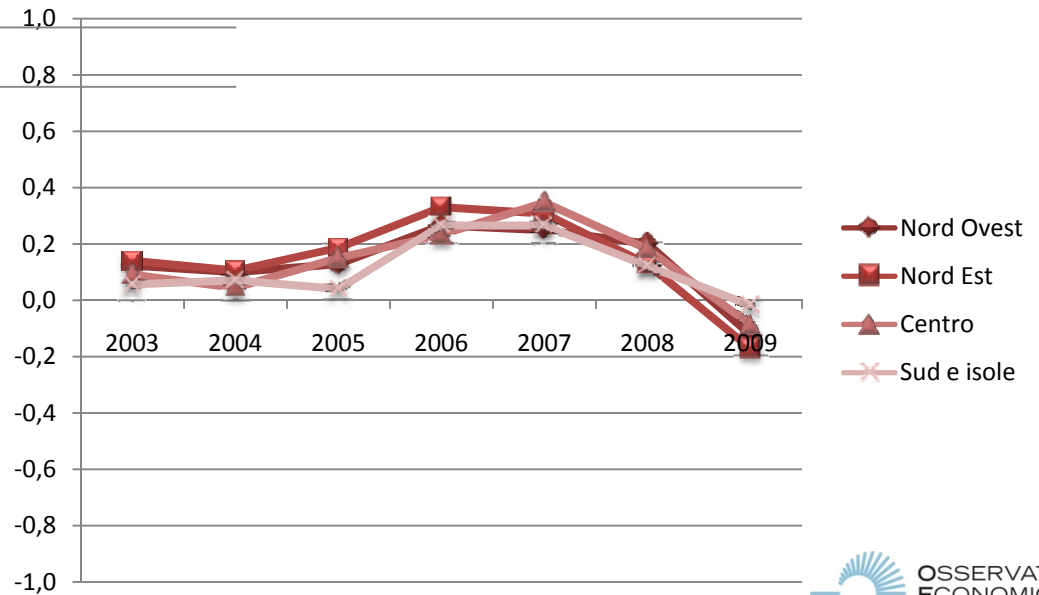
Aggiornamento dati: marzo 2009



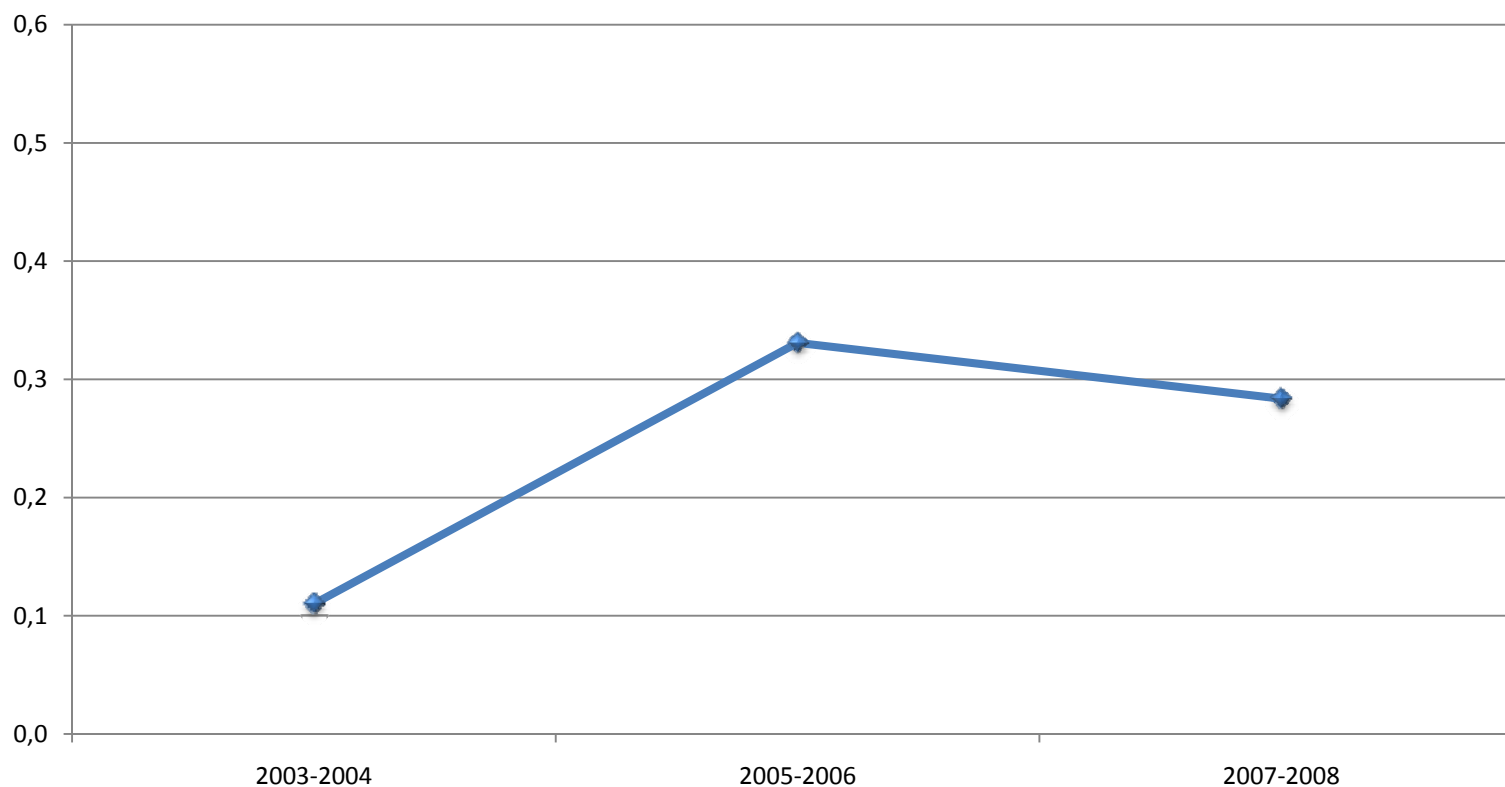
moda



moda



Self Confidence **meccanica strumentale** (2008)



Aggiornamento dati: ottobre 2008

Impegno all'Innovazione



