

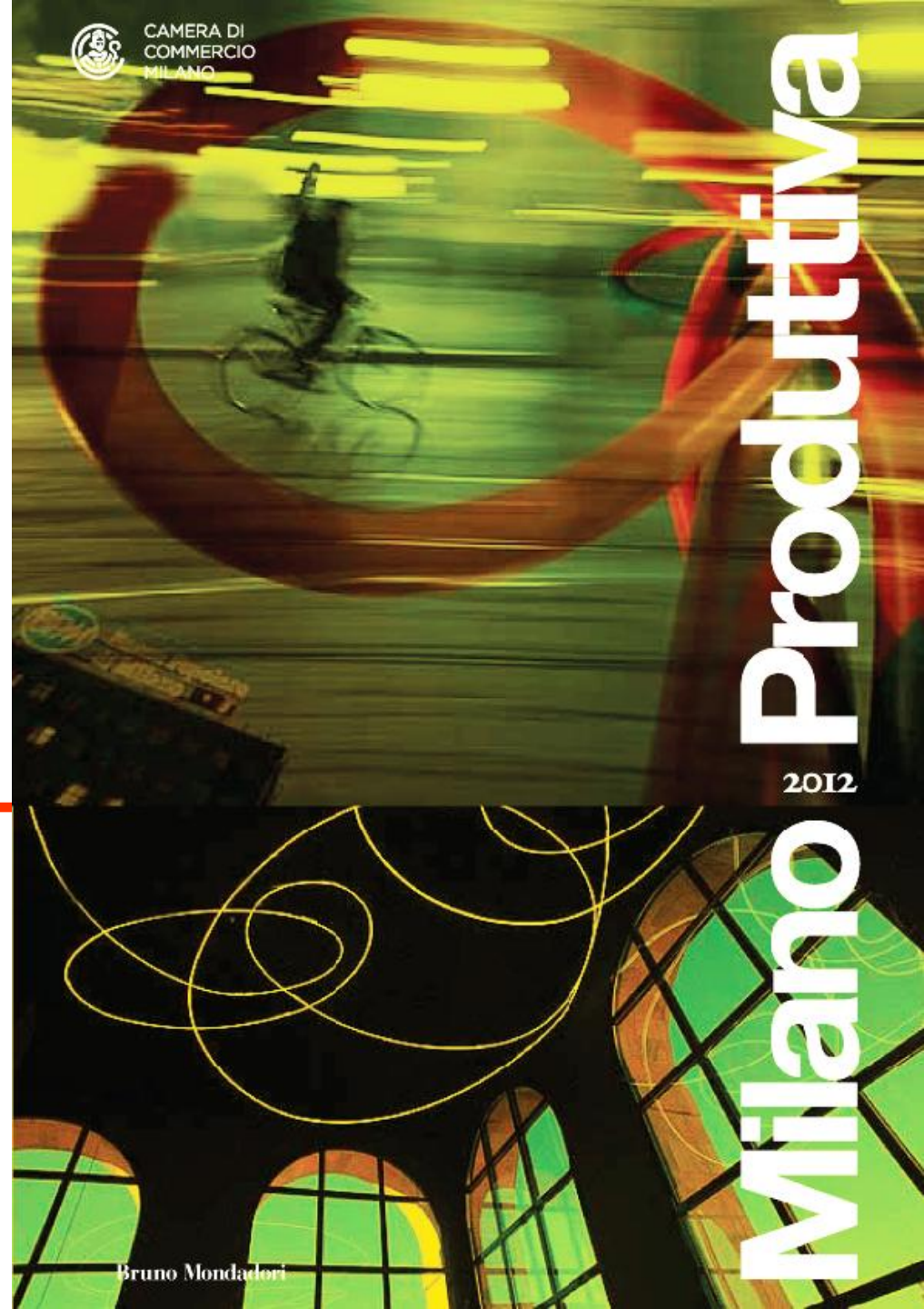


CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

4 luglio 2012

MILANO PRODUTTIVA 2012

presentazione del
22° rapporto annuale
sull'economia milanese



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

Milano Produttiva
2012

Bruno Mondadori



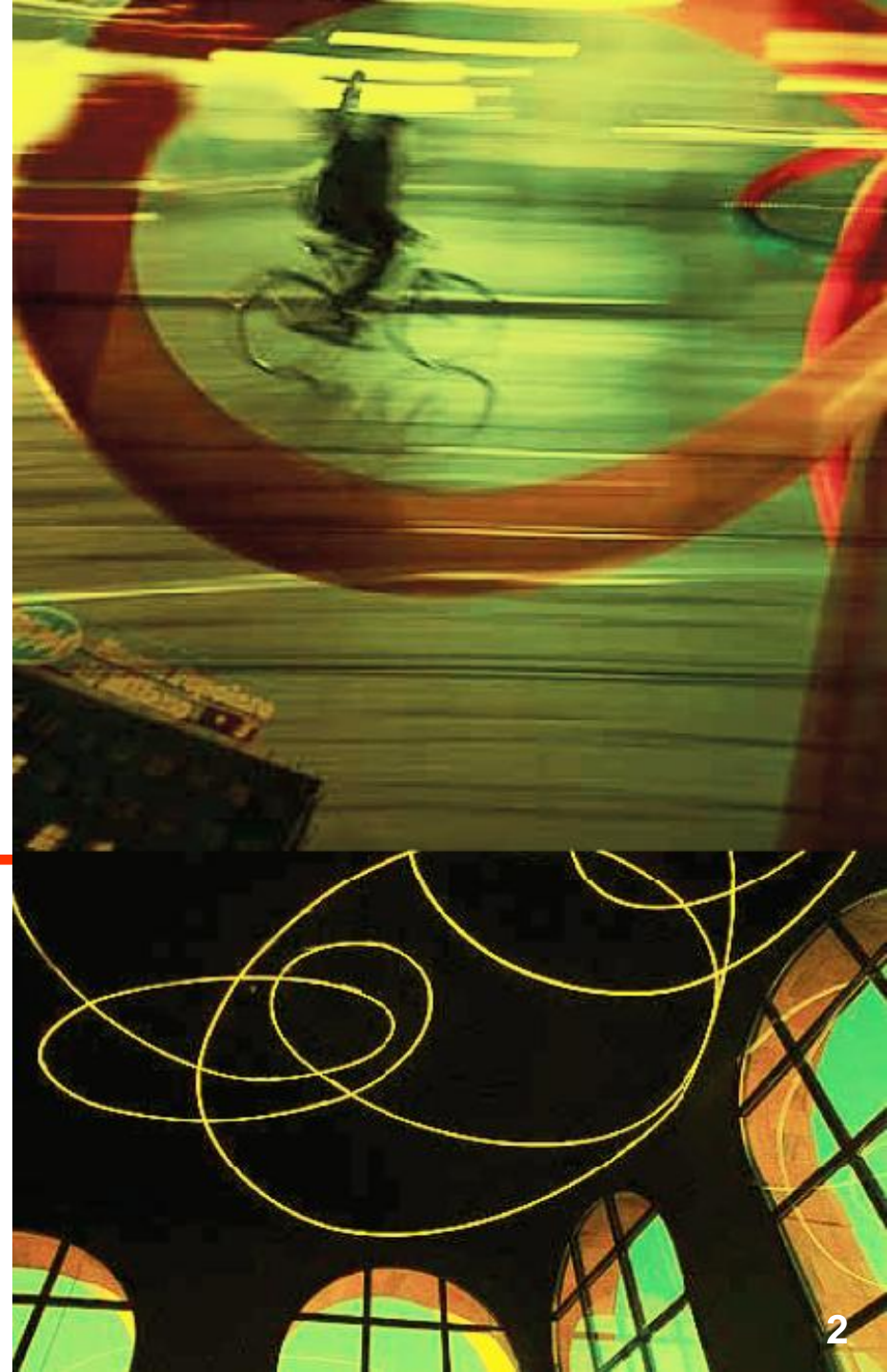
CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

4 luglio 2012

STRUTTURA E ANDAMENTO DELL'ECONOMIA MILANESE imprese, congiuntura, settori, lavoro

MILANO MONDO

le vie dell'internazionalizzazione
e le strategie delle imprese sui
mercati esteri



Le imprese

284.539 LE IMPRESE ATTIVE al 31/12/2011

Tassi di crescita 2011/2010

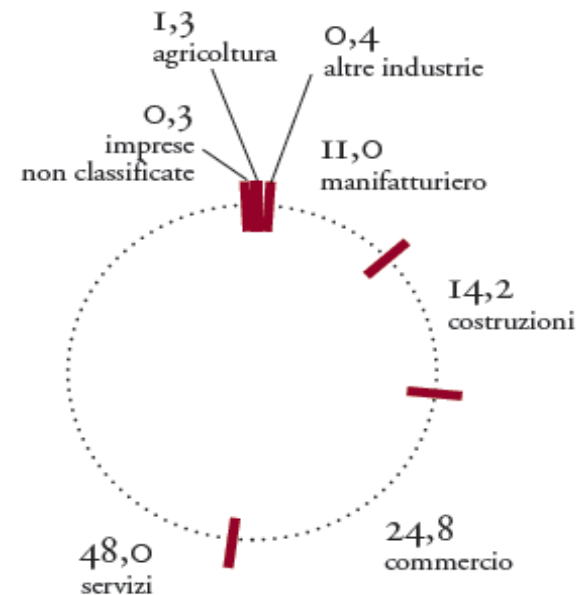
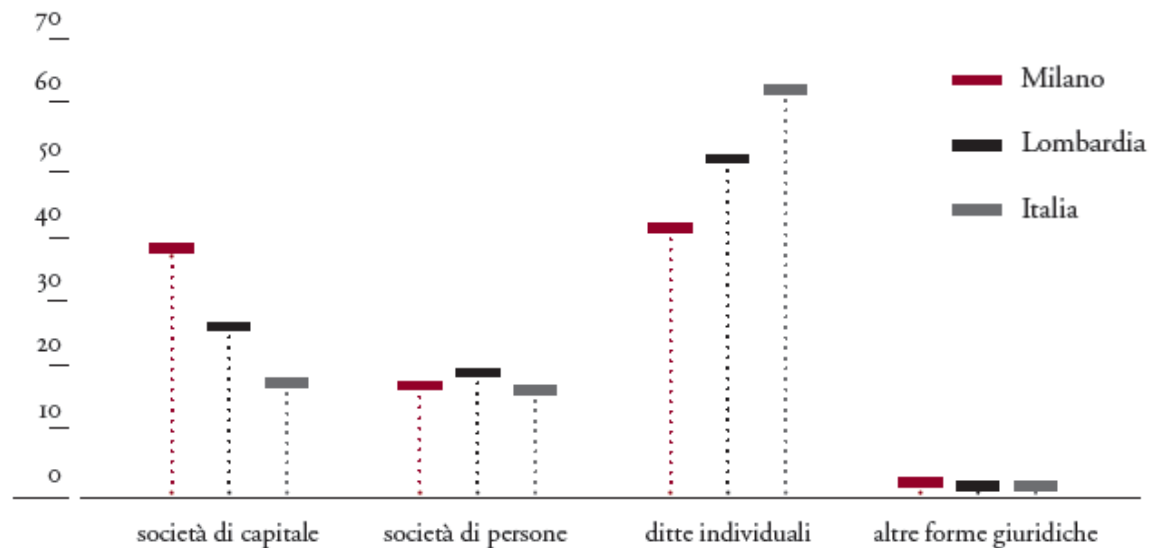
Milano + 2,2%

