

**Comunicato Stampa**

*Presentata la 3^ edizione dell’Osservatorio Export di Confindustria Veneto Est con SACE e Fondazione Nord Est.*

*In crescita anche il valore delle esportazioni del +24,8% nel 2022 rispetto al 2019. Investire in sostenibilità ambientale rende più competitivi e per il 34,8% ha facilitato l’accesso ai mercati (49,5% per le imprese più grandi).*

*L’export cresce con il digitale. Germania, Francia, USA i Paesi target nel 2024, Emirati Arabi Uniti tra gli extra Ue*

**RETI DI FORNITURA PIù VICINE (PER IL 18%), TRAINO DI SOSTENIBILITà E DIGITALE. COSì LE IMPRESE DEL VENETO EST SPINGONO**

**LA QUOTA ESTERA DI FATTURATO AL 36%**

*Polin: «Filiere corte e transizioni gemelle fanno crescere il manifatturiero. Ora politiche industriali nazionali e Ue*

*per far emergere il potenziale di crescita. Incentivare attrattività dei territori e competitività per nuovi investimenti»*

(Padova-Treviso-Venezia-Rovigo - 31.01.2024) - I venti di guerra, dall’Ucraina a Gaza e Yemen, dopo pandemia e crisi energetica, hanno accelerato il riposizionamento sui mercati esteri e la riorganizzazione delle catene globali di fornitura. Ma non hanno scalfito la proiezione internazionale delle imprese manifatturiere del Veneto Est, con una **quota di fatturato estero** nel 2022 salita al 36% (valore medio) dal 33,5% nel 2021; in crescita anche il valore delle esportazioni del +24,8% rispetto al 2019, grazie anche al *boost* della doppia transizione digitale e verde.

È quanto emerge dall’Osservatorio Export 2023 *“Le imprese del Veneto Est tra transizioni gemelle e internazionalizzazione”* di **Confindustria Veneto Es**t in collaborazione con **SACE** e **Fondazione Nord Est**, realizzato su un campione di 649 imprese manifatturiere delle province di Padova, Treviso, Venezia e Rovigo che rappresentano quasi metà dell’export regionale (38,4 miliardi di euro nel 2022). L’indagine rileva le modalità di internazionalizzazione delle imprese, le aree geografiche e i Paesi target per il 2024, la rimodulazione delle catene globali del valore, la relazione tra **processi di internazionalizzazione, transizione digitale e sostenibilità ambientale**.

L’evento di presentazione si è svolto oggi a Palazzo Giacomelli a Treviso. Sono intervenuti la Consigliere Delegata per l’Internazionalizzazione di Confindustria Veneto Est **Alessandra Polin** e il Direttore Generale **Gianmarco Russo**, il Responsabile Scenari Economici Ufficio Studi SACE **Ivano Gioia**, il Ricercatore Senior Fondazione Nord Est **Gianluca Toschi**, il Presidente La Marca Vini e Spumanti Sca **Claudio Venturin**, il COO e Sustainability Manager Panta Rei Srl **Giovanni Manti**, **Mirko Longo** Head of Sales Xilia Srl. L’evento è stato moderato dalla giornalista economica **Katy Mandurino**.

*«L’internazionalizzazione nelle sue diverse forme, come emerge dall’Osservatorio, rimane un elemento imprescindibile di crescita per il nostro sistema produttivo* - dichiara **Alessandra Polin, Consigliere Delegata Confindustria Veneto Est per l’Internazionalizzazione** - *pur in un anno ancora di incertezze e nuovi rischi per i flussi commerciali, dovuti alla forte riduzione dei transiti nel canale di Suez, con un impatto fortissimo su tempi e costi dei container cresciuti del 350% rispetto al 2020. Le nostre imprese hanno grande capacità di reazione e adattamento ai mutamenti, come conferma l’elevato numero di imprese che hanno rimodulato e accorciato le catene di fornitura o guardano a nuovi Paesi. Nonostante gli shock degli ultimi anni, le aziende hanno profuso un grande sforzo e investimenti tesi a innovare in tecnologie digitali e ad adottare azioni di sostenibilità (riduzione emissioni, maggior controllo etico-sociale sulle produzioni) per essere più competitive sui mercati globali. Salvaguardare e potenziare la loro presenza internazionale è una priorità assoluta: occorre una politica industriale nazionale ed europea capace di far emergere, ulteriormente, le enormi potenzialità delle nostre imprese, sostenendole nell’affrontare le sfide e le opportunità della transizione ecologica e digitale. E occorrono strategie di attrazione degli investimenti, aumentando l’attrattività del territorio e la competitività delle imprese, in modo da favorire sia nuovi investimenti in Italia e in Veneto, sia il reshoring di attività strategiche e a più alto valore aggiunto»*.

