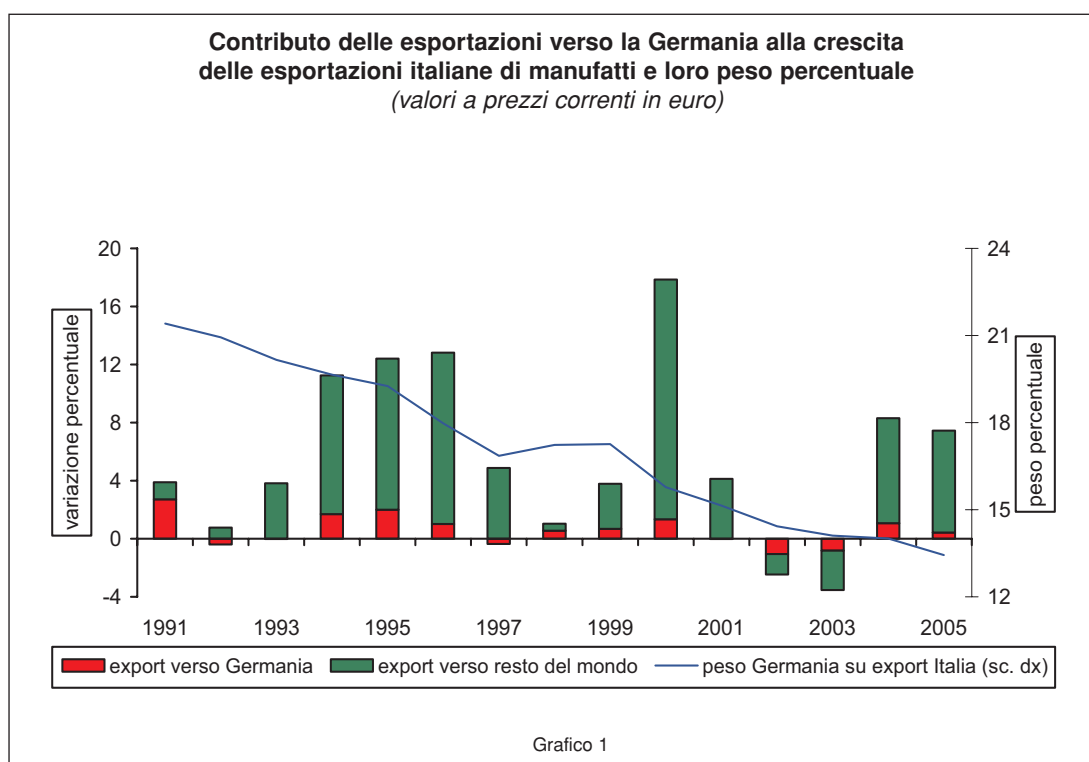


PROSPETTIVE DI CRESCITA E RICOMPOSIZIONE DELLA DOMANDA TEDESCA: OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE ESPORTATRICI ITALIANE

di Andrea Dossena*

Pur se in flessione da alcuni anni, il peso del mercato tedesco per le esportazioni manifatturiere italiane resta sempre il più elevato nel panorama internazionale¹. Oltre ad un ridimensionamento della domanda tedesca sulla domanda mondiale rivolta all'Italia, si è assistito contemporaneamente anche ad una perdita delle quote detenute dai nostri esportatori sulle importazioni della Germania.



Questi due fenomeni sono riconducibili ad una serie di ragioni precise, che coinvolgono il maggior ruolo dei paesi emergenti (sia come esportatori, conquistando quote sul mercato tedesco, sia come importatori, attirando maggiori flussi dall'Italia), la scarsa crescita del mercato interno tedesco negli ultimi anni e

* Prometeia Spa

¹ I dati e la classificazione utilizzati in questo contributo, salvo diversa indicazione, provengono dalla banca dati del modello MOPICE, utilizzata nell'osservatorio ICE-Prometeia "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori".

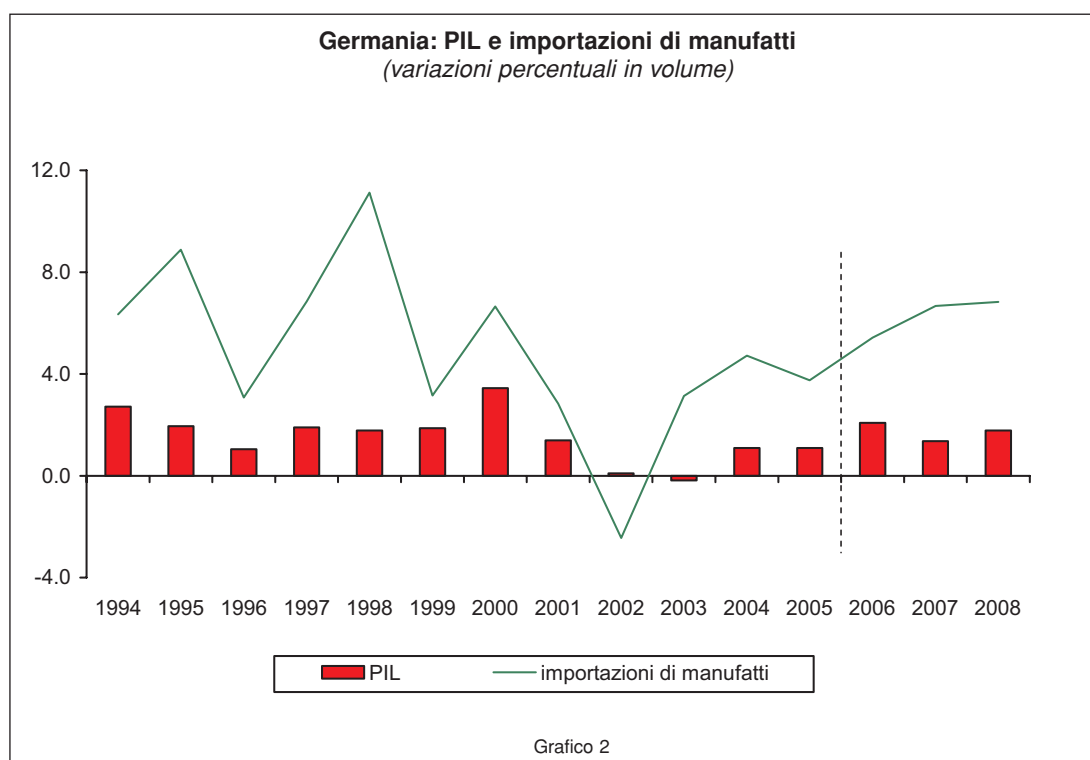
le modificazioni intervenute, in un intervallo temporale più esteso, nel modello di specializzazione produttivo della Germania, che ha influenzato anche la composizione settoriale dei beni acquistati all'estero.

Ora che i segnali di un rafforzamento dell'economia tedesca si stanno consolidando, con prospettive favorevoli di crescita per i prossimi anni, un'analisi delle opportunità che si verranno a creare per le imprese esportatrici italiane non può prescindere dai fenomeni sopra ricordati, allo scopo di evidenziare i punti di forza e quelli di debolezza del posizionamento competitivo italiano in questo importante mercato. L'analisi qui condotta, dopo brevi accenni al quadro macroeconomico per la Germania, si concentrerà sui processi di ricomposizione delle importazioni tedesche e sul posizionamento degli esportatori italiani e dei loro principali concorrenti, per arrivare, infine, a evidenziare le opportunità e le minacce che le nostre imprese si troveranno a fronteggiare nei prossimi anni.