Lombardia + 1,2%

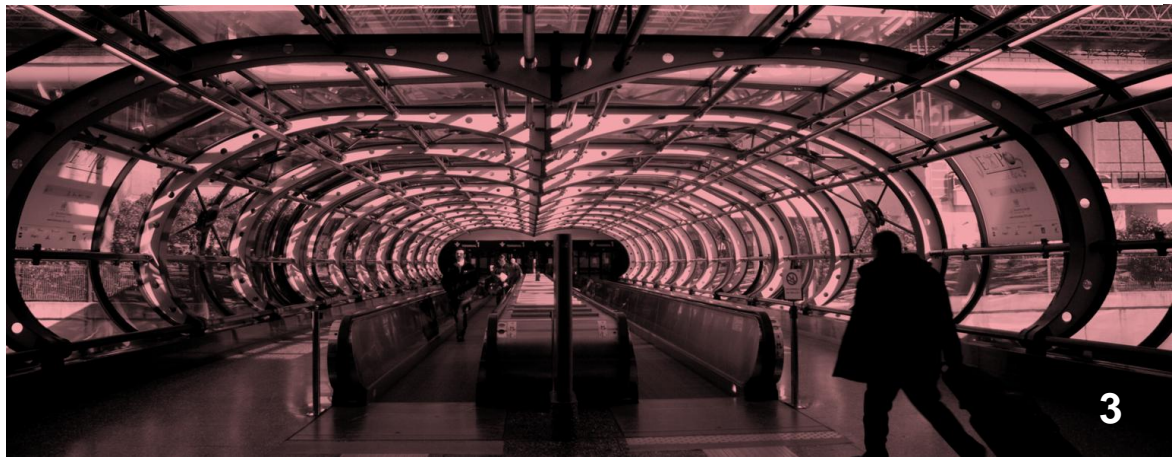
Italia + 0,8%

Imprese artigiane + 0,9%

FORME GIURIDICHE (peso%)

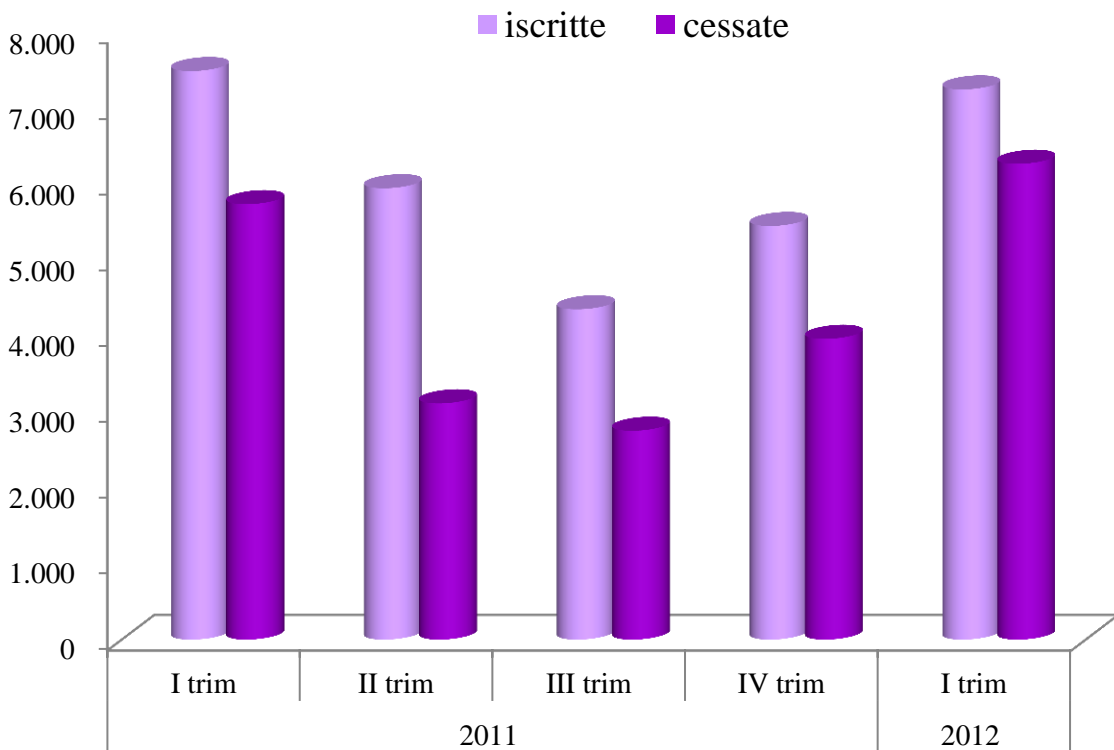


SETTORI



Le imprese/2

ISCRITTE E CESSATE PER TRIMESTRE



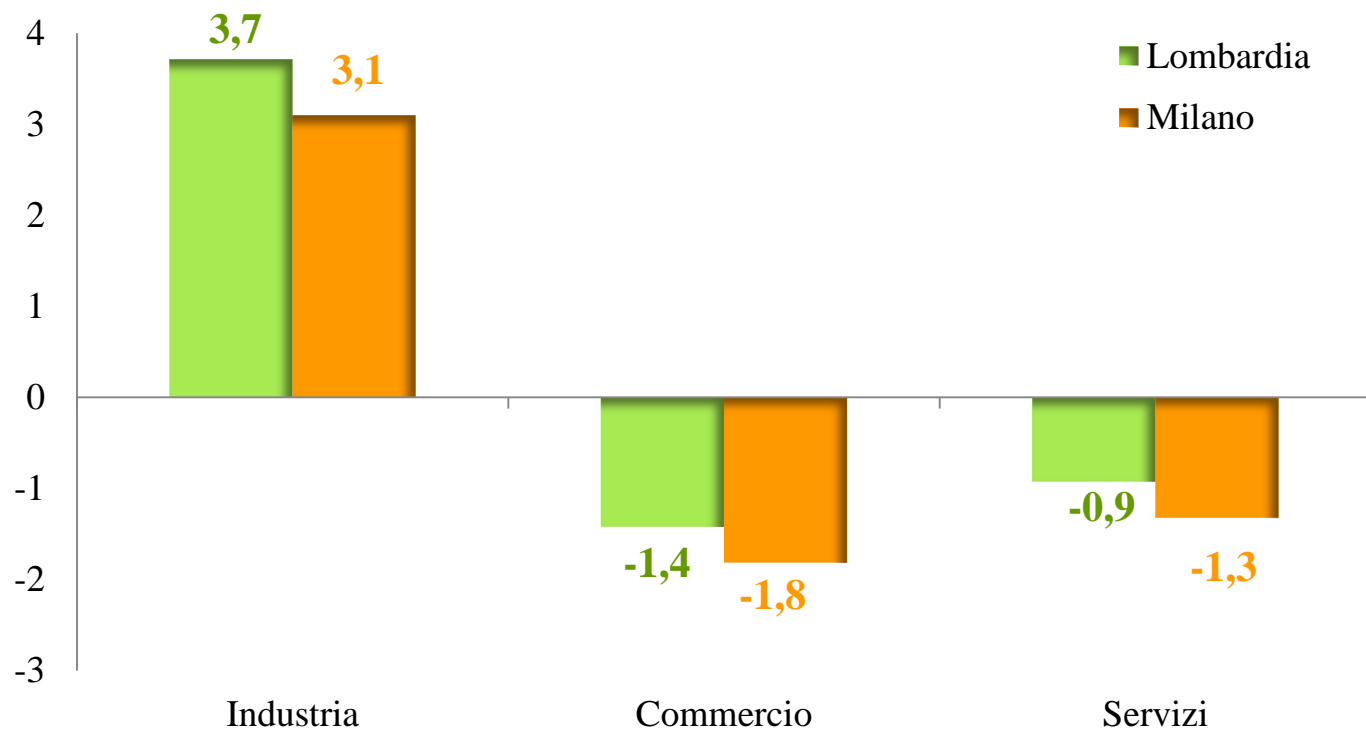
1° trimestre 2012

	SALDI TRA ISCRITTE E CESSATE	TASSI DI CRESCITA
Milano	+ 980	+ 0,3%
Lombardia	- 1.675	- 0,2%
Italia	- 26.090	- 0,4%



Il trend congiunturale

Anno 2011 (variazioni %)



I trimestre 2012

Milano

Lombardia

Industria

- 2,3

- 2,8

Commercio

- 4,0

- 3,0

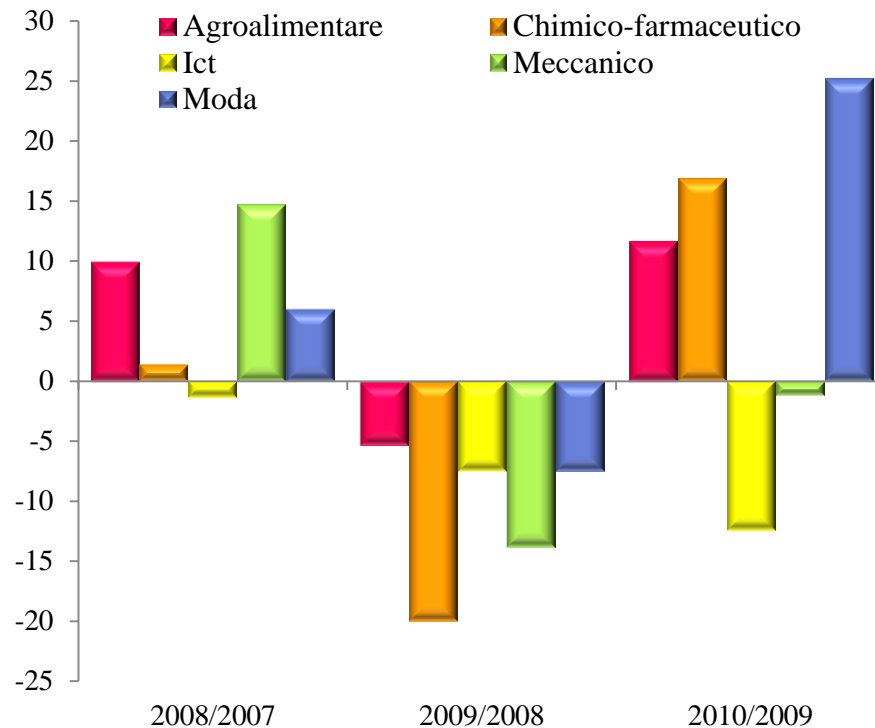
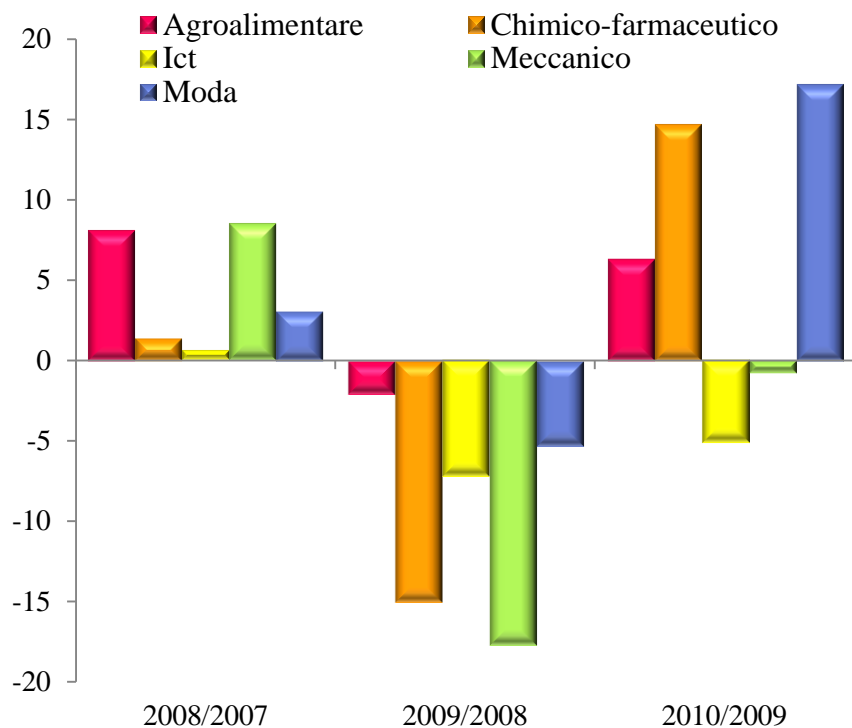
Servizi