Nel corso dell’evento è stato assegnato il **Premio Exporter of the Year 2023**riservato ad aziende partecipanti alla ricerca che si sono distinte per la performance sui mercati internazionali (in base a un indice calcolato sulla differenza tra il fatturato estero 2022 e quello 2019, rapportato alla media dei ricavi complessivi nei due esercizi). Per la categoria *Grandi Imprese* ha vinto **La Marca Vini e Spumanti S.c.a.**; per la categoria *Piccole e Medie Imprese* premio a **Panta Rei Srl**; nella categoria *Beginners* (aziende con esperienza più recente sui mercati esteri) ha vinto **Xilia Srl**.

I principali risultati dell’Indagine **Osservatorio Export 2023**

* Dall’analisi delle **strategie di internazionalizzazione**, emergono quattro cluster di imprese:
1. *Internazionalizzati a 360°* (6% delle imprese totali) è composto da imprese medio-grandi (oltre metà ha ricavi superiori ai 50 milioni di euro) che realizzano all’estero il 60,7% del fatturato (valore medio), di cui il 31% extra-Ue, e presentano forme più complesse di partecipazione e presidio dei mercati esteri: non solo import (nel 51,3% dei casi)-export, ma anche filiali, negozi, uffici commerciali o impianti di produzione situati all’estero (53,8%);
2. *Esportatori globali* raggruppa tutte quelle imprese - una su tre, 32,4% - che realizzano all’estero una quota media di fatturato del 73,3% (44,9% nei Paesi Ue), operano continuativamente nei mercati internazionali, ma la cui presenza si limita prevalentemente alla vendita diretta o in regime di subfornitura. Solo una su cinque ha ricavi oltre i 50 milioni di euro;
3. *Esportatori attenti al mercato domestico* è composto da imprese (35,6% del totale) il cui fatturato è conseguito per il 23,9% all’estero, ma che mantengono come mercato di riferimento quello interno. Una parte (18,6%) importa materiali e componenti. Hanno in prevalenza meno di 50 addetti, ricavi sotto i 10 milioni di euro;
4. *Esportatori occasionali/non esportatori* è composto da imprese (26% del totale) che non esportano o generano attraverso le esportazioni una quota marginale dei ricavi. Sono di piccole dimensioni e fatturano in media meno di 10 milioni. Il loro rapporto di vendita nei mercati esteri è prevalentemente occasionale.
* Nel complesso, le **esportazioni dirette** si confermano la principale modalità di presenza all’estero delle imprese del Veneto Est (58,2%), seguita dall’import di materiali e componenti (21,9%), vendita occasionale (16%), esportazioni in subfornitura (15,4%), quindi presenza con filiali commerciali o negozi (9,6%), uffici di rappresentanza (7,2%) e produzione con proprie sedi e stabilimenti (4,8%).
* Nel 2022 la **quota di fatturato** realizzata all’estero è salita al 36% (valore medio) dal 33,5% nel 2021; in crescita anche il valore delle esportazioni di beni del +24,8% rispetto al 2019, grazie anche al *boost* della doppia transizione digitale e verde.
* Germania, Francia e Stati Uniti sono i ***place to be*** più rilevanti per l’export nel 2024. Tra i primi tre Paesi target extra Ue, dopo gli Usa, spiccano Regno Unito (nonostante Brexit) e la presenza, emergente, degli Emirati Arabi Uniti come terzo Paese più rilevante. Non compare invece la Cina.
* Prosegue la **revisione delle catene di fornitura**: negli ultimi due anni il 28,2% delle imprese ha cambiato almeno un fornitore strategico (34,7% nell’Osservatorio precedente). Tra queste, il 53,3% ha optato per nuovi fornitori strategici più vicini, in Italia, il 10,3% ha scelto fornitori più vicini, ma fuori dall’Italia (Paesi Ue, in prevalenza). Un *reshoring* delle proprie forniture ancora in atto, orientato in larga prevalenza verso la scelta di fornitori più vicini e che riguarda nel complesso il 18% delle imprese (26% nell’Osservatorio precedente).
* Abbracciare la transizione *green* e digitale porta le imprese ad essere più resilienti, ma soprattutto **più competitive** in ambito internazionale.
* Il fattore **sostenibilità** è ritenuto dall’83% degli imprenditori e manager intervistati un driver importante o molto importante per l’espansione internazionale della propria azienda (92,9% per le imprese più grandi), di pari passo con l’accresciuta attenzione al tema da parte di clienti e fornitori internazionali rilevata dal 53%. Dall’opinione all’esperienza: adottare politiche di sostenibilità ambientale migliora la reputazione internazionale dell’impresa (per l’80,9%); per più di un terzo (34,8%) ha facilitato l’accesso ai mercati internazionali, quota che sale al 49,5% per le imprese più grandi.
* Per il 68,2% l’attenzione alla sostenibilità dei potenziali clienti è tra variabili nel valutare un nuovo mercato (per il 10,9% è fondamentale). Nella scelta prevalgono le opportunità legate alla sostenibilità in termini di ricettività di mercato (49,7%). Tra le difficoltà, il 38,3% rileva i costi eccessivi a fronte di un ritorno economico incerto, le normative sulla sostenibilità non chiare nei Paesi target (24,7%).
* Tra le principali sfide nell’integrare la sostenibilità nella catena globale del valore, il 38,4% delle imprese segnala la difficoltà a monitorare il rispetto dei principi di sostenibilità lungo tutta la catena di approvvigionamento, il monitoraggio e valutazione delle pratiche di sostenibilità dei propri fornitori (35,3%) e la selezione di fornitori sostenibili (34,5%).
* La **digitalizzazione** si conferma un fattore abilitante nei processi di internazionalizzazione. Per il 67,2% delle imprese ha reso più efficienti la collaborazione e comunicazione remota, per il 56% ha migliorato la gestione automatizzata degli ordini e per il 53% le capacità di servizio ai clienti (da remoto). Un’evidenza che indurrà in futuro oltre metà delle imprese (52,1%) ad aumentare la propria presenza online (siti, social), ad investire in marketing digitale (content e performance marketing, web analytics e automation, 38,1%), ad adottare software per la mappatura e gestione dei rischi (34,4%), compresi quelli di sostenibilità ambientale, ma anche ad aumentare la formazione/istruzione a distanza offerta ai propri clienti all’estero (30,3%).