1. Lo scenario macroeconomico di riferimento

L'economia tedesca ha mostrato un progressivo rallentamento a partire dall'inizio del decennio, culminato in una flessione del PIL dello 0,2 per cento nel corso del 2003. Dopo tale anno sono emersi segnali di ripresa, che però ancora nel 2005 stentavano a evidenziare una progressiva accelerazione, limitando la crescita dell'economia tedesca attorno all'1 per cento. A differenza di molti altri paesi europei, tra cui l'Italia, le difficoltà per la Germania non sono venute dagli scambi con l'estero, che anzi hanno sempre contribuito positivamente all'evoluzione dell'economia, ma prevalentemente dalla domanda interna. Questa ha subito la crisi del comparto delle costruzioni, per effetto dell'eccesso di offerta venutosi a creare negli anni successivi alla riunificazione, e del peggioramento del clima di fiducia delle famiglie, conseguente alle politiche di ristrutturazione del modello di welfare.

Il quadro attuale appare però in netto progresso, caratterizzato da un miglioramento nel clima di fiducia delle famiglie molto intenso dalla seconda metà del 2005 e da una produzione industriale che, grazie soprattutto al traino delle esportazioni, mostra tassi di crescita tendenziali nell'ordine del 4 per cento. Oltre a questi elementi, anche la componente degli investimenti è prevista, dopo un quinquennio, registrare un'evoluzione positiva, grazie anche al comparto edilizio, atteso tornare in crescita, trainato soprattutto dal comparto residenziale. Questi elementi permetteranno al PIL tedesco una sensibile accelerazione nel corso del 2006, superando il 2 per cento, anche grazie ad alcune decisioni di anticipo di spesa dettate dall'annunciato aumento dell'IVA per il prossimo anno.



Il 2007 potrebbe così caratterizzarsi per un lieve rimbalzo negativo nel trend di accelerazione della crescita economica tedesca, i cui effetti dovrebbero però essere temporanei e non compromettere il consolidarsi della fase di recupero, che continuerà a essere trainata dai processi di ristrutturazione del sistema industriale.

In questo scenario, il contributo del commercio estero continuerà a mantenersi positivo, non impedendo tuttavia alle importazioni di mostrare una sensibile accelerazione, grazie all'elevata apertura della Germania agli scambi internazionali. Nell'immediato futuro, quindi, il quadro di domanda sul mercato tedesco evidenzierà progressivi segnali di rafforzamento, determinando anche per le imprese esportatrici italiane maggiori prospettive di crescita.

2. Dinamica e composizione delle importazioni tedesche

Quello tedesco è il secondo mercato mondiale per valore delle importazioni di manufatti, pari a circa l'8 per cento del commercio mondiale (gli Stati Uniti, con oltre il 15 per cento, sono il primo, mentre dopo la Germania si posizionano Regno Unito, Francia e Cina, con pesi tra il 5 e il 6 per cento). A livello settoriale, le importazioni tedesche mostrano una composizione non troppo diversa da quella che mediamente si osserva sui mercati dell'Europa Occidentale, con un peso rilevante rivestito da Automobili e motocicli, Commodity ed Elettronica, che insieme rappresentano oltre il 40 per cento dell'import tedesco. Per macro aggregati, i beni d'investimento diversi dalla meccanica coprono circa un terzo delle importazioni, i beni intermedi, esclusi quelli in metallo, arrivano al 20 per cento, mentre la filiera dei prodotti in metallo e della meccanica e i beni del Made in Italy (Sistema moda, Sistema casa e Alimentare)

superano ognuno il 15 per cento. Nel corso dell'ultimo decennio, tale composizione si è caratterizzata per la perdita d'importanza dei beni importati del Made in Italy (in particolare del Sistema moda), che hanno perso oltre 7 punti di peso sulle importazioni tedesche, contro solo un -3 per cento, nello stesso periodo, in Europa Occidentale e nella media mondiale, e per una maggior rilevanza di Farmaceutica, Automobili e motocicli e Meccanica varia. Sono tutti settori, questi ultimi, in cui l'industria tedesca è fortemente specializzata, suggerendo quindi che i processi di ricomposizione delle importazioni siano stati influenzati dalle politiche di delocalizzazione produttiva adottate dalle imprese tedesche. Torneremo però su questo aspetto nell'analisi delle dinamiche dei diversi concorrenti sui mercati della Germania.

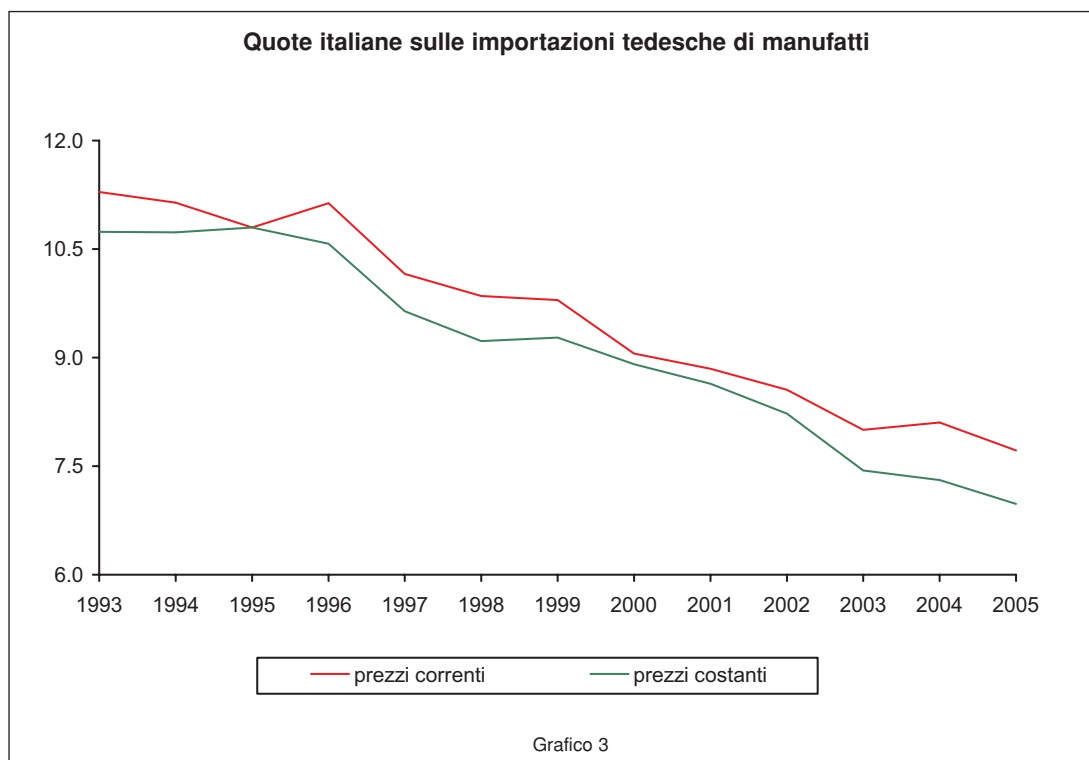
Nel corso degli ultimi anni, a fronte del rallentamento dell'economia tedesca, anche le importazioni di manufatti hanno evidenziato un ritmo di crescita piuttosto modesto, se paragonato all'evoluzione del commercio internazionale nel suo insieme. Per la media manifatturiera, infatti, nel quinquennio 2001-'05 i beni importati hanno mostrato un tasso di crescita medio annuo attorno al 2,5 per cento, con variazioni negative per i settori Mobili ed elettrodomestici, Sistema moda, Meccanica strumentale, Treni, aerei e navi e Tempo libero. A parte il caso della Farmaceutica, ritmi di sviluppo significativamente superiori alla media si sono avuti solamente per Automobili e motocicli, Intermedi chimici e in metallo e per il Largo consumo non alimentare (detergenza e cosmesi), tutti prossimi al 5 per cento.