- 3,4

- 5,6

I settori chiave del sistema produttivo

VARIAZIONI PERCENTUALI DEL FATTURATO



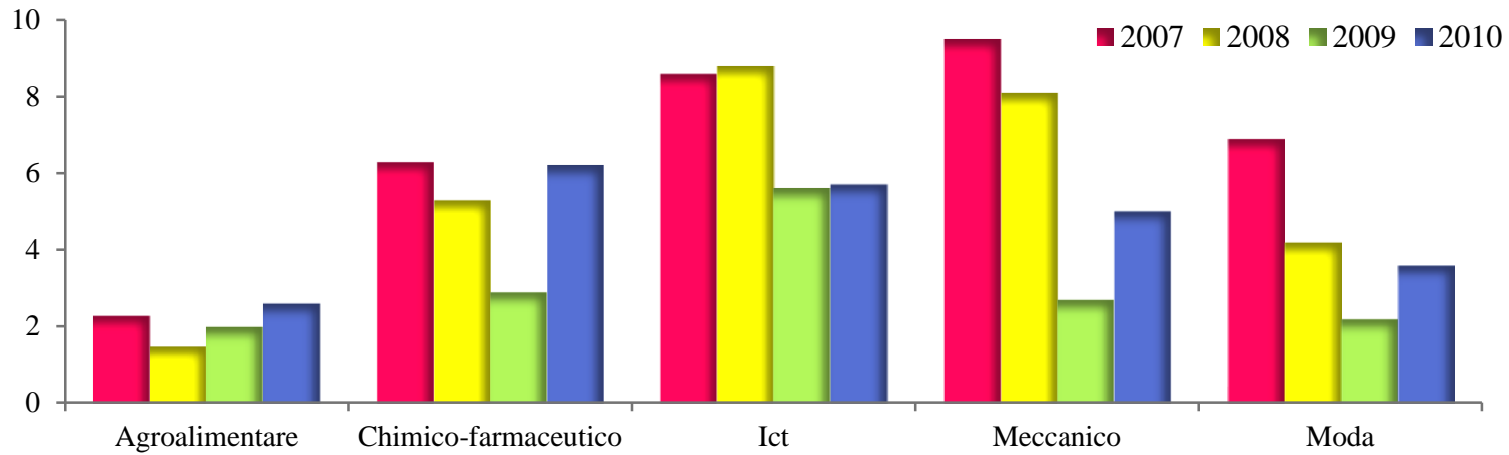
MILANO

BEST PLAYER MILANO

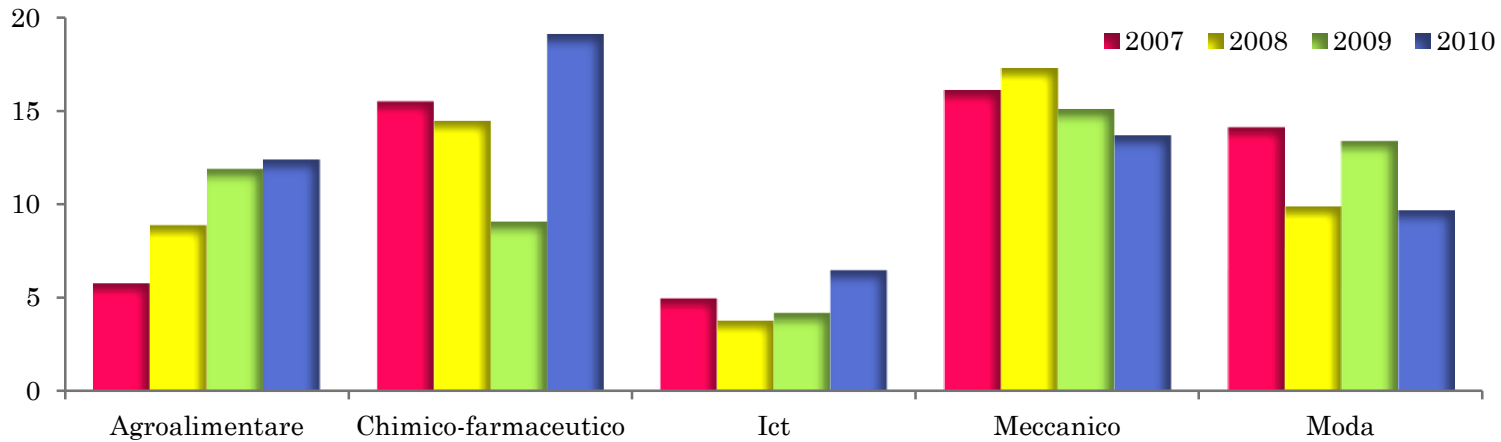


ANDAMENTO RETURN ON EQUITY (ROE %)

MILANO

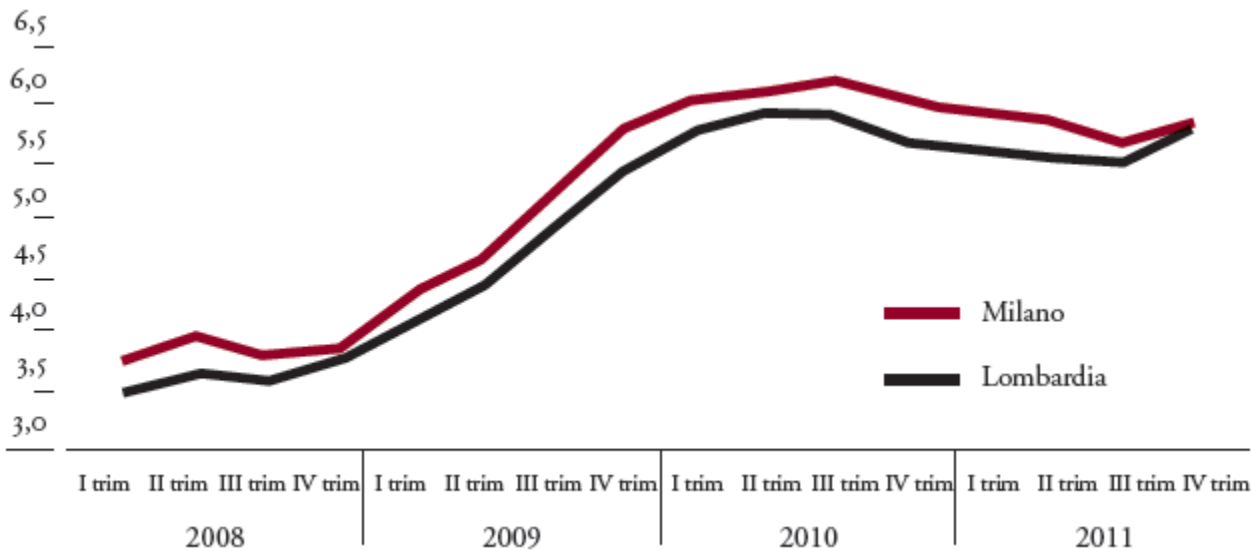


BEST
PLAYER
MILANO



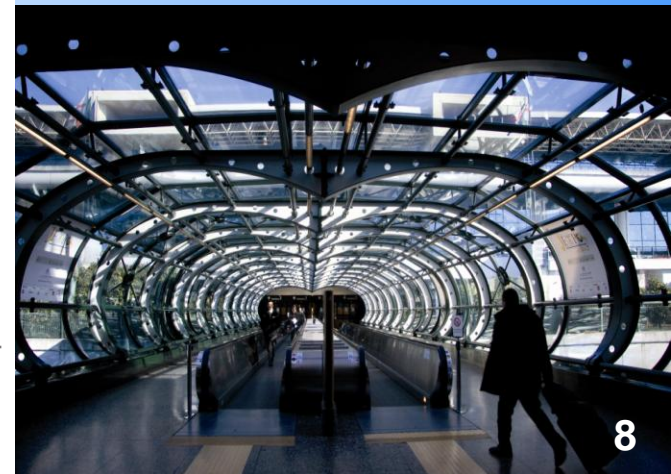
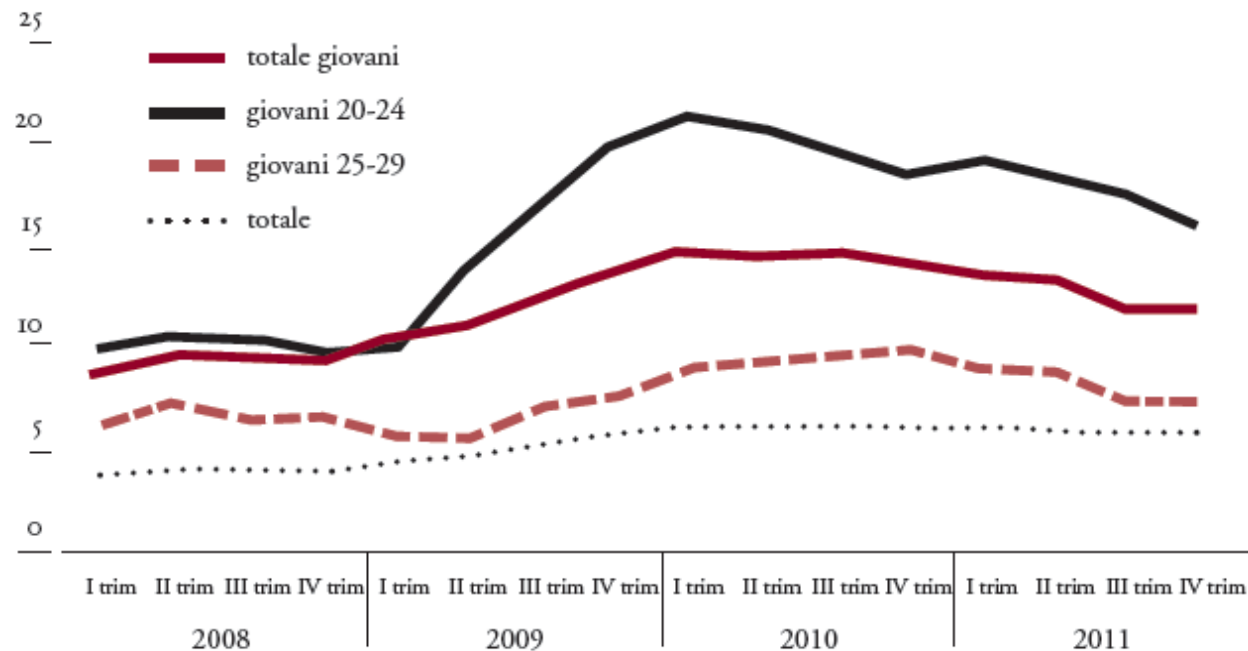
IL LAVORO

Tassi di disoccupazione per trimestre



OCCUPATI (variazioni % 2011/2010)

Milano	+ 1,1%
Lombardia	+ 0,1%
Italia	+ 0,4%



L'interscambio commerciale

ESPORTAZIONI (variazioni %)

	Milano	Lombardia	Italia
2011	+ 8,8	+ 10,8	+ 11,4
1° trim. 2012	+ 7,3	+ 6,4	+ 5,8

IMPORTAZIONI (variazioni %)

