

specializzata territorialmente, vende quasi esclusivamente sul mercato italiano quanto prodotto da consociate estere nonché da fornitori locali.

Se si considerano le imprese che esportano mediamente più del 50% del fatturato si può verificare che non vi è una netta relazione con le altre variabili aziendali, in particolare con le dimensioni. Ciò conferma che la domanda estera ha ormai raggiunto una presenza diffusa in tutto il settore, fino a diventare una delle più significative variabili strutturali.

Per quanto riguarda la disaggregazione delle esportazioni per area di destinazione occorre rilevare che la partecipazione delle imprese contattate non è stata completa: le risposte non pervenute rappresentano il 25% del totale delle esportazioni. Comunque, disaggregando i tre quarti delle esportazioni totali del settore in funzione dell'area geografica di destinazione si rilevano alcune peculiarità del settore.

Come si nota dal grafico 11, il mercato estero più importante risulta quello africano (accoglie quasi un quarto delle esportazioni), seguito da quello europeo (poco meno del 20%), mentre le rimanenti aree mostrano quote dell'8-10% circa.

Le informazioni ottenute dal questionario permettono di specificare se il mercato estero corrisponde ad un nuovo sbocco commerciale (presenza recente, cioè da meno di due anni) o se invece si tratta di un mercato ormai tradizionale per l'impresa (presenza da più di due anni). Dal grafico 11 si evince che i mercati più recenti coprono quote minime delle esportazioni totali, tutte inferiori al 2%.

Un'analisi più approfondita dei nuovi mercati, disaggregati per area geografica, permette di individuare la supremazia