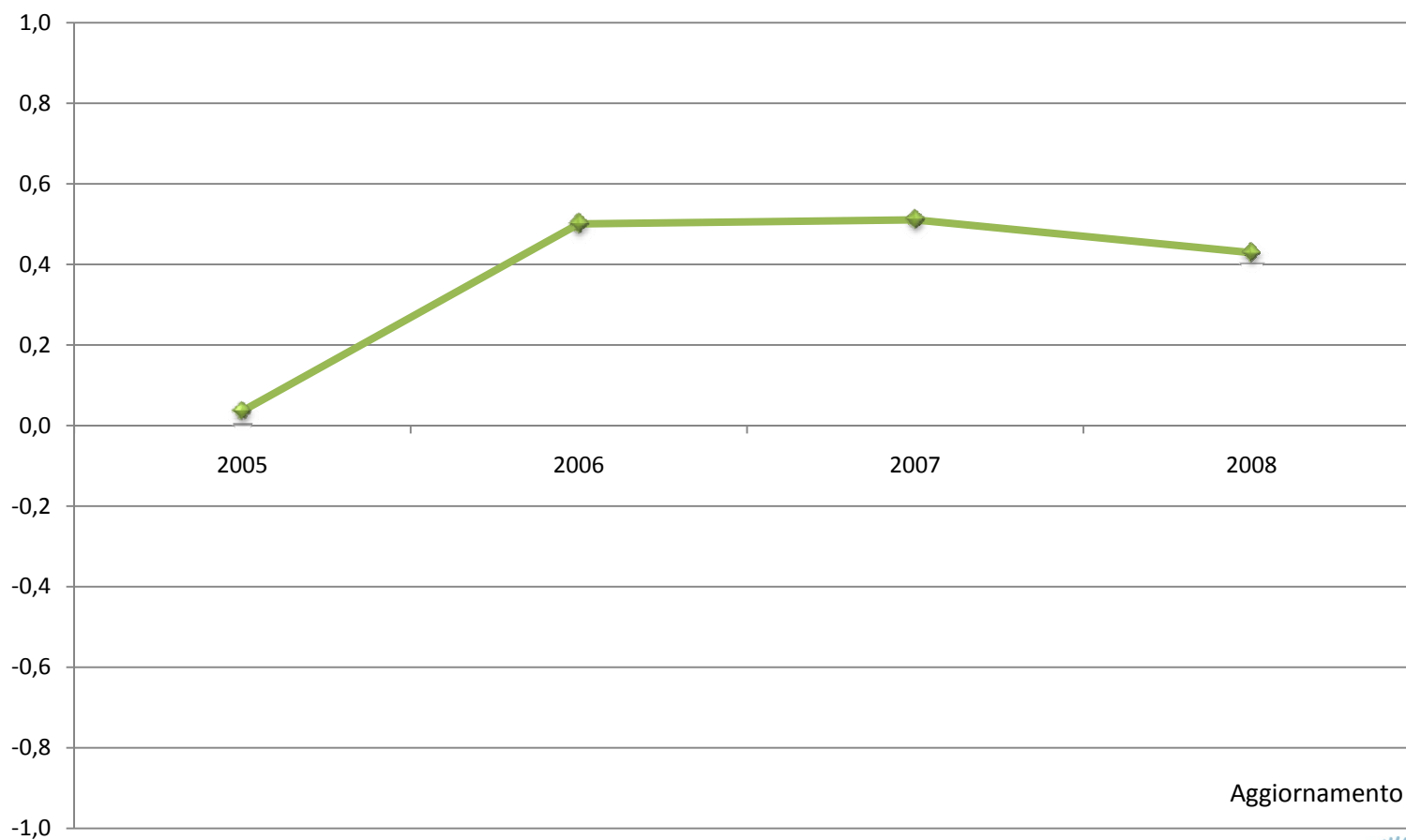
Gli indicatori di Impegno all'Innovazione rappresentano **qual è l'impegno delle aziende verso l'innovazione** e quindi, a livello aggregato, **come varia lo scenario settoriale dal punto di vista innovativo**:

