

Lo studio Banca Ifis fotografa l'economia dell'Emilia. Forte la spinta sul digitale Food, motor, packaging: come è innovativa la valley

di Sara Colonna

Gli imprenditori dell'Emilia Romagna puntano soprattutto sullo sviluppo delle tecnologie digitali per rinnovare l'offerta di prodotti e servizi ma restano centrali nell'allocazione delle risorse la realizzazione degli obiettivi della Agenda 2030 e la gestione ottimale della relazione con il cliente: due obiettivi rispetto ai quali le imprese della regione si posizionano sopra la media nazionale. È quanto emerge dallo studio realizzato da Banca Ifis su un campione significativo di imprese dell'Emilia Romagna.

L'intensità di investimento guida la trasformazione digitale della regione che mostra un dato sopra la media per le sue pmi che registrano un 3,2 di tecnologie pro capite rispetto a 2,9 dell'Italia secondo l'indice elaborato dall'istituto bancario. La Regione conta 273 mila imprese che valgono l'8% del Pil nazionale a cui contribuiscono significativamente grazie a tre distretti di punta, agroalimentare, meccanica e cosiddetta Motorvalley, che accelerano su export e sostenibilità. Dopo i buoni risultati del 2022 le esportazioni continuano a crescere anche nel 2023. I rincari energetici e le tensioni geo politiche sembrano avere avuto effetti limitati sulle vendite oltreconfine dei prodotti italiani sempre più apprezzati all'estero come sinonimo di qualità e sicurezza.

Spiccano la Food Valley, un tessuto imprenditoriale di 6000 imprese concentrate in un territorio compreso tra le province di Parma,

Reggio Emilia e Modena, che è la prima regione europea per numero di prodotti Igp e Dop. Lo sviluppo del settore alimentare ha favorito la nascita di una robusta industria meccanica specializzata nella progettazione e produzione di macchine e impianti completi per la trasformazione dei prodotti alimentari. In numeri, 600 imprese impiegano 9000 addetti per un fatturato complessivo di filiera pari a 2,2 miliardi di euro.

La Packaging Valley è l'altra punta di diamante che si incontra proseguendo lungo la via Emilia, esattamente dislocata tra le province di Reggio Emilia e Bologna, è diventata la più grande regione in Europa per concentrazione di aziende dedicate alla produzione di macchine per il confezionamento. L'elevato livello tecnologico raggiunto unitamente allo sguardo attento alle personalizzazioni richieste dal cliente al quale viene garantito un efficiente servizio post vendita, sono i punti di forza di un distretto che vale 3 miliardi di euro di fatturato dando lavoro a 13000 addetti. Così un quarto della produzione mondiale di macchine per il confezionamento è italiana con la piccola Emilia Romagna che si trova a competere da sola con il sistema dei grandi lander tedeschi nello scacchiere internazionale.

I mercati di destinazione sono i paesi dell'Unione Europea con un 20% diretto a mercati asiatici e Americhe. L'evoluzione riflette quella dell'export italiano nel suo complesso ma risente della dinamica inflattiva: l'indice dei prezzi praticati sui mercati esteri è cresciuto. Questo non ha inficiato le vendite della Motorvalley, il distret-

to che ospita le eccellenze come Ferrari, Lamborghini, Maserati, Pagani e Dallara. L'Emilia Romagna è infatti la terra italiana dei motori. Ma perché? Come avrebbe risposto Enzo Ferrari: «Solo chi ha conosciuto la fatica estenuante del lavoro nei campi aveva la sensibilità per comprendere in anticipo la portata rivoluzionaria del motore, della meccanica, della macchina». La storia tramanda l'aneddoto che Ferruccio Lamborghini fondò la sua casa automobilistica per sfidare Enzo Ferrari e costruire l'auto perfetta. E in uno scenario che perfetto non è l'Emilia Romagna, terra di gusto e motori, decide di concentrare il lavoro nella direzione sostenibilità. Anche qui l'indice della Transizione Ecologica delle Pmi realizzato da Banca Ifis vede quattro punti di vantaggio sulla media nazionale, grazie all'entità dei ricavi investita in sostenibilità e allo sviluppo dell'organizzazione (42% delle Pmi).

In parallelo le imprese chiedono un potenziamento degli interventi per rendere concreta la transazione green e digitale cogliendo le opportunità del Pnrr ancora da scoprire. Troppo poche le aziende che si sentono coinvolte, numeri alla mano, meno di un quarto di esse vede vantaggi significativi per il settore di appartenenza e solo una su cinque prevede un impatto positivo per il proprio business. Perciò solo il 14% pensa di richiedere i fondi previsti per il digitale nonostante la sicurezza dei dati sia il primo fattore di investimento a cui seguono le tecnologie dedicate alla condivisione e gestione delle informazioni (Cloud, Cnr e Supply Chain Management).

© RIPRODUZIONE RISERVATA