3. Le esportazioni italiane in Germania

Come già ricordato, la Germania rappresenta il primo mercato di sbocco per le esportazioni delle imprese italiane, con un peso attorno al 13 per cento. Significativamente superiore a tale valore è il ruolo che la Germania ricopre per alcuni settori, quali Alimentare, Automobili e motocicli e Intermedi in metallo, per i quali il mercato tedesco rappresenta un quinto delle vendite all'estero. La composizione delle esportazioni italiane verso la Germania ricalca quella media verso i mercati mondiali nel complesso, anche se presenta rispetto a questi un minor peso dei beni di consumo non legati alle produzioni tradizionali del Made in Italy verso la Germania, a vantaggio di una maggior rilevanza di Beni intermedi e strumentali (esclusi quelli metalliferi e della meccanica). Questi ultimi settori sono però quelli maggiormente cresciuti, in termini relativi, nell'ultimo decennio, mentre si è verificata una progressiva e molto intensa perdita d'importanza delle esportazioni del Made in Italy, passate da un peso sull'export complessivo italiano di manufatti di quasi il 45 per cento a metà anni novanta all'attuale 30 per cento circa. In generale, la ricomposizione delle esportazioni italiane non ha seguito un'evoluzione differente da quella delle importazioni complessive tedesche, con alcune eccezioni per Alimentare e Intermedi in metallo, il cui peso è aumentato per l'Italia ma non per la Germania, ed Elettronica, dove invece è avvenuto l'opposto. Quest'ultimo settore rappresenta quello con la maggiore differenza tra la rilevanza che assume per gli esportatori italiani (meno del 3 per cento) e quella per le importazioni tedesche (oltre il 15 per cento).

La quota sulle importazioni tedesche di manufatti detenuta dagli esportatori italiani si attesta poco sotto l'8 per cento, a prezzi correnti, e ha evidenziato una flessione quasi ininterrotta dal 1996. Stessa dinamica negativa, ma leggermente più

accentuata (soprattutto tra il 2000 e il 2004), si è registrata per la quota a prezzi costanti, scesa lo scorso anno al 7 per cento.



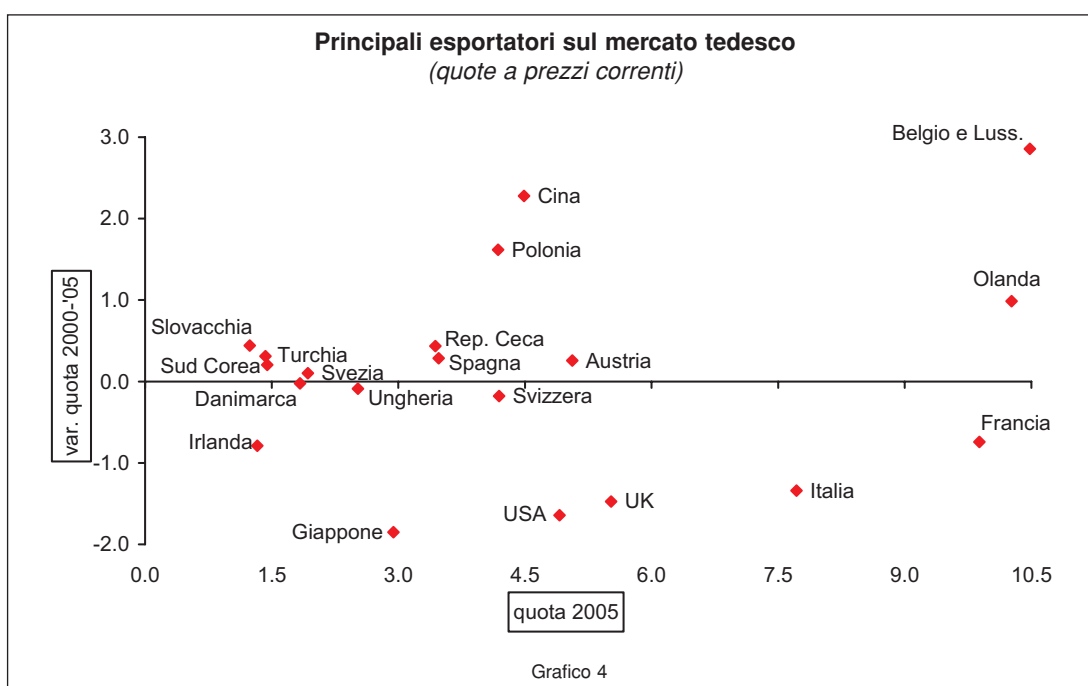
A livello settoriale, la quota italiana sulle importazioni tedesche risulta molto elevata per Mobili ed elettrodomestici e per i beni intermedi del Sistema moda, in entrambi i casi superiore al 20 per cento, con punte di eccellenza anche per i beni per l'edilizia del Sistema casa, i Mezzi di trasporto per industria e agricoltura e gli Intermedi in metallo. Quasi assenti sono invece gli esportatori italiani di Elettronica, Intermedi per l'agricoltura e Treni, aerei e navi. Sia a prezzi correnti che a prezzi costanti la performance degli esportatori italiani sul mercato tedesco è risultata, nell'ultimo quinquennio, peggiore sia di quella registrata sugli altri mercati dell'Europa Occidentale, sia di quella mediamente osservata sul totale del commercio mondiale. Particolarmente negativi sono apparsi i risultati conseguiti dai nostri esportatori nei settori del Sistema casa e del Sistema moda, con flessioni a prezzi correnti tra il 3 e l'8 per cento circa, seguiti da Farmaceutica e Automobili e motocicli (con un -2 per cento circa). In controtendenza solamente alcuni produttori di beni intermedi (Imballaggi, Intermedi per l'agricoltura e chimici) e quelli della Meccanica strumentale.

Anche in Germania, quindi, si conferma la fase di forte difficoltà per le produzioni tipiche del Made in Italy, che anche su un mercato maturo, con elevata stratificazione qualitativa della domanda e geograficamente vicino come quello tedesco non sono riuscite a difendere le posizioni acquisite e rilanciare la sfida competitiva portata dai concorrenti.