- Andamento degli investimenti in R&S
- Andamento dell'occupazione nell'ufficio R&S

Indicatore composto
di Impegno all'Innovazione

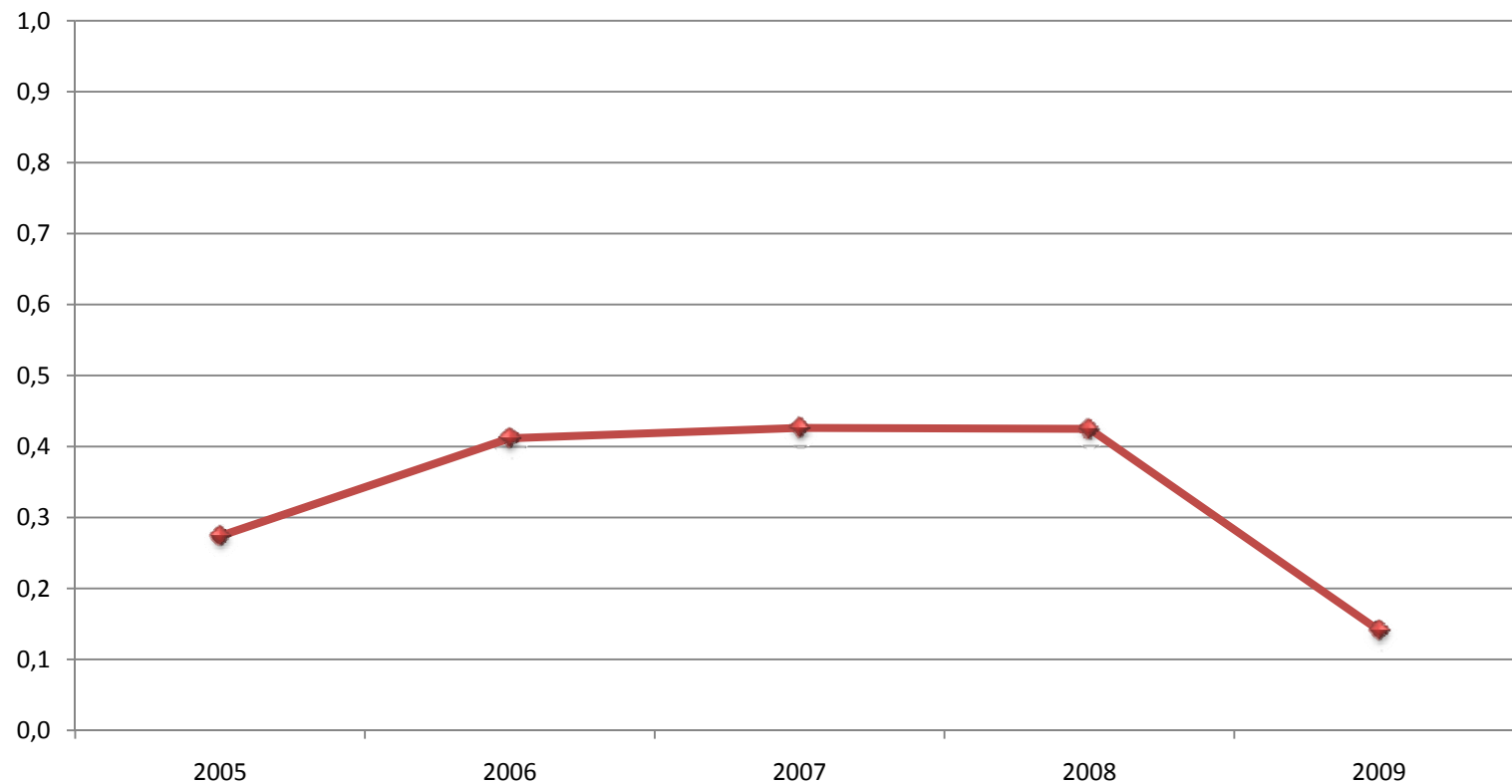
- Presenza dell'ufficio di R&S
- Attitudine a brevettare
- Cooperazione in progetti di R&S con altre aziende o con istituzioni