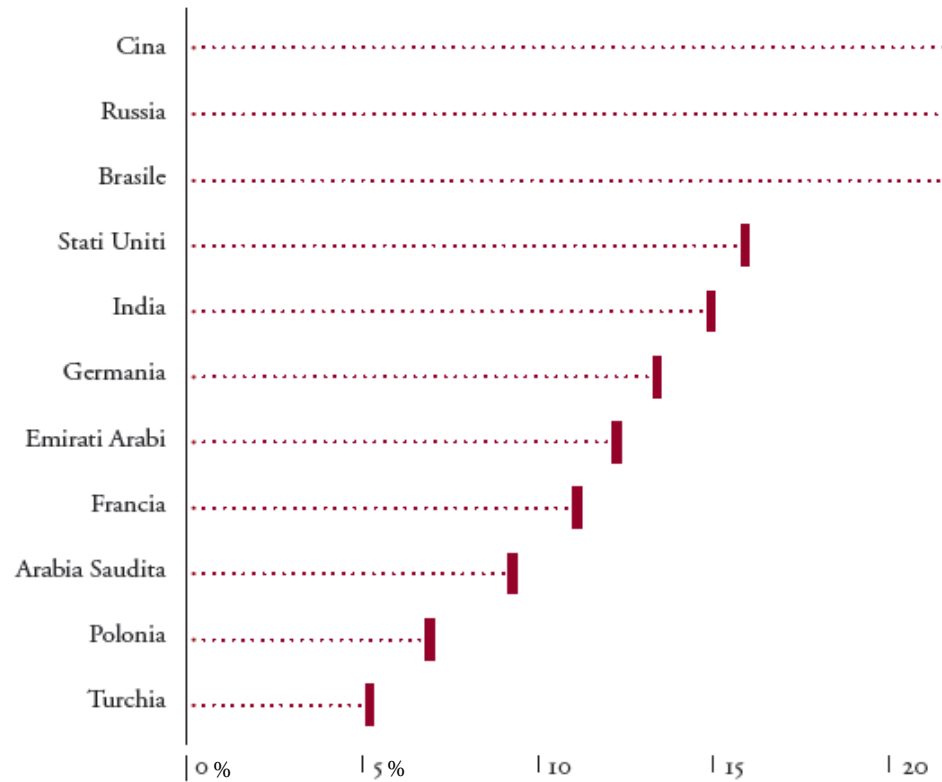
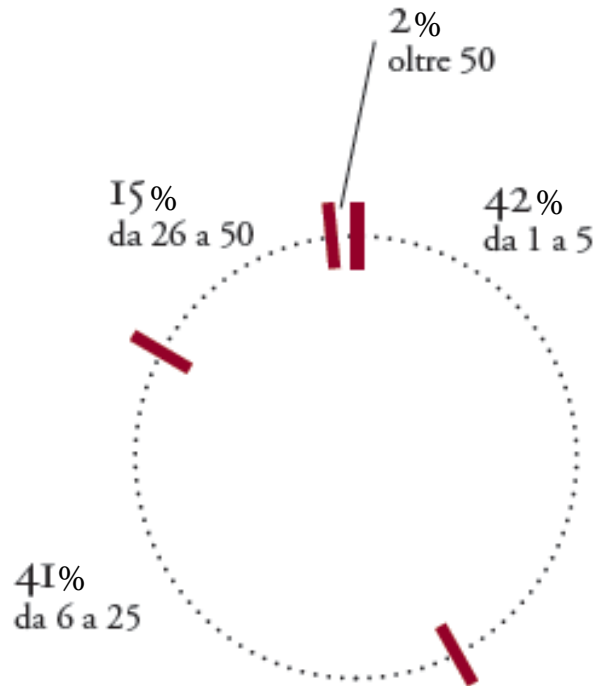
	Milano	Lombardia	Italia
2011	- 3,8	+ 4,2	+ 9,0
1° trim. 2012	- 8,3	- 10,3	- 6,2

ANNO 2011

Settori trainanti		Mercati di sbocco	
Tessile e abbigliamento	+ 17,3	Germania	+ 11,1
Elettronica	+ 11,3	Stati Uniti	+ 10,7
Legno e arredo	+ 12,3	Brasile	+ 15,7
Meccanica	+ 7,7	Emirati Arabi	+ 36,4
Chimica	+ 4,1	Cina	+ 15,6

Le imprese sui mercati esteri

Numero dei mercati di sbocco

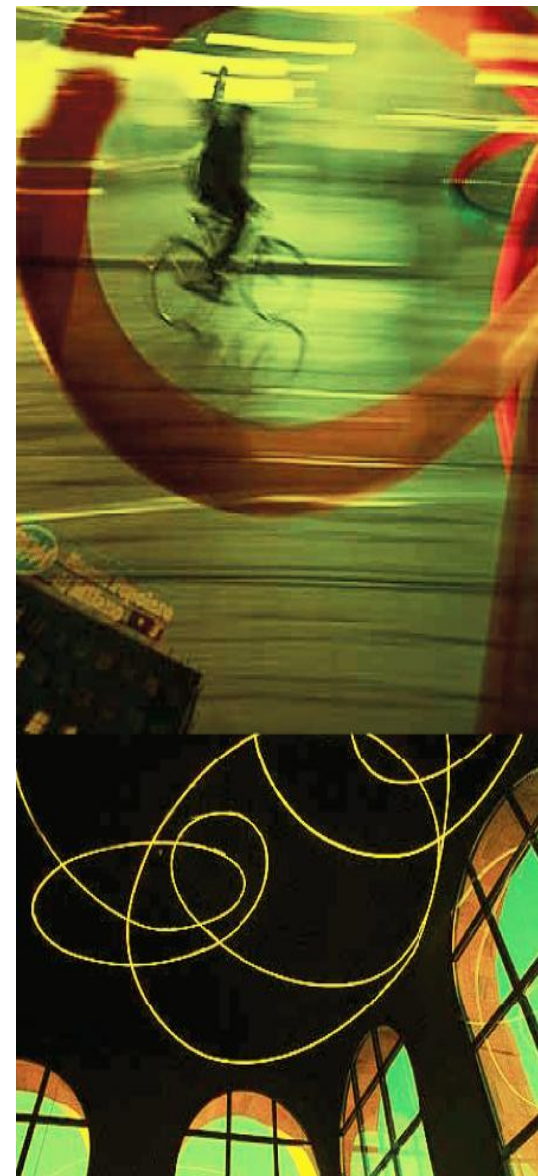


Previsioni di sbocco nei prossimi 3 anni



L'internazionalizzazione produttiva

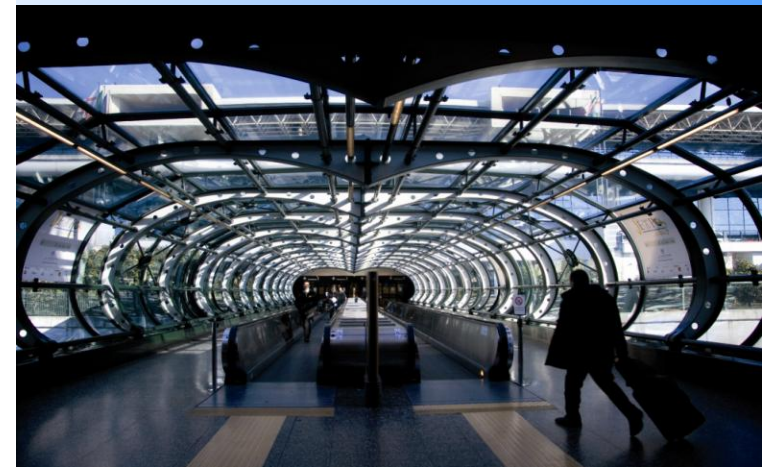
Regioni di origine dell'investitore	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Londra	444	595	567	804	741	757	816
Parigi	390	442	565	745	672	541	504
Monaco di Baviera	114	146	168	183	165	149	168
Stoccolma	144	129	143	171	170	203	146
Amsterdam	67	152	132	182	149	144	163
Madrid	47	67	114	139	154	155	123
Vienna	91	127	120	149	107	89	65
Helsinki	132	134	111	135	89	79	80
Barcellona	56	46	109	143	148	152	91
Düsseldorf	120	126	102	78	94	88	69
Milano	70	46	87	148	122	111	93
Dublino	61	82	83	120	118	125	142
Zurigo	42	54	81	125	89	94	117
Stoccarda	71	70	74	85	71	77	79
Bruxelles	70	68	102	98	60	70	62
Rank Milano	8°	16°	13°	7°	8°	9°	9°



Progetti di investimento diretti all'estero per città di origine

Aree geografiche	Imprese		Dipendenti	
	N.	%	N.	%
Bergamo	190	4,6	29.719	7,2
Brescia	185	4,5	12.579	3
Como	111	2,7	8.265	2
Cremona	46	1,1	4.162	1
Lecco	61	1,5	3.621	0,9
Lodi	30	0,7	2.562	0,6
Mantova	39	0,9	5.343	1,3
Milano	2.896	69,7	286.467	69,3
Monza e Brianza	340	8,2	37.338	9
Pavia	47	1,1	2.408	0,6
Sondrio	6	0,1	913	0,2
Varese	201	4,8	20.189	4,9
Lombardia	4.152	100	413.566	100

Le imprese a partecipazione estera in Lombardia



Le multinazionali a Milano

Regioni	Addetti medi	Capitale (in migliaia di euro)	Fatturato	ROE	Prod. Lavoro	Prod. Tot. Fattori
Reg. di Bruxelles-Cap.	113,79	355.749,98	48.017,81	15,81	182,93	2,87
Baden-Württemberg	240,43	83.857,86	51.006,41	15,42	98,9	2,13
Baviera	210,51	92.922,90	43.413,74	12,33	116,77	2,22
Brandeburgo	187,44	110.292,75	38.042,49	14,41	80,15	5,99
Comunità di Madrid	97,34	97.039,34	30.636,86	19,39	99,12	4,34
Catalogna	64,41	26.941,15	17.436,34	16,1	75,85	3,07
Île-de-France	45,72	45.473,86	15.118,91	23,2	107,07	2,96
Rhône-Alpes	29,2	11.783,30	7.424,35	23,78	79,14	2,12
Leinster	105,32	210.648,26	38.174,56	25,82	73,56	1,55
Milano	42,83	25.300,62	12.813,13	12,5	92,87	3,3
Lombardia (esclusa Milano)	27,01	8.862,49	6.453,26	11,81	72,29	2,06
Inner London	107,35	315.846,37	27.634,58	25,73	146,34	2,39
Outer London	154,08	124.257,20	31.750,59	28,72	92,42	1,54



**INVESTIRE A MILANO
CONVIENE IN TERMINI DI
PRODUTTIVITÀ**

MONITOR IMPRESE

**Indagine Ispo
per la Camera di Commercio di Milano**

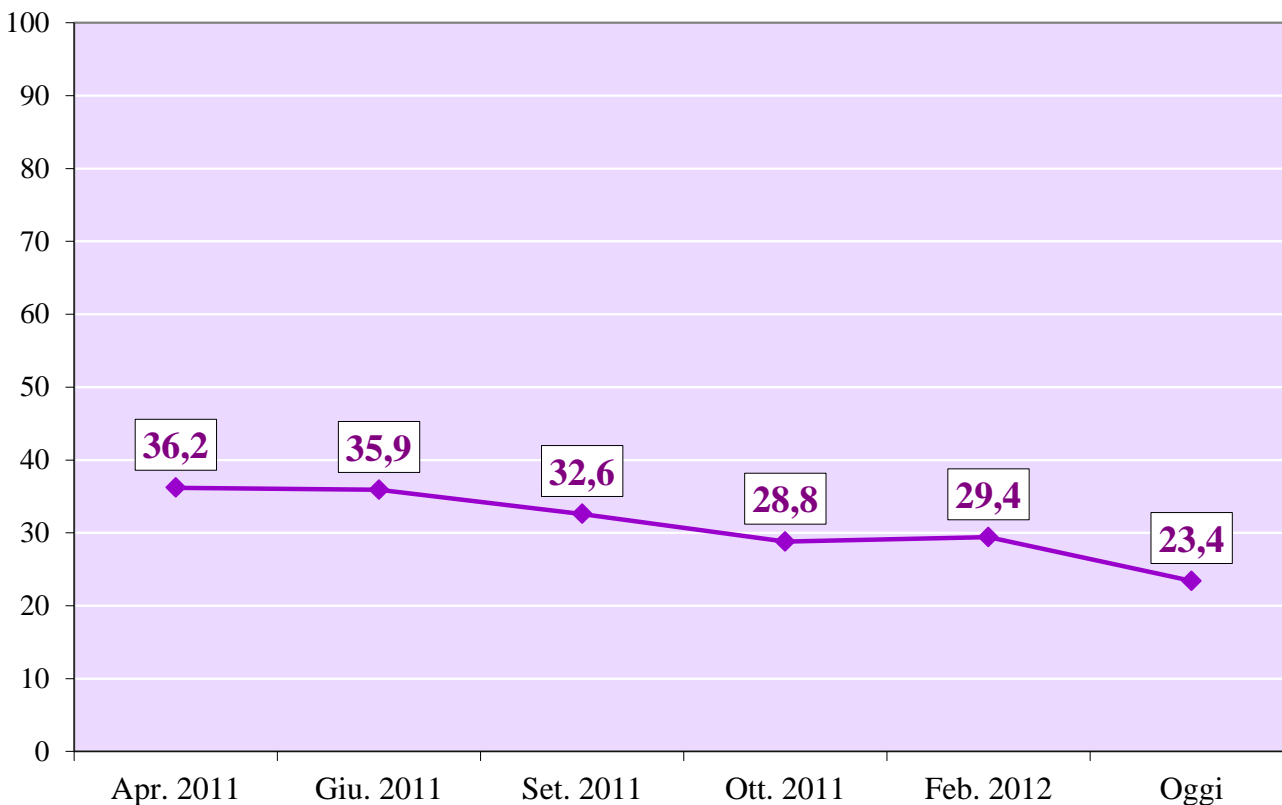


Ispo



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

Si assiste ad una progressiva erosione della fiducia nelle capacità di ripresa del paese