Sebbene la lunga fase di stagnazione della domanda interna tedesca possa aver contribuito ad accentuare i risultati negativi delle nostre imprese, penalizzando mag-

giormente gli acquisti di beni nelle fasce qualitative in cui si trovano in maggioranza i prodotti italiani, un altro elemento che sicuramente può spiegare le ragioni di queste difficoltà potrebbe essere quello della scarsa capacità dei produttori italiani di accedere ai canali distributivi o di crearsene di propri. Senza un radicamento saldo sui mercati finali, infatti, è molto più difficile, in occasione di fasi negative del ciclo economico, mantenere il proprio posizionamento sul mercato.

4. I concorrenti sul mercato tedesco

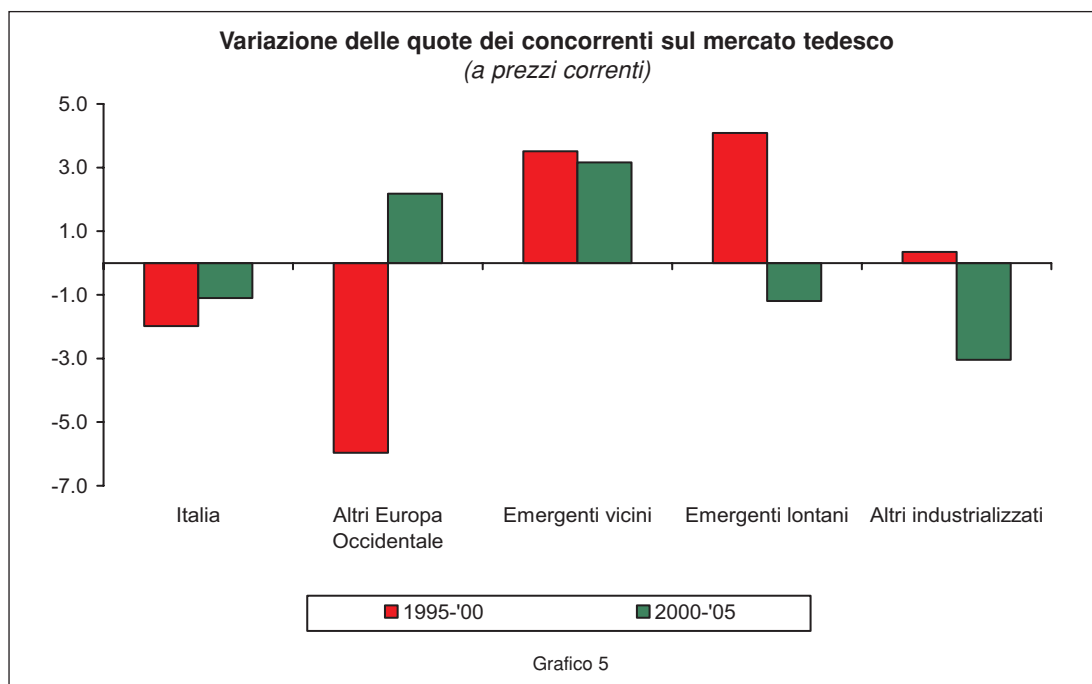


Le importazioni tedesche non presentano un livello di concentrazione dei paesi di provenienza molto elevato. L'Italia, in quarta posizione, è preceduta da Francia, Olanda e Belgio, paese leader, tutti con quote attorno al 10 per cento, ed è seguita da un nutrito gruppo di paesi con quote comprese tra il 3 e il 6 per cento, tra cui Austria, Regno Unito, Stati Uniti e Cina. Nel corso dell'ultimo quinquennio, i primi due paesi del ranking hanno mostrato una crescita delle loro quote per complessivi 4 punti percentuali, mentre Francia, Italia e Regno Unito hanno evidenziato andamenti cedenti. Più in generale, gli esportatori dell'Europa Occidentale, che detengono quasi il 65 per cento delle importazioni tedesche, negli ultimi anni hanno leggermente guadagnato terreno, ma meglio di loro hanno fatto i produttori emergenti europei e nord-africani, arrivati al 16 per cento, con un incremento superiore ai 3 punti percentuali. I concorrenti delle altre aree geografiche, invece, hanno subito una flessione delle proprie quote, più marcata per i paesi di più antica industrializzazione (in particolare, Stati Uniti e Giappone), cui si sono sottratti solamente, tra gli emergenti, Corea del Sud e, soprattutto, Cina, che ha praticamente raddoppiato le proprie quote giungendo al 4,5 per cento (con il secondo incremento assoluto, dopo quello del Belgio).

Se per i produttori dei paesi emergenti più vicini alla Germania hanno giocato

un ruolo rilevante per i loro guadagni competitivi le politiche di delocalizzazione adottate dalle imprese dei paesi dell'Europa Occidentale, Germania in testa, Belgio e Olanda hanno beneficiato dell'attività dei loro porti come punto d'arrivo delle merci provenienti dal resto del mondo, in particolare dall'area asiatica.

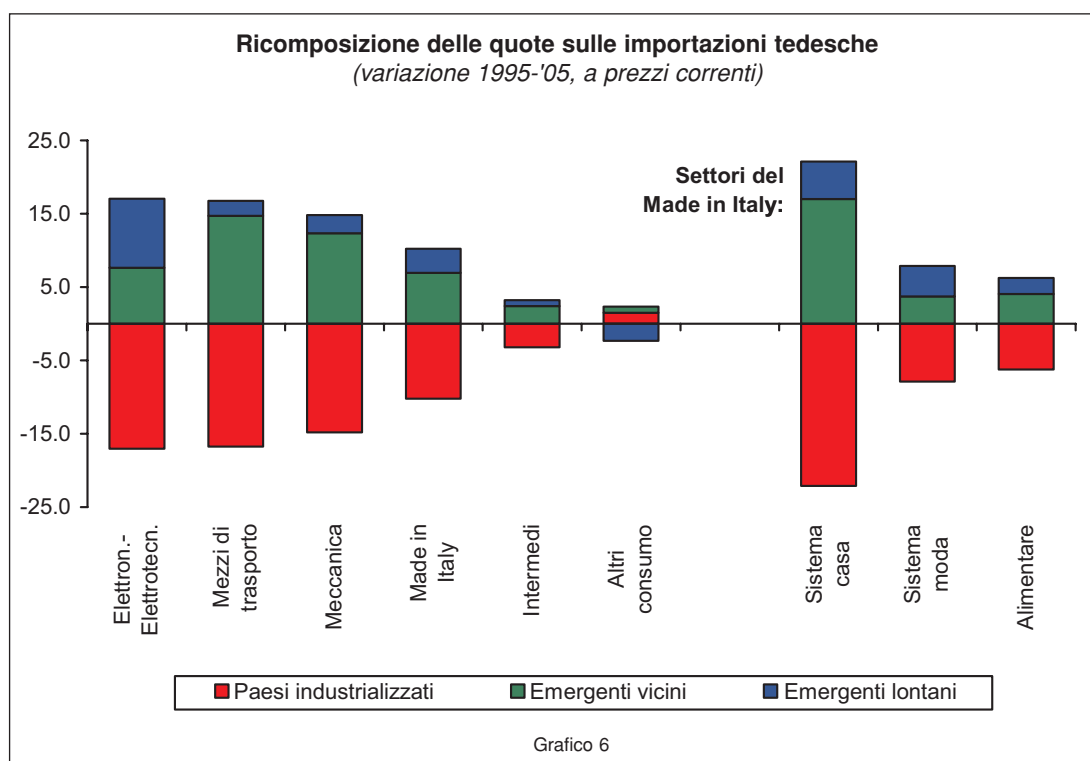
Il quadro cambia invece se si osserva l'evoluzione delle diverse quote nell'arco degli ultimi dieci anni: in questo intervallo, infatti, emerge con maggior forza la crescita dei produttori dei paesi emergenti europei e nordafricani (in grado di guadagnare circa 7 punti di quote), cui si aggiungono risultati positivi anche per quelli delle altre aree (quasi 3 punti), mentre anche i competitori tradizionali europei mostrano segnali di difficoltà, anche peggiori rispetto ai paesi industrializzati extraeuropei (con perdite, rispettivamente, di quasi il 4 e il 3 per cento).