**Le aziende Exporter of the Year 2023**

***Categoria Grandi Imprese - La Marca Vini e Spumanti S.c.a.*** *prende il nome dalla zona “La Marca Trevigiana”, situata nel cuore della regione italiana del Prosecco, dove vengono coltivate le sue uve. Fondata nel 1968, La Marca è una cooperativa di secondo livello, che comprende otto cantine di primo livello, con quattordici stabilimenti di trasformazione, ubicate nella provincia di Treviso. Oggi, con più di 5.000 viticoltori e più di 15.000 ettari di vigneto, La Marca rappresenta i prodotti del territorio del Prosecco in tutto il mondo. Conoscenze tramandate da generazioni negli anni, esperienza e professionalità nella vinificazione, competenza e dinamiche strategie commerciali sono gli elementi che fanno di questa azienda una delle cantine più rappresentative della regione del Prosecco.* [*www.lamarca.it*](http://www.lamarca.it)

***Categoria Piccole e Medie Imprese - Panta Rei Srl****., di Fiesso d’Artico (VE), membro del programma ELITE del Gruppo Euronext, offre servizi di ingegneria progettuale e fornitura di soluzioni tecnologiche ed impiantistiche innovative per il trattamento di acque di processo e il recupero di acque reflue depurate. La società, che dal 2007 opera in campo internazionale, rivolge principalmente l’offerta a tintolavanderie industriali del settore moda che erogano attività produttive per brand europei e del Nord America. Grazie alla professionalità dei suoi 18 dipendenti e collaboratori, ha progettato oltre 200 impianti in Bangladesh, Pakistan, Indonesia, Honduras e Rep. Dominicana. I ricavi nel 2022 si sono attestati sui 10 milioni di euro tutti generati dall’export.* [*www.pantareiwater.com*](http://www.pantareiwater.com/)

***Categoria Beginners - Xilia Srl*** *con sede a Oderzo (TV) e stabilimenti produttivi a Motta di Livenza (TV) e Pasiano (PN) è specializzata nella progettazione e produzione di sistemi per il rivestimento degli spazi e complementi di arredo di design in cui il denominatore comune è rappresentato dall’esperienza tattile della superficie. Fondata nel 2017 per opera di 3 amici, ha chiuso il 2023 con un fatturato vicino ai 4 milioni di euro ed una quota export superiore al 50% destinata in prevalenza a Stati Uniti, Europa Centrale e Middle East. I prodotti Xilia vengono veicolati attraverso il canale degli architetti, designer, costruttori e sviluppatori immobiliari e trovano impiego nei settori residenziale, office, hospitality e navale.* [*www.xiliawood.com*](http://www.xiliawood.com)

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*Per informazioni:*

*Comunicazione e Relazioni con la Stampa*

*Sandro Sanseverinati - Tel. 049 8227112 - 348 3403738 - s.sanseverinati@confindustriavenest.it*

*Leonardo Canal - Tel. 0422 294253 - 335 1360291 - l.canal@confindustriavenest.it*

*Alessandro Macciò - Tel. 049 8227409 - 334 6198995 - a.maccio@confindustriavenest.it*