**Indice
“FIDIT”**
sulla fiducia nelle
capacità di ripresa
del paese

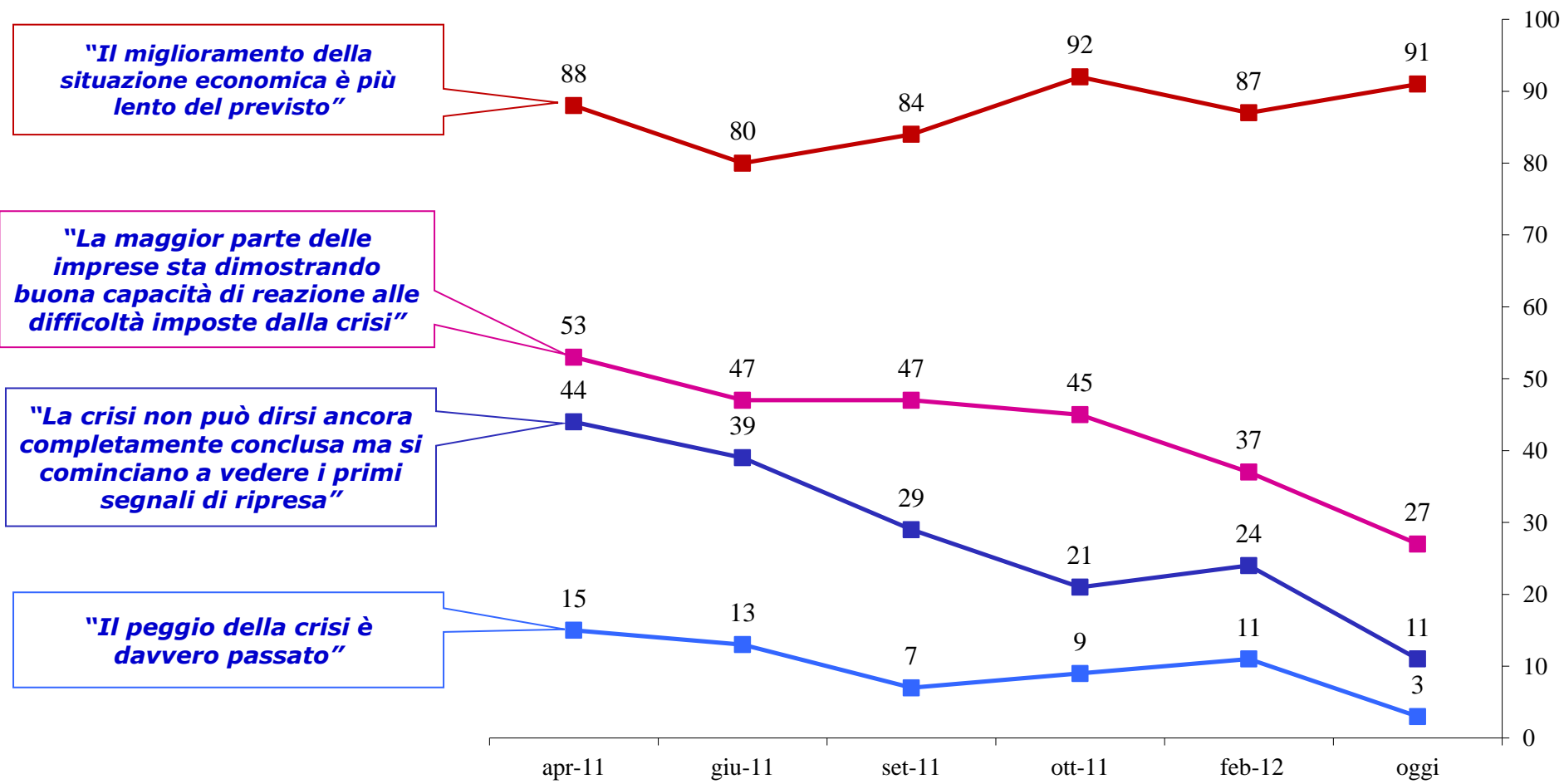
**↓ -12
in un anno**

NOTA METODOLOGICA: L'indice “FIDIT” (che sta per Fiducia Italia) misura la fiducia nelle capacità di ripresa del paese ed è stato calcolato come una media standardizzata. La scala varia da un minimo pari a 0 (indicatore di una mancanza di FIDUCIA) ad un valore massimo pari a 100 (indicatore di un'elevata FIDUCIA). Si sono esclusi dal calcolo dell'indice quegli intervistati che non hanno mai espresso un'opinione. L'indice è stato costruito sulla base delle risposte date dagli intervistati alle domande sulla percezione della crisi.



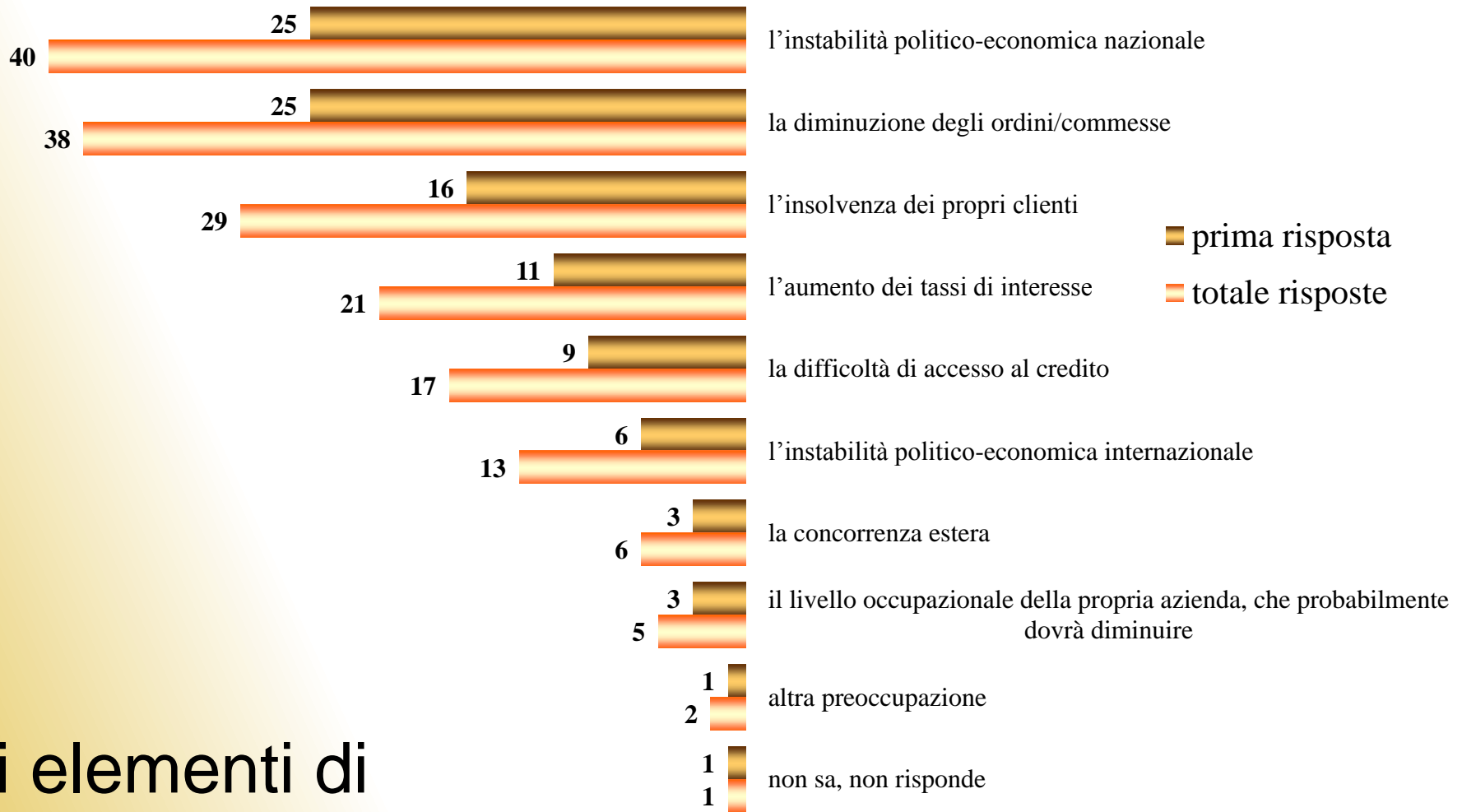
Crolla, in particolare, la percentuale di chi intravede segnali di ripresa dalla crisi

% di accordo con le opinioni proposte



TESTO DELLA DOMANDA: "Sulla crisi abbiamo raccolto le seguenti opinioni da altri intervistati prima di lei. Indichi per ciascuna di esse in che misura la condivide, se molto, abbastanza, poco o per nulla."

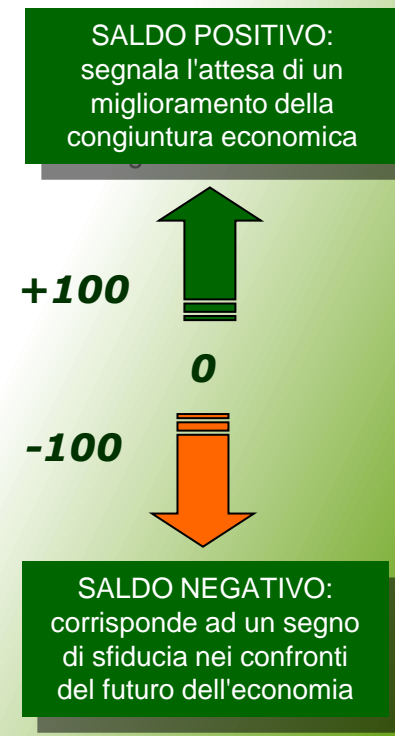
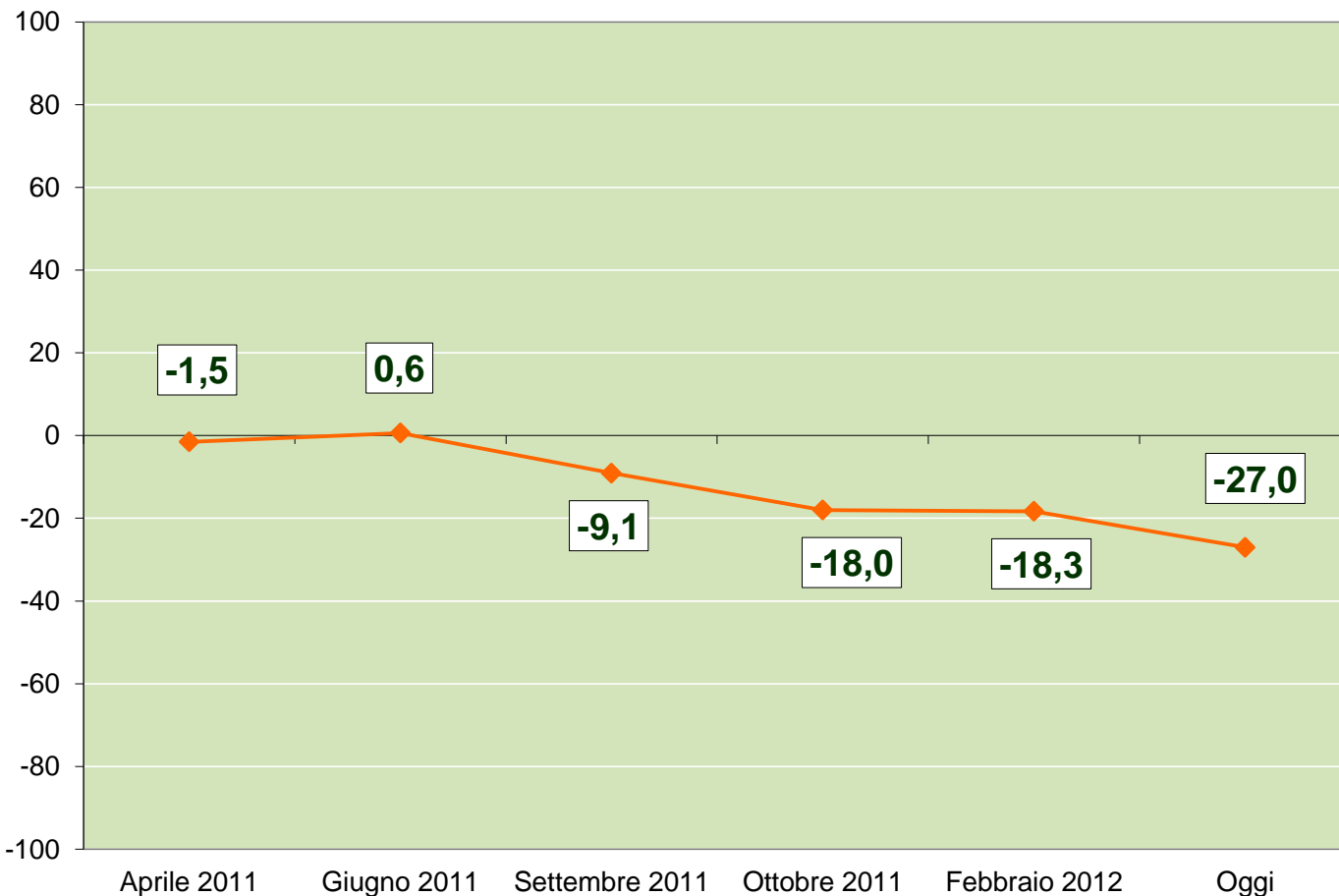
Lo scenario più cupo è rappresentato dall'instabilità politico-economica nazionale



Gli elementi di maggiore preoccupazione

TESTO DELLA DOMANDA: "Parlando sempre del futuro della sua azienda, ci sono tra i seguenti alcuni aspetti che la preoccupano più di altri? Indichi i primi tre in ordine di importanza, partendo dal primo, quello che la preoccupa di più". Possibili più risposte.