In questo periodo, tuttavia, emergono significative differenze nell'andamento del contesto competitivo per i diversi settori. In particolare, le differenze riguardano in maniera consistente l'entità delle perdite subite dagli esportatori tradizionali e se di queste abbiano beneficiato i produttori emergenti vicini o quelli lontani.

I comparti in cui le imprese dei paesi più avanzati hanno maggiormente subito la concorrenza degli emergenti sono quelli dell'Elettronica-Elettrotecnica e dei mezzi di trasporto, dove le loro quote sono diminuite di circa 17 punti percentuali. Diversa è però la composizione di chi ha guadagnato terreno: nel primo caso, infatti, gli emergenti lontani si sono accaparrati oltre la metà delle nuove quote di mercato, con un'accelerazione di tale fenomeno nell'ultimo quinquennio, mentre nei mezzi di trasporto le quote sono andate per la grandissima maggioranza ai paesi dell'Europa Centro Orientale. Questa stessa situazione, anche se con intensità minore, si è verificata sia nella filiera meccanica sia nei settori del Made in Italy. Con riferimento a questi ultimi, risulta particolarmente grave, dal punto di vista delle prospettive per l'Italia, la situazione nel Sistema casa, dove i produttori tradizionali hanno accumulato perdite

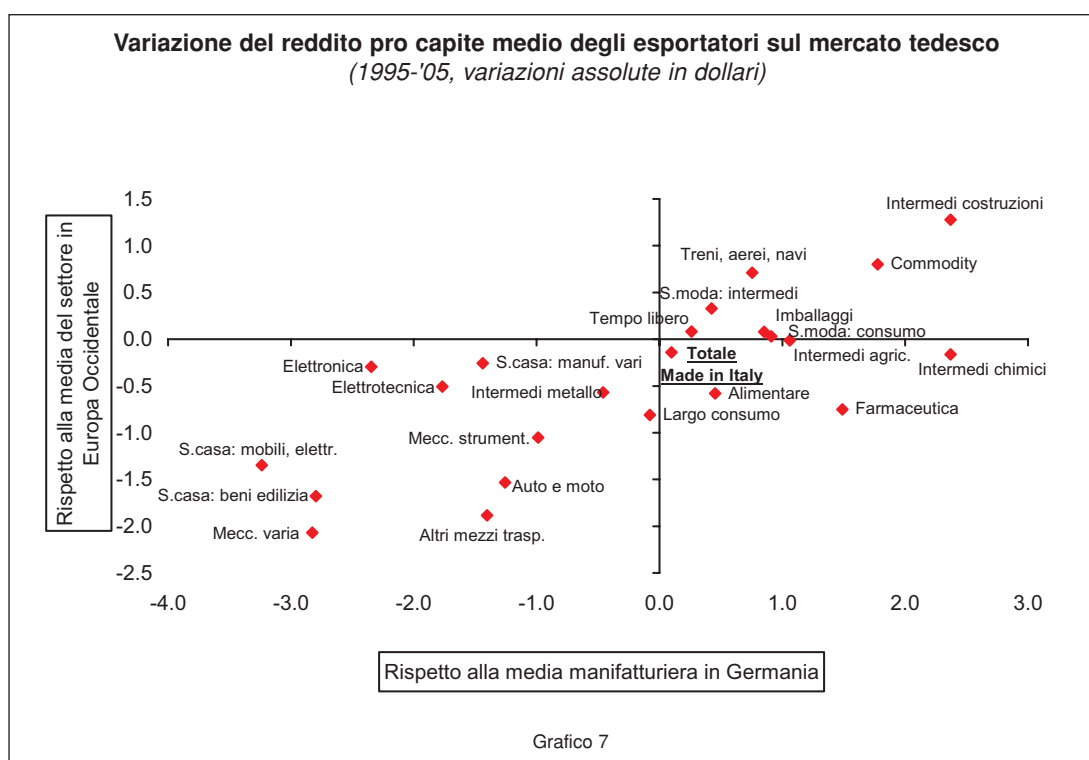
per oltre 20 punti, andate quasi tutte a favore degli emergenti vicini. Nel Sistema moda, invece, i processi di ricomposizione appaiono più moderati, con guadagni simili tra concorrenti emergenti vicini e lontani.



In questo quadro così complesso, i produttori italiani dei diversi settori manifatturieri hanno quindi dovuto fronteggiare sfide competitive molto diverse, in particolare una crescita dell'importanza dei concorrenti con vantaggi di costo legata non solo alle peculiarità produttive e di domanda dei diversi comparti, ma soprattutto alla tipologia prevalente dei nuovi produttori che si sono affacciati sul mercato tedesco.