Impegno all'innovazione arredamento



Aggiornamento dati: aprile 2008

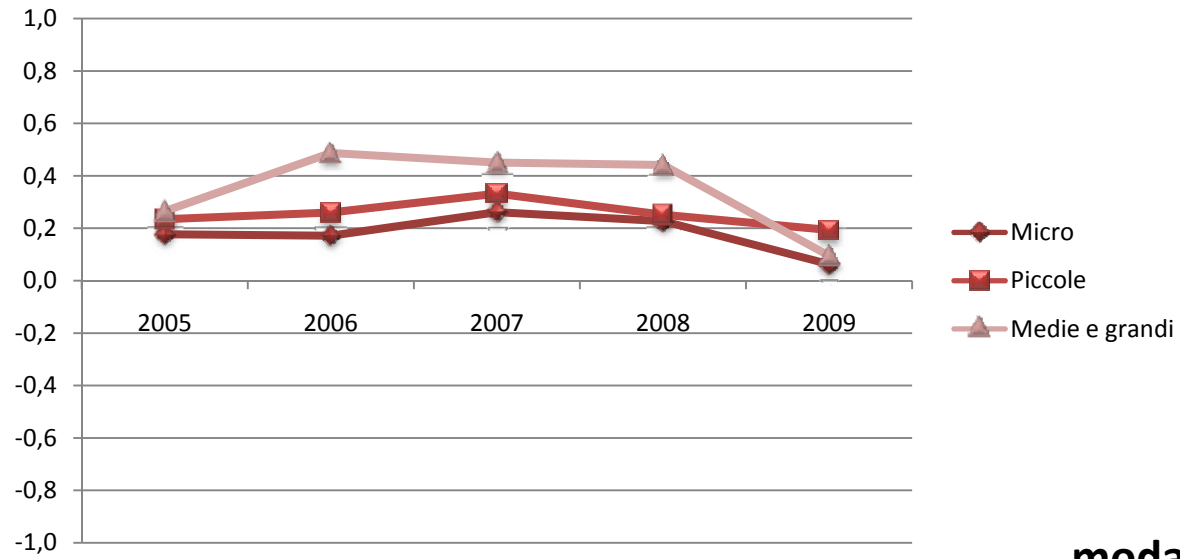
Impegno all'innovazione moda



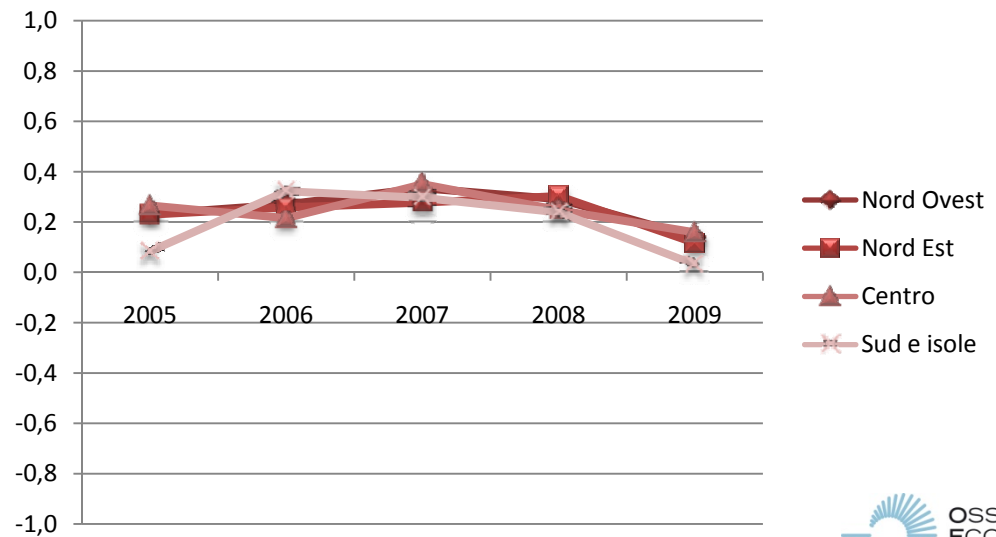
Aggiornamento dati: marzo 2009



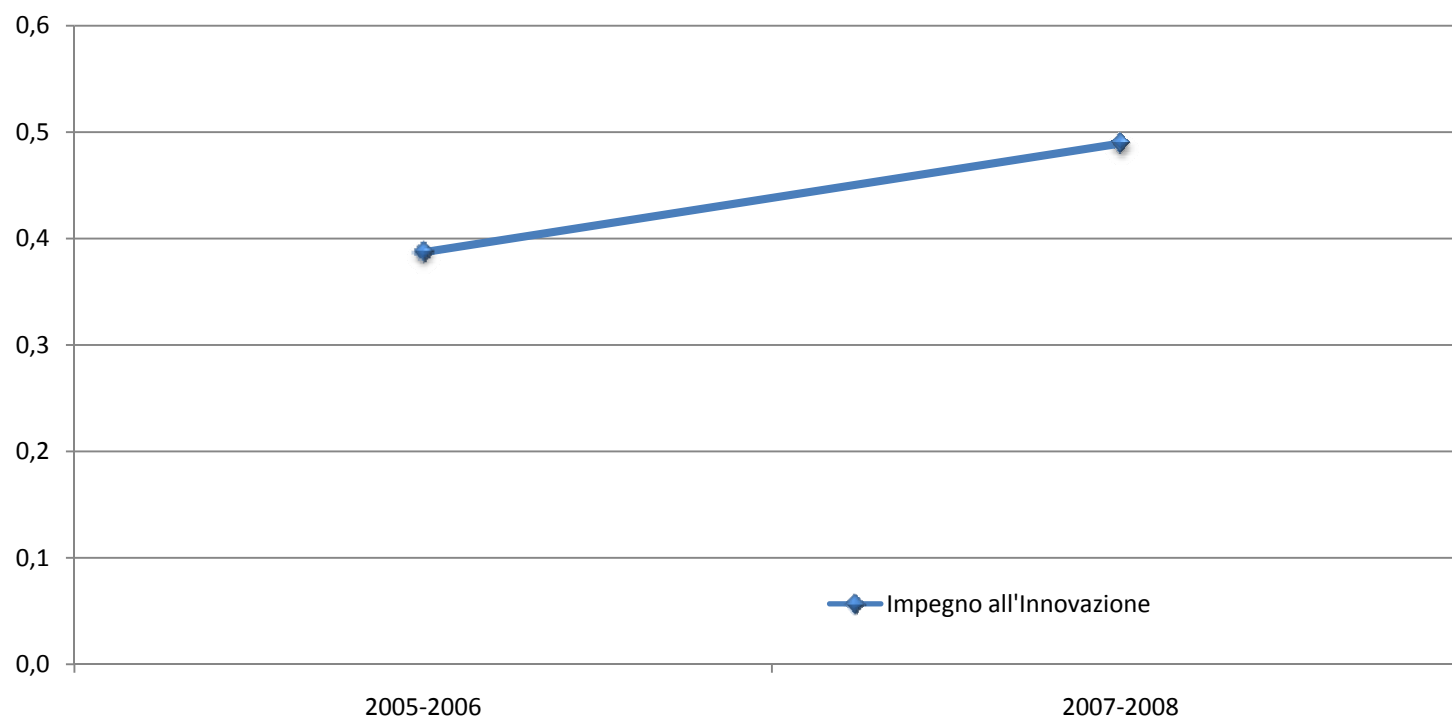
moda



moda



Impegno all'innovazione meccanica strumentale



Aggiornamento dati: ottobre 2008

Italy Confidence



- L'indicatore di **Italy Confidence** rappresenta **la percezione dell'economia italiana da parte del campione di imprenditori che partecipa alle fiere (espositori)**
- Si ottiene chiedendo alle aziende espositrici **di fornire una previsione di breve termine – a tre mesi – sull'economia italiana in generale**
- L'indicatore ha come base dati **tutto il campione** di espositori italiani

Italy Confidence