Ha il segno meno anche il superindice di fiducia “ICM”: i pessimisti sul futuro dell’economia nazionale e locale continuano ad aumentare

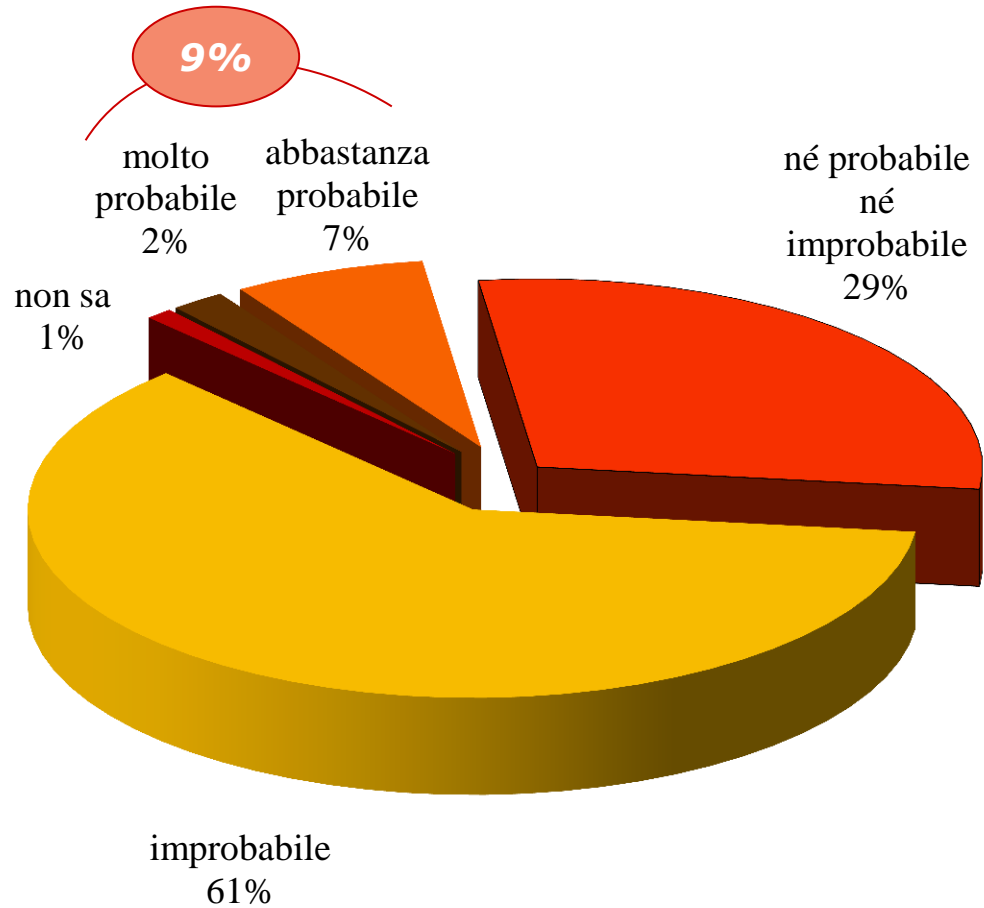


NOTA METODOLOGICA: L'indice si calcola come saldo percentuale fra le attese positive e quelle negative degli interrogati. Il parere di coloro che non credono in un cambiamento della congiuntura non è significativo per calcolare il valore dell'indicatore.



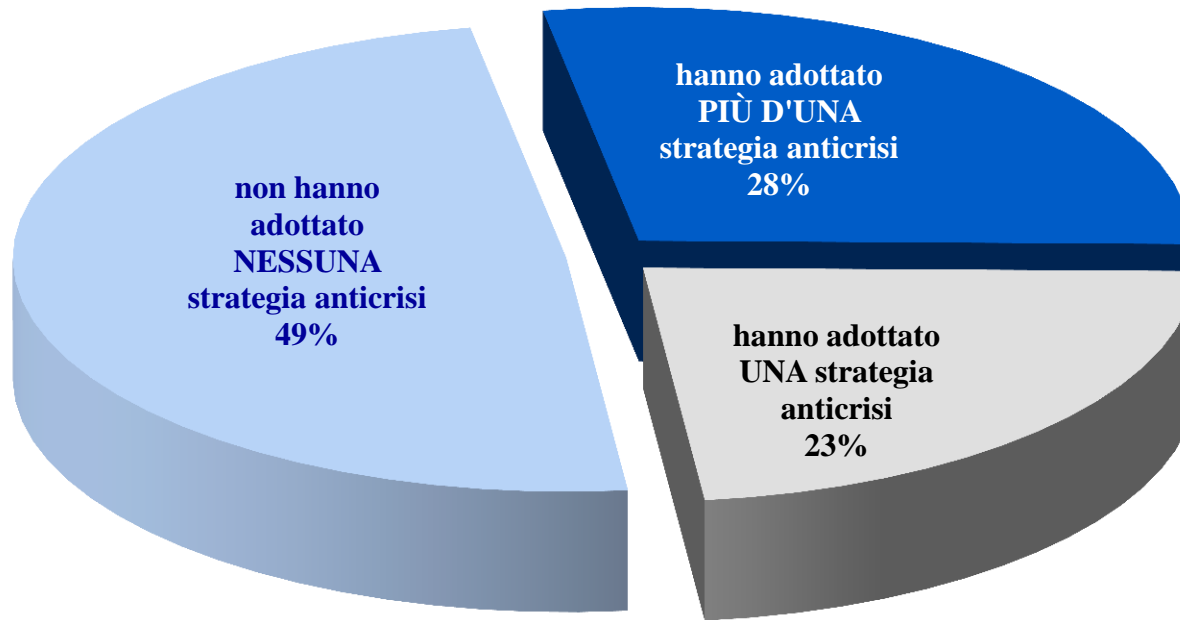
Circa un'azienda milanese su dieci si sente a rischio chiusura

**Il rischio di
chiusura
della
propria
azienda**



TESTO DELLA DOMANDA: "Quanto ritiene probabile nei prossimi 12 mesi la chiusura della sua azienda?"

Per far fronte alla crisi un imprenditore su due ha adottato qualche tipo di strategia anticrisi



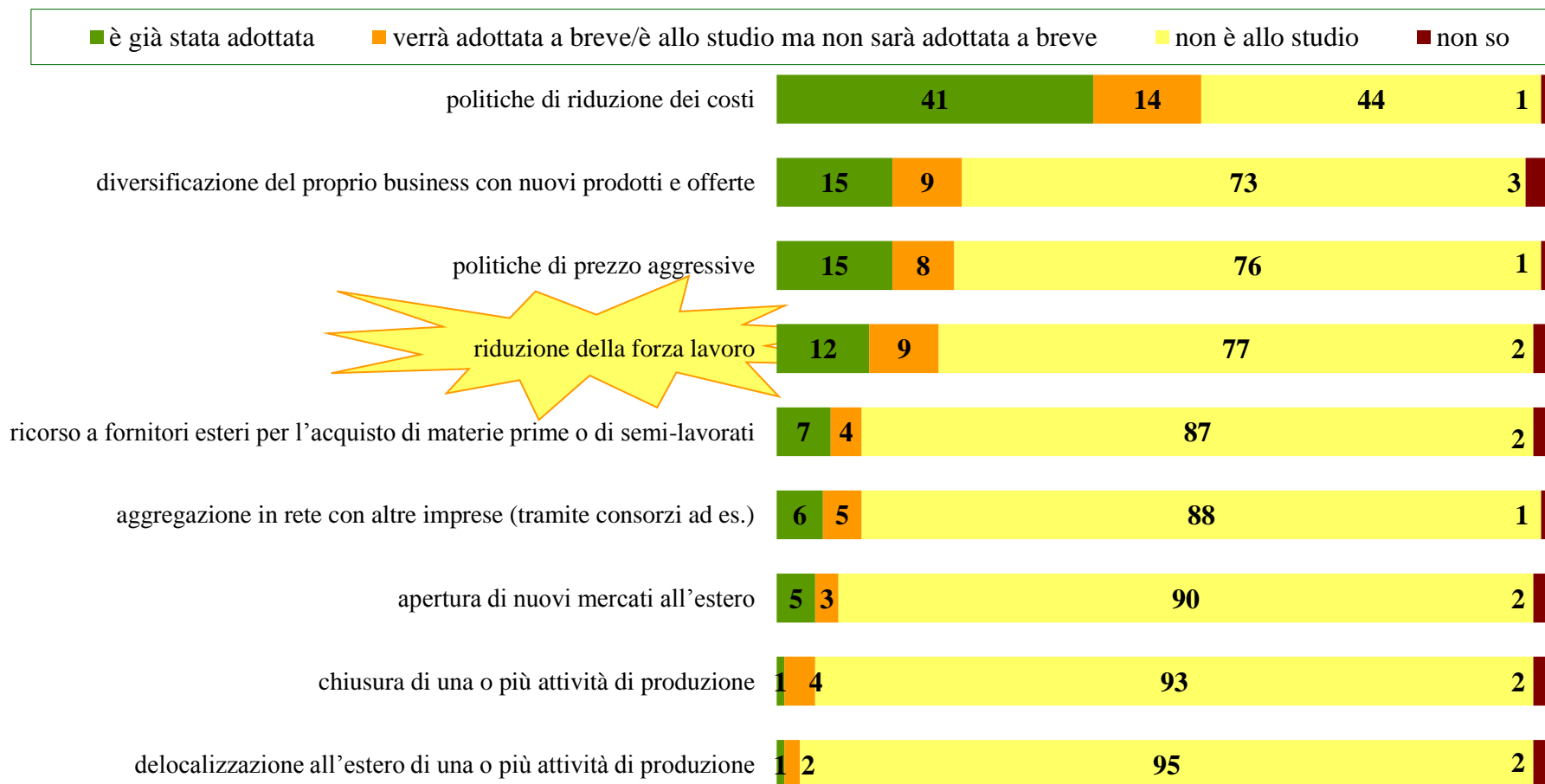
La propensione ad adottare “strategie anticrisi”

TESTO DELLA DOMANDA: “Alcune imprese intervistate in precedenza ci hanno detto di aver adottato, in questi mesi, alcune misure che ora le leggerò per contrastare l’attuale momento di crisi finanziaria ed economica. Mi può dire se nella sua azienda è stata adottata o se è allo studio ciascuna delle seguenti strategie?”

L’indice è stato costruito contando il numero di strategie anticrisi che le imprese hanno dichiarato di aver adottato.