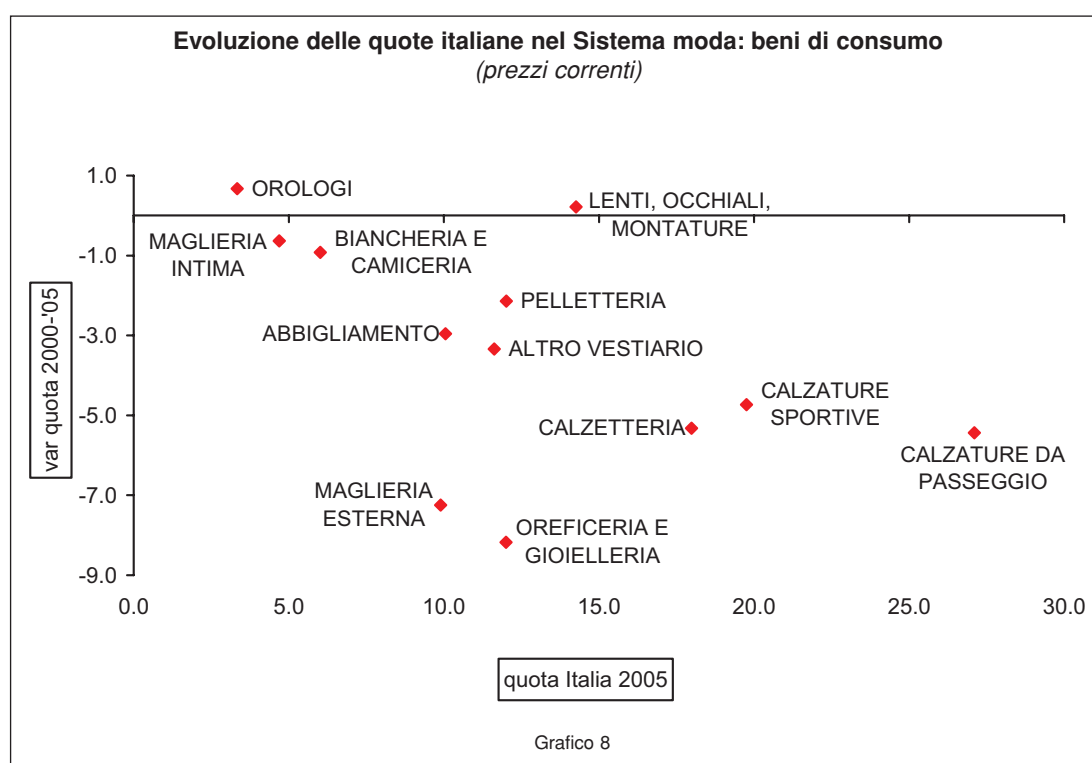
Una misura che può sintetizzare questi fenomeni è quella ottenuta calcolando il reddito pro capite medio degli esportatori verso la Germania (come proxy del loro costo del lavoro e del loro grado di sviluppo economico) nei diversi settori manifatturieri e confrontando le sue variazioni sia con quelle medie manifatturiere sul mercato tedesco sia con quelle che, negli stessi settori, si sono avute nell'insieme dei paesi dell'Europa Occidentale. Da questa analisi emerge chiaramente come il peso dei PVS (misurato dall'entità dell'abbassamento del reddito pro capite medio degli esportatori) sia aumentato in modo più consistente, sia rispetto alla media settoriale sia rispetto agli altri mercati europei, in molti beni dei comparti delle filiere elettroniche e meccaniche, nei mezzi di trasporto e, soprattutto, nel Sistema casa. Al contrario, questi fenomeni sono risultati mediamente meno intensi nel Sistema moda e in quasi tutti i beni intermedi, segnalando quindi come le perdite di quote sperimentate dagli esportatori italiani vadano attribuite solamente in minima parte all'emergere di concorrenti caratterizzati da vantaggi competitivi sul versante dei costi di produzione e siano, invece, in larga misura da attribuire alle difficoltà delle nostre imprese nel mantenere relazioni commerciali stabili e durature sia con i mercati finali sia con le strutture distributive presenti in loco.

In base a queste analisi, è possibile classificare i principali settori manifatturieri in base alle caratteristiche del loro contesto competitivo. In un primo gruppo, comprendente i settori del Sistema casa, dei mezzi di trasporto, dell'elettromeccanica, dei beni di largo consumo, compreso l'alimentare, delle Commodity e degli Imballaggi, i paesi di più antica industrializzazione stanno progressivamente perdendo importanza sul mercato tedesco, ad opera quasi esclusivamente dei concorrenti posizionati nell'Europa Centro Orientale, che hanno beneficiato di significativi investimenti produttivi da parte dei produttori tradizionali. Il consistente afflusso di capitale straniero, inoltre, ha contribuito a rivitalizzare anche le produzioni non direttamente coinvolte nelle delocalizzazioni, determinando una crescita complessiva della competitività di questi paesi sui mercati internazionali (potrebbe, ad esempio, essere il caso della componentistica meccanica). In questi settori, le imprese italiane hanno evidenziato, in generale, una scarsa tenuta delle proprie quote, anche se non sono mancate situazioni positive (in particolare nell'Alimentare). Il Sistema casa, quello dei mezzi di trasporto e del Largo consumo non alimentare sono quelli in cui i nostri produttori hanno accusato le difficoltà maggiori, ma va sottolineato come anche l'Italia abbia, in molti di questi comparti, partecipato attivamente ai processi di delocalizzazione in Europa dell'Est. Nel Sistema casa, tuttavia, la perdita di quote italiana è stata molto maggiore di quella sperimentata dagli altri produttori tradizionali, con un differenziale in larga parte spiegato dal contemporaneo guadagno ottenuto dai paesi emergenti lontani, asiatici in testa. In questo settore, quindi, le esportazioni delle nostre imprese hanno subito sia i processi di ricomposizione degli assetti produttivi in ambito europeo, di cui sono comunque state in parte artefici, sia l'ingresso dei nuovi competitori a basso costo del lavoro, non riuscendo ad opporre valide strategie di difesa delle posizioni acquisite, come invece sembrerebbero aver fatto gli altri produttori industrializzati.

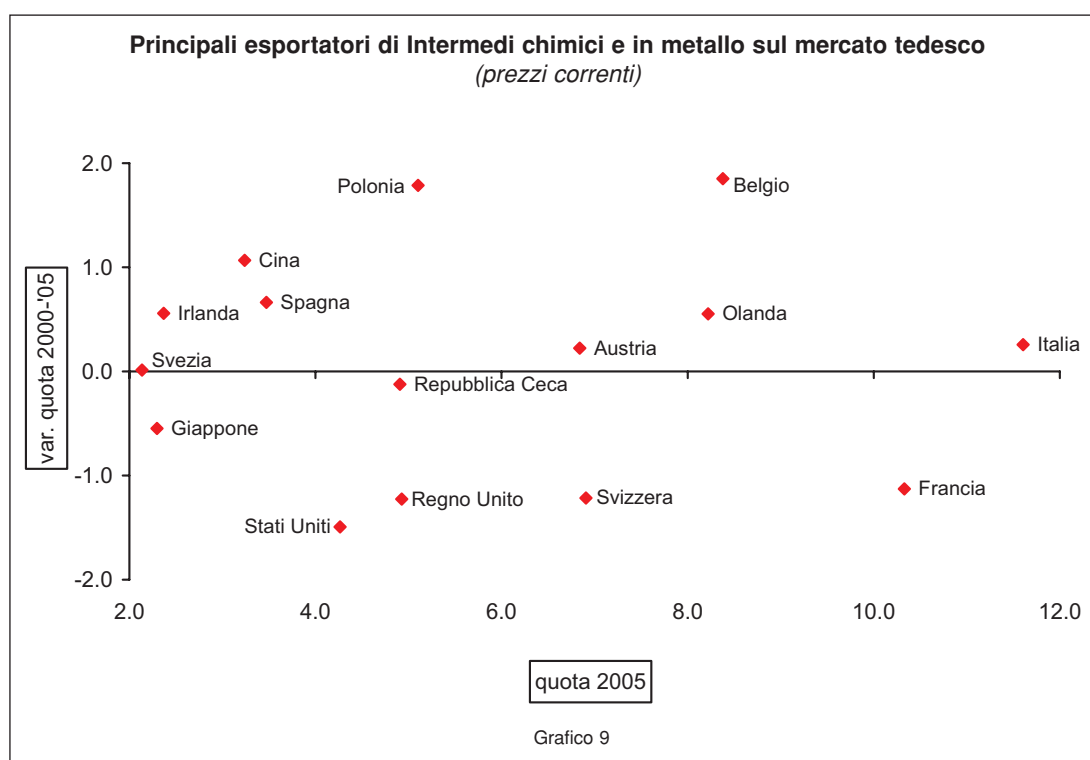


Un secondo gruppo di settori è quello appartenente al Sistema moda, nel quale la perdita delle quote italiane è stata molto forte e quasi interamente attribuibile alle produzioni asiatiche. Anche in questo caso, si è verificata una disparità molto forte tra le performance delle nostre imprese e quelle degli altri paesi maggiormente industrializzati. In particolare, la situazione appare molto complessa nei beni di consumo del Sistema moda, dove, in teoria, le caratteristiche qualitative prevalenti dei nostri prodotti avrebbero dovuto ostacolare un processo di sostituzione con le merci asiatiche. Anche la tipologia dei singoli settori coinvolti nel calo delle quote italiane non aiuta a descrivere meglio le ragioni del fenomeno, avendo di fatto riguardato tutti i tipi di prodotto.