Nella maggioranza dei casi si tratta di interventi di contenimento dei costi

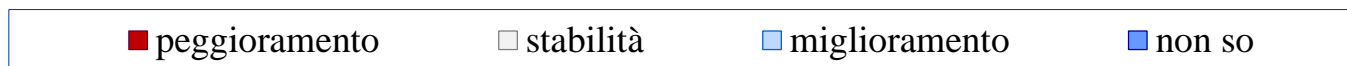
Le “strategie anticrisi” adottate o allo studio



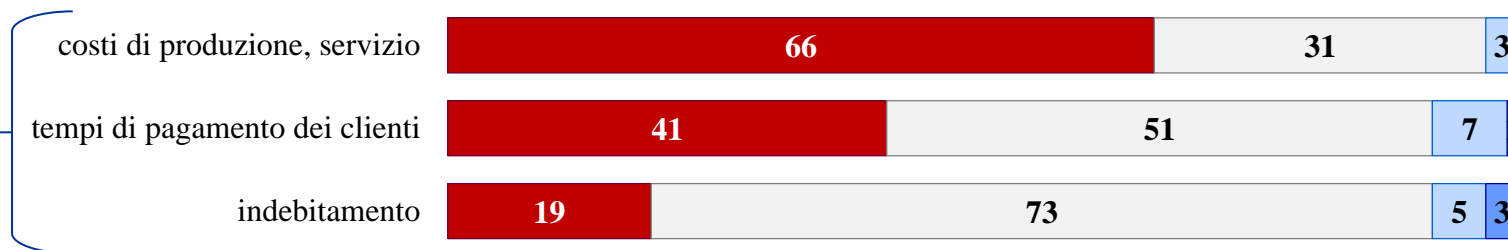
TESTO DELLA DOMANDA: “Alcune imprese intervistate in precedenza ci hanno detto di aver adottato, in questi mesi, alcune misure che ora le leggerò per contrastare l'attuale momento di crisi finanziaria ed economica. Mi può dire se nella sua azienda è stata adottata o se è allo studio ciascuna delle seguenti strategie?”

È infatti la variabile costi di produzione/servizio ad aver registrato l'andamento peggiore degli ultimi 12 mesi

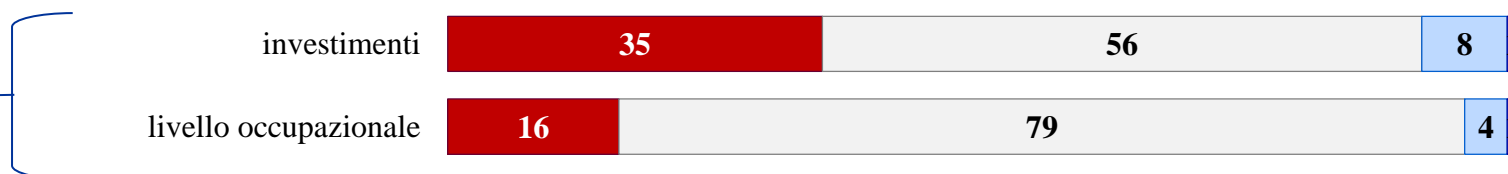
L'andamento delle variabili di struttura aziendale degli ultimi 12 mesi



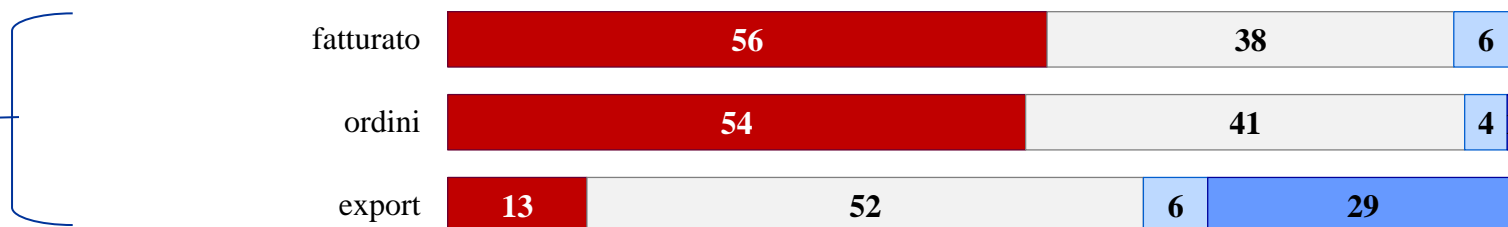
RISORSE



SVILUPPO



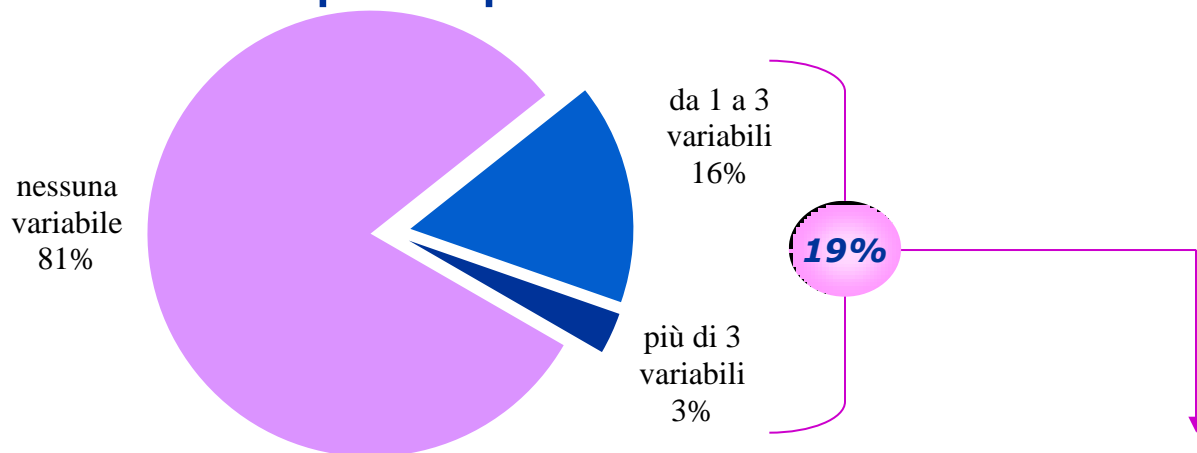
MERCATO



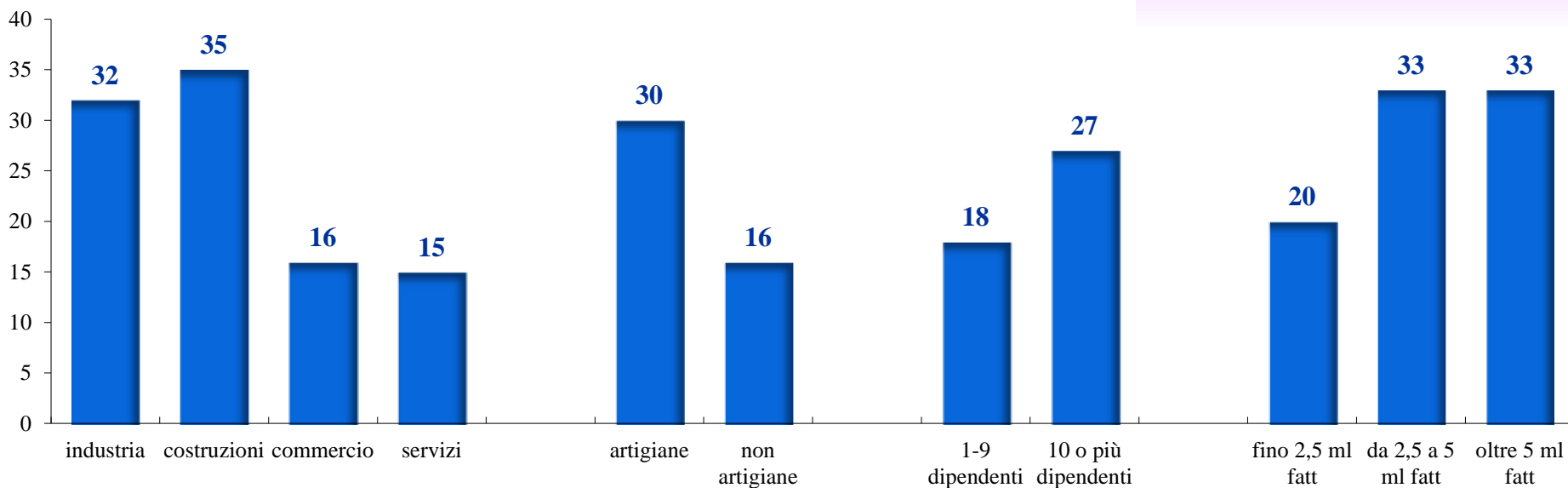
TESTO DELLA DOMANDA: "Parliamo ora, più nello specifico, della situazione economica della sua azienda. Ora le elencherò una serie di variabili della situazione economica aziendale. Per ciascuna di esse dovrà dirmi qual è stato l'andamento NEGLI ULTIMI 12 MESI."

Sul futuro della propria azienda il 19% degli imprenditori milanesi si attende un miglioramento

Le attese per i prossimi 12 mesi



Numero di variabili per le quali si attende un miglioramento



TESTO DELLA DOMANDA: "Sempre per i medesimi aspetti mi dica quale pensa che sarà l'andamento nei prossimi 12 mesi."

Si auspica soprattutto un miglioramento di ordini e fatturato, anche se persiste il timore che i costi continuino ad aumentare

LE ATTESE PER I PROSSIMI 12 MESI

■ peggiorerà ■ rimarrà stabile ■ migliorerà ■ non so

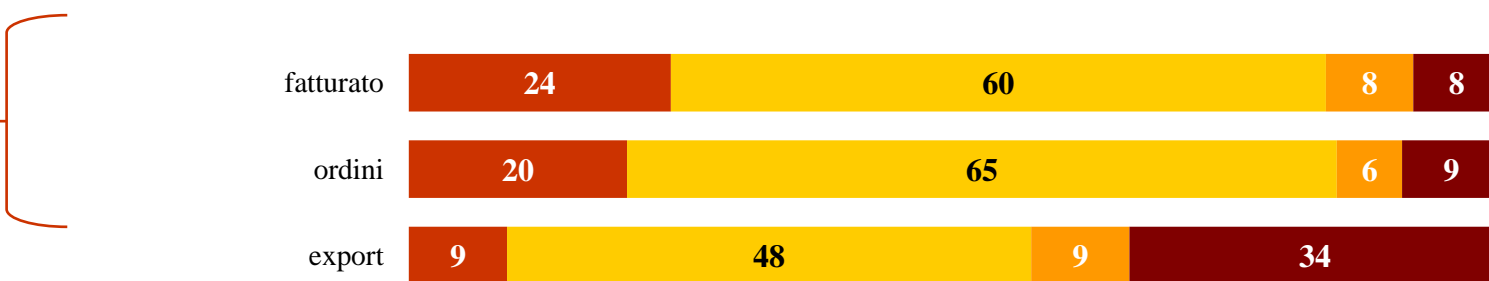
RISORSE



SVILUPPO

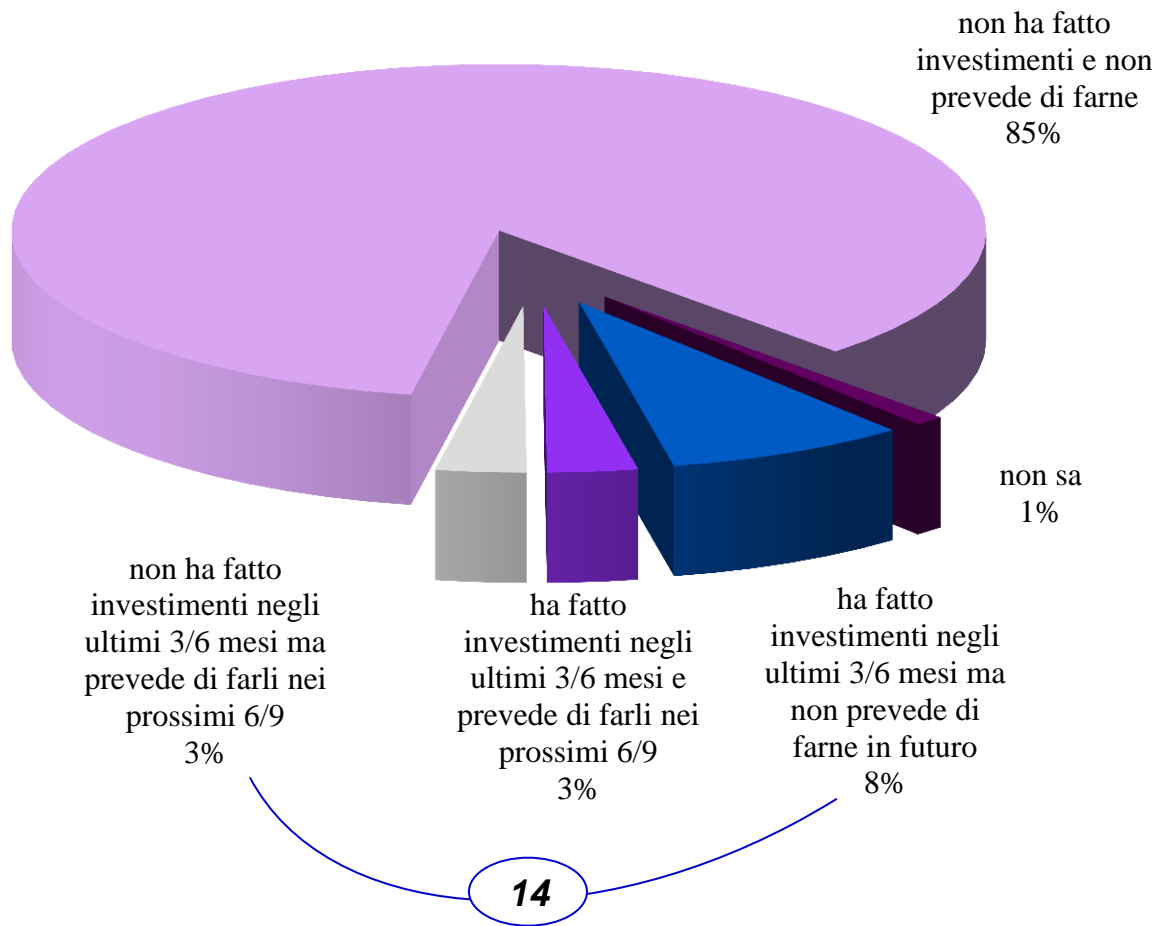


MERCATO



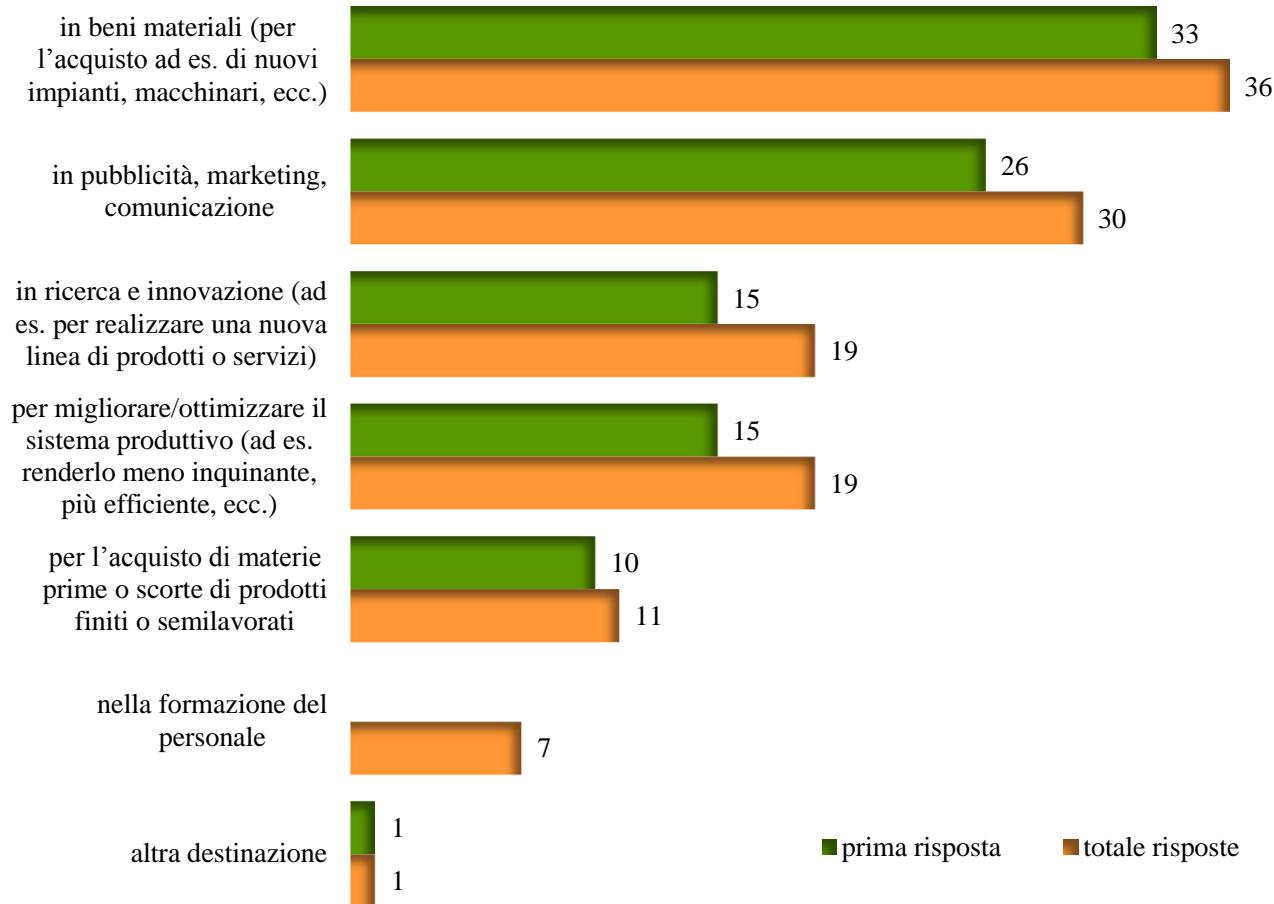
La propensione ad investire coinvolge poco più di un'impresa su dieci

La realizzazione di investimenti nell'anno in corso



TESTO DELLA DOMANDA: "Mi dica se la sua azienda ha programmato un piano di crescita che preveda per l'anno in corso la realizzazione di alcuni investimenti. In particolare mi dica se l'azienda:

Gli investimenti di medio-lungo periodo sono rivolti sia all'acquisto di beni materiali sia ad attività promozionali

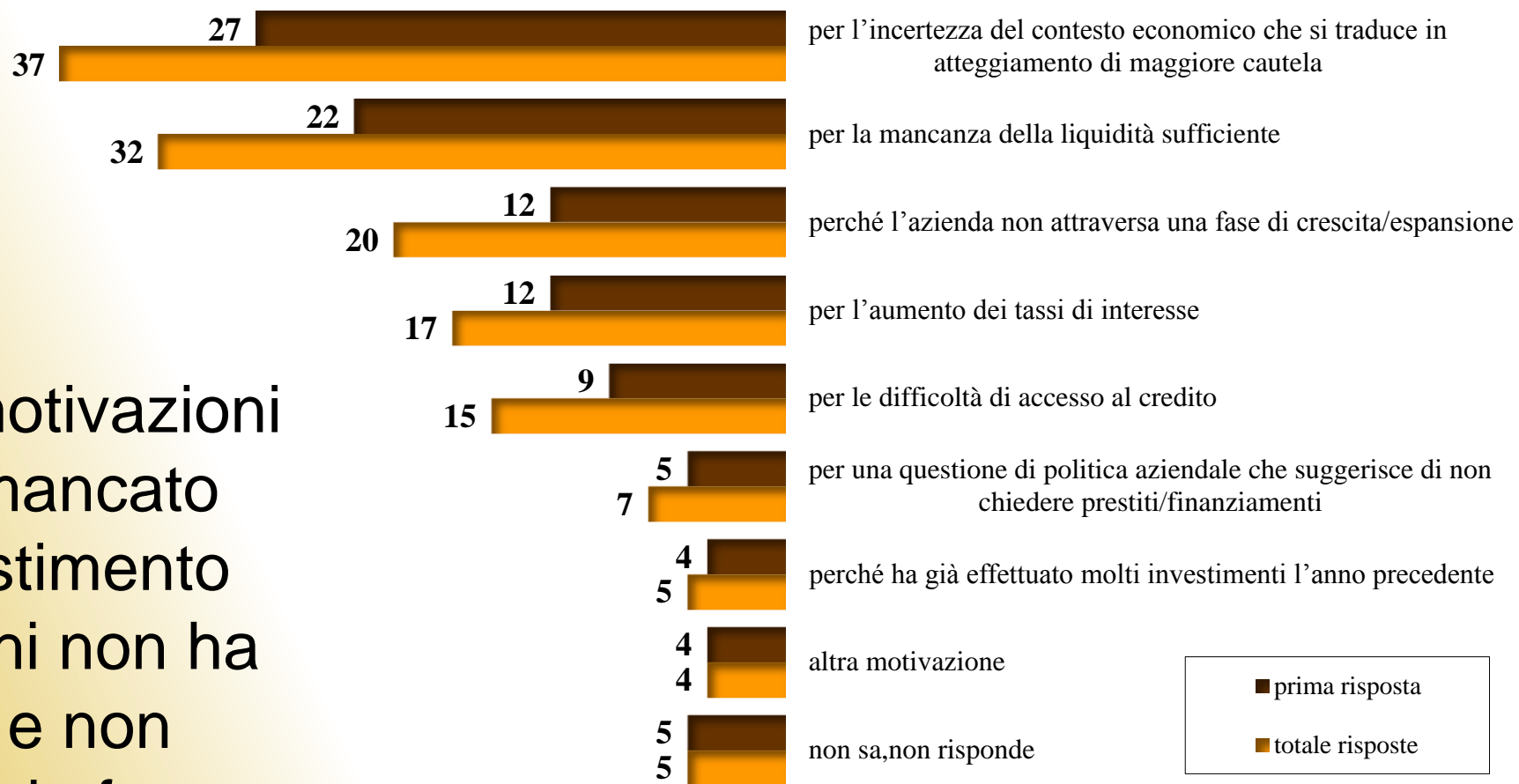


TESTO DELLA DOMANDA: "E in cosa ha deciso di investire la sua azienda?"

La destinazione degli investimenti tra chi ha fatto o intende fare investimenti



Viceversa costituiscono un freno ad investire l'incertezza del contesto economico e la mancanza di liquidità



Le motivazioni del mancato investimento tra chi non ha fatto e non intende fare investimenti

TESTO DELLA DOMANDA: "Tra le imprese intervistate in precedenza abbiamo raccolto le seguenti motivazioni dei mancati investimenti. Indichi in ordine di importanza le motivazioni che spiegano anche i mancati investimenti della sua azienda oppure indichi se esistono altre motivazioni diverse da quelle elencate"

NOTA METODOLOGIA E INFORMATIVA (in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 256/10/CSP, pubblicato su G.U. 301 del 27/12/2010)

NOTA METODOLOGICA COMPLETA

Titolo:	Monitor imprese della Provincia di Milano – sesta edizione –
Soggetto realizzatore:	ISPO Ricerche S.r.l.
Committente/Acquirente:	Camera di Commercio di Milano
Periodo/Date di rilevazione:	22-28 maggio 2012
Tema:	economia
Tipo e oggetto dell'indagine:	Sondaggio d'opinione a livello provinciale
Popolazione di riferimento:	imprese della Provincia di Milano
Estensione territoriale:	provinciale
Metodo di campionamento:	Campione stratificato per microsettore economico e dimensione aziendale (n.ro di addetti)
Rappresentatività del campione:	Statisticamente rappresentativo dell'universo di riferimento
Margine di errore:	4,5%
Metodo di raccolta delle informazioni:	CATI (Computer Assisted Telephone Interview)
Consistenza numerica del campione:	500 casi. Totale contatti: 1.603; totale interviste effettuate 500 (TASSO DI RISPOSTA: 31,2% sul totale dei contatti); rifiuti/sostituzioni 1.103 (RIFIUTI: 68,8% sul totale dei contatti)
Elaborazione dati:	SPSS

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it. In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata, a pena di gravi sanzioni. ISPO non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza.