Un fattore che può giustificare almeno in parte questi risultati è quello costituito dal sistema distributivo in Germania. Si può infatti ipotizzare che i punti vendita più organizzati, per gran parte di proprietà dei paesi più maturi, abbiano fatto da argine all'ingresso impetuoso delle merci asiatiche, salvaguardando in questo modo sia le produzioni tedesche sia quelle degli altri produttori industrializzati. Infatti, Francia, Regno Unito, Svizzera e Spagna hanno mantenuto le proprie quote, mentre Austria e Danimarca, oltre a Belgio e Olanda (con i caveat di cui sopra), sono riusciti a realizzare degli incrementi (e il saldo commerciale tedesco nel settore ha dimezzato il suo passivo negli ultimi 5 anni). I produttori italiani, invece, hanno potuto beneficiare solo parzialmente di queste "barriere di difesa" del mercato, data la strutturale difficoltà delle nostre aziende nello stringere solidi legami con le strutture distributive o nel crearsene di proprie, trovandosi quindi senza gli strumenti necessari al contenimento dell'avanzata cinese.



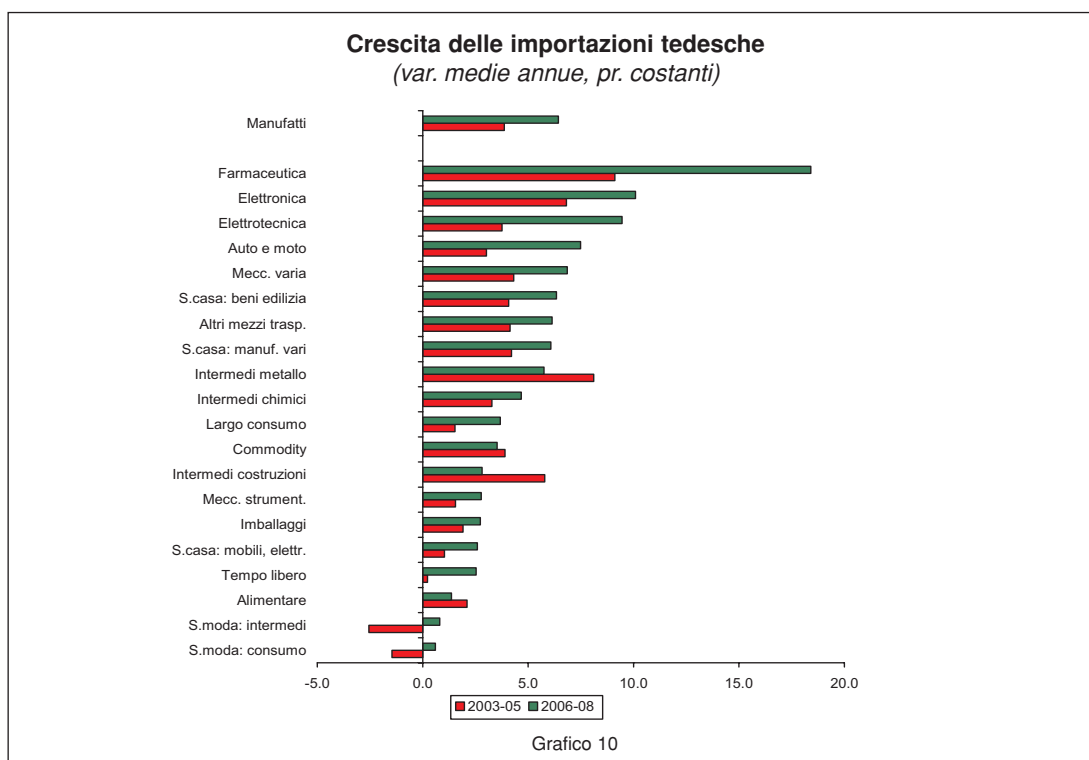
Infine vi è il gruppo di settori costituito da *Tempo libero*, *Intermedi chimici e in metallo*, dove le imprese italiane hanno saputo limitare le perdite e, in alcuni casi, guadagnare quote sulle importazioni tedesche, facendo meglio sia dei produttori tradizionali, sia di quelli emergenti lontani, che invece hanno accusato la crescita dei paesi dell'Est Europa (apparterrebbe a questo gruppo anche l'Elettronica, ma la presenza dell'Italia su questo mercato è talmente limitata da rendere poco significativa un'analisi della sua competitività). Con riferimento ai beni intermedi, si tratta di settori che comprendono un insieme di prodotti molto ampio e variegato, spesso con differenti tipologie di mercato di destinazione (costruzioni, industria, mercati al consumo). Come conseguenza di questa eterogeneità, anche il novero dei concorrenti e delle loro performance è molto variegato. Nell'insieme dei settori, comunque, l'Italia risulta il principale esportatore, nell'ultimo quinquennio anche in grado di consolidare la propria posizione con un lieve guadagno di quote, soprattutto grazie al comparto degli Intermedi in metallo. I principali concorrenti sono costituiti dalla Francia, che appare uno dei paesi più in difficoltà, e da Belgio e Olanda. Oltre a questi ultimi e all'Italia, negli ultimi 5 anni hanno significativamente guadagnato quote sulle importazioni tedesche Polonia e Cina, prevalentemente a discapito di paesi industrializzati (Svizzera, Regno Unito, Stati Uniti, Giappone). Questo indica come il quadro competitivo sia probabilmente in fase di trasformazione, con la consueta progressiva sostituzione dei paesi di più antica industrializzazione sia da parte delle aree dell'Europa dell'Est sia della Cina (gli altri produttori asiatici sono, di fatto, assenti dal mercato tedesco). Per ora sembra che le nostre imprese stiano riuscendo a controllare i cambiamenti in corso, avendo probabilmente adottato per tempo opportune strategie competitive.



5. Le prospettive per i prossimi anni

Il miglioramento dell'economia tedesca si tradurrà, come già anticipato in precedenza, in un'accelerazione nel ritmo di sviluppo delle importazioni di manufatti. In media, la differenza rispetto al triennio 2003-'05 sarà di una maggior crescita prossima al 2,5 per cento annuo, con punte superiori al 3 per cento per Elettrotecnica, Automobili e motocicli, Beni intermedi del Sistema moda ed Elettronica (e per la Farmaceutica, ma questo è un settore con elevate peculiarità). Al contrario, un rallentamento marcato potrebbe caratterizzare i settori degli Intermedi per le costruzioni e gli Intermedi in metallo, settore quest'ultimo il cui ritmo di crescita resterà su livelli elevati, non significativamente diversi da quelli medi manifatturieri.

Per perlustrare le possibili opportunità per le imprese italiane, si sono confrontati i ritmi di crescita attesi per i singoli settori con quello medio manifatturiero, incrociando questa informazione con quella relativa alla variazione delle quote italiane nei primi anni del decennio (sempre confrontandola con quella media per i manufatti), utilizzata come misura del diverso grado di competitività delle nostre imprese nei vari settori manifatturieri. Da tale analisi emergono situazioni abbastanza eterogenee tra loro. Nei settori tradizionali del Made in Italy, infatti, tra i più rilevanti per l'export italiano in Germania, sono attese condizioni sia di minor crescita rispetto alla media dei manufatti, in particolare per il Sistema moda, sia di minor competitività delle imprese italiane.

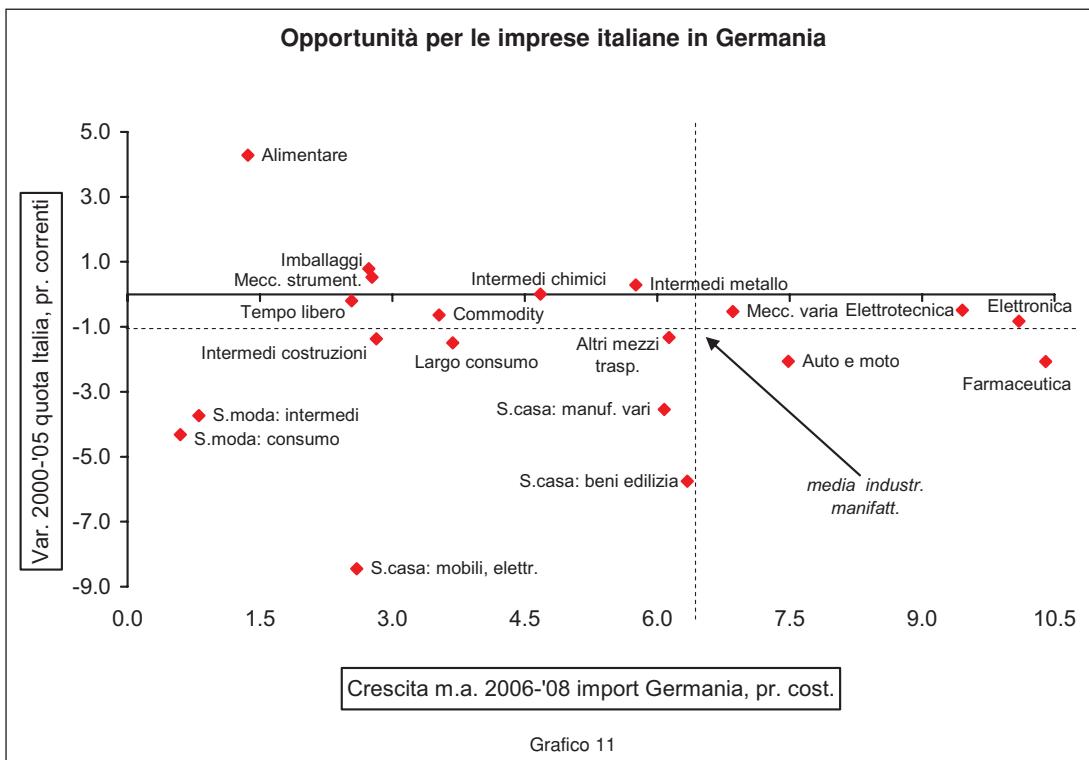


Questi risultati confermano come, nelle situazioni più difficili per i nostri esportatori, sia necessaria l'adozione di nuove strategie competitive ad opera delle impre-

se italiane, al fine di invertire le tendenze negative in atto e recuperare terreno nei confronti dei concorrenti esteri.

Migliori sono invece le prospettive per Meccanica varia, Automobili e motocicli, Elettrotecnica e Farmaceutica, caratterizzati da una buona crescita della domanda estera tedesca e da una maggior competitività delle nostre imprese. Questa situazione caratterizza anche settori quali gli Intermedi in metallo e la Meccanica strumentale, dove nonostante ritmi di crescita attesi delle importazioni tedesche non tra i più elevati dovrebbe confermarsi la buona competitività mostrata dalle imprese italiane negli ultimi anni. Un caso particolare è poi quello dell’Alimentare, settore strutturalmente caratterizzato da una bassa crescita, ma nel quale i prodotti italiani stanno realizzando importanti guadagni di quote sulle importazioni tedesche e che, quindi, dovrebbe continuare a beneficiare di condizioni di mercato positive.

In sintesi, la ripresa dell’economia tedesca tornerà ad alimentare il flusso delle esportazioni italiane, come già osservato per buona parte degli anni novanta. Pur se il mercato tedesco ha perso parte dell’importanza che rivestiva per le esportazioni delle nostre imprese, questi miglioramenti potrebbero sostenere la crescita complessiva del fatturato estero dell’industria italiana, contribuendo per circa mezzo punto percentuale l’anno all’evoluzione delle esportazioni in euro correnti.



6. Conclusioni

Pur se le situazioni qui presentate appaiono estremamente variegata, è possibile cercare di trarne alcune indicazioni sintetiche, allo scopo di evidenziare in quale direzione le strategie competitive delle imprese italiane dovrebbero indirizzarsi per

recuperare competitività non solo in Germania, ma più in generale nei mercati dei paesi a più elevata maturità.

L'ipotesi che emerge con maggior forza dalle analisi effettuate è quella che, in questi contesti competitivi, le caratteristiche di prodotto, da sole, non sono in grado di garantire né una difesa né un rilancio delle posizioni di mercato acquisite. Questi risultati, invece, possono essere raggiunti attraverso una maggior attenzione agli aspetti di relazione: con la distribuzione, per i beni destinati al consumo, e con il cliente/impresa, per i beni intermedi e strumentali. L'implementazione di adeguate strategie in questo campo potrebbe sottrarre almeno in parte gli esportatori italiani dall'attacco portato da due diverse tipologie di produttori emergenti: quelli asiatici, attivi soprattutto nei beni di consumo e dell'Elettronica e vincenti grazie a vantaggi dal lato dei costi, e quelli dell'Europa Orientale, maggiormente specializzati nei comparti meccanici, dei mezzi di trasporto e del Sistema casa, per i quali ai vantaggi di costo si sommano quelli derivanti dall'attività di delocalizzazione delle imprese più dinamiche dei paesi industrializzati, in grado quindi di offrire anche standard tecnologici e qualitativi elevati. I deludenti risultati dei produttori italiani sul mercato tedesco suggeriscono come questi processi di riqualificazione delle strategie competitive non siano ancora stati adeguatamente implementati. Il rilancio dell'economia tedesca potrebbe, quindi, non bastare a sostenere un recupero delle nostre esportazioni. La maggior domanda, infatti, potrebbe accrescere ancor più l'afflusso di merci dai paesi emergenti, penalizzando, tra i produttori dei paesi industrializzati, soprattutto le nostre imprese, che meno delle altre hanno saputo costruire, nella maggior parte dei settori, adeguate relazioni commerciali.