

Rapporto ICE 2016-2017

L'ITALIA NELL'ECONOMIA INTERNAZIONALE



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Focus

**COMMERCIO DIGITALE E
QUARTA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE**



**L'ITALIA NELL'ECONOMIA
INTERNAZIONALE**

RAPPORTO ICE 2016-2017

Il Rapporto è stato redatto da un gruppo di lavoro dell'Ufficio di supporto per la Pianificazione strategica e il controllo di gestione dell'Ice.

Coordinamento generale

Riccardo Landi

Coordinamento scientifico

Lelio Iapadre

Comitato editoriale

Fabrizio Onida (Presidente), Simona Camerano, Giancarlo Corò, Luca De Benedictis, Vincenzo De Luca, Sergio De Nardis, Silvia Fabiani, Giorgia Giovannetti, Anna Giunta, Lelio Iapadre, Alessandra Lanza, Stefano Menghinello, Roberto Monducci, Marco Simoni, Lucia Tajoli, Alessandro Terzulli e Francesco Tilli.

Hanno redatto il testo

Cristina Castelli, Pier Alberto Cucino, Raffaele Di Pietro, Giulio Giangaspero, Gabriele Iannotta, Antonio Lembo, Rita Anabella Maroni, Elena Mazzeo, Marco Saladini, Stefania Spingola, Pjero Stanojevic e, per il capitolo 7, Mariaconcetta Giorgi, Fabio Giorgio e Andrea Scano (Ministero dello Sviluppo economico), Paola Chiappetta, Davide Colombo, Marco Leone, Giulio Mignacca, Federico Mozzi e Lucia Pasqualini (Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale), Rita Arcese, Pamela Ciavoni e Giulia Pavese (Conferenza delle Regioni e Province autonome), Alessandro Melini (Cassa depositi e prestiti), Fabiola Carosini e Veronica Quinto (Simest), Ivano Gioia e Stefano Gorissen (Sace).

Hanno collaborato

Mariarosaria Agostino, Teresa Barp, Marco Bellandi, Carlo Boselli, Sara Calligaris, Serena Maria Campanelli, Rita Cappariello, Maria Serena Causo, Rossana Ciraolo, Claudio Colacurcio, Nicola D. Coniglio, Stefano Costa, Marco De Angelis, Gabi Dei Ottati, Massimo Del Gatto, Silvia Fabiani, Stefano Federico, Alberto Felettigh, Luciano Fratocchi, Anna Giunta, Maria Giuffrida, Fadi Hassan, Donatella Iaricci, Raffaele Lagravinese, Alessandra Lanza, Giovanni Mastronardi, Stefano Menghinello, Stefano Micossi, Mirella Morrone, Marco Mutinelli, Alessandra Nurra, Gianmarco I. P. Ottaviano, Dejan Pejčic, Fabio Pizzino, Alberto Franco Pozzolo, Renan Sacilotto, Sergio Salamone, Federico Sallusti, Domenico Scalera, Fabiano Schivardi, Fabio Sforzi, Lorenzo Soriani, Davide Suverato, Lucia Tajoli, Gianluigi Toschi, Francesco Trivieri, Adele Vendetti, Claudio Vicarelli, Gianfranco Viesti, Davide Vurchio e Davide Zurlo.

Si ringraziano inoltre per la collaborazione

Silvio Bevilacqua, Fabrizio Bubola, Rosa Buonocore, Fabrizio Camastra, Pier Alberto Cucino, Giorgia Evangelisti, Giuseppe Federico, Vincenzo Lioi, Rita Marinelli, Roberta Mosca, Dalila Parisi, Pietro Turco e Paolo Sannini.

Assistenza per elaborazione dati

Francesco Salierno, RetItalia Internazionale S.p.A.

Nel Rapporto si fa riferimento anche ai dati riportati nell'Annuario statistico Istat-Ice Commercio estero e attività internazionali delle imprese - Edizione 2017.

La realizzazione del Rapporto è stata possibile grazie al contributo dell'Istat e della Banca d'Italia.

Il Rapporto è stato redatto con le informazioni disponibili al 01 luglio 2017.

Le opinioni espresse nel Rapporto sono riferibili agli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'istituzione di appartenenza.

ISBN 978-88-98597-09-3

ISSN 2282-6858

Contatti

pianificazione.controllo@ice.it

Nel sito www.ice.gov.it sono disponibili il Rapporto e dati statistici aggiornati

Finito di stampare nel mese di luglio 2017 presso
Marchesi Grafiche Editoriali - Via Flaminia 995/997
00189 Roma
tel. [+39] 06 332161
www.marchesigrafiche.it



INDICE



1. Lo scenario economico mondiale

Quadro d'insieme	8
1.1 Scambi internazionali e investimenti diretti esteri	12
1.1.1 L'attività economica e i conti con l'estero	12
1.1.2 Scambi di merci	19
1.1.3 Scambi di servizi	22
1.1.4 Investimenti diretti esteri	25
Riquadro	
<i>L'evoluzione recente delle importazioni cinesi</i>	30
Approfondimento	
<i>Gli scambi internazionali di beni intermedi</i>	33
1.2 Le politiche per l'integrazione dei mercati internazionali	40
1.2.1 L'accesso ai mercati internazionali: dazi e misure non tariffarie sugli scambi di merci	41
1.2.2 Le barriere al commercio di servizi	46
1.2.3 Le barriere agli investimenti diretti esteri	49
1.2.4 Il processo di liberalizzazione degli scambi	51
1.2.5 Il ruolo dell'Omc nelle dispute commerciali	53
1.2.6 Gli accordi commerciali preferenziali	54
1.2.7 Gli accordi sugli investimenti esteri	59
Approfondimenti	
<i>Il made in Italy davanti al neo-protezionismo americano</i>	61
<i>Un protezionismo che non protegge e le sue conseguenze sulla distribuzione del reddito</i>	66
1.3 L'Unione Europea	72
1.3.1 La regionalizzazione degli scambi nell'Unione Europea e nell'Eurozona	73
1.3.2 La politica commerciale dell'Unione Europea	75
Approfondimenti	
<i>Trent'anni di mercato interno europeo</i>	79
<i>Brexit: una stima dei costi tariffari per i paesi dell'Unione Europea in un nuovo regime di regolamentazione degli scambi commerciali con il Regno Unito</i>	88



INDICE

	2. L'attività economica e i conti con l'estero dell'Italia	
2.1	Quadro macroeconomico	96
2.1.1	I saldi della bilancia dei pagamenti e la posizione patrimoniale con l'estero	100
2.2	Le esportazioni	103
2.3	Le importazioni	107
2.4	Il commercio estero per classi di destinazione economica dei beni	108
	Approfondimenti	
	<i>L'aggiustamento dei conti con l'estero: fattori ciclici e il conto corrente dell'Italia</i>	110
	<i>Le quote di mercato delle esportazioni italiane: un'analisi constant-market-shares</i>	115
	3. Le aree e i paesi	
3.1	Gli scambi di merci	120
3.2	Gli scambi di servizi	132
3.3	L'internazionalizzazione produttiva	135
	Riquadro	
	<i>Presenza commerciale e produttiva delle imprese italiane nei principali mercati</i>	140
	4. I settori	
4.1	Gli scambi di merci	148
	Riquadro	
	<i>La farmaceutica italiana negli scambi internazionali</i>	160
4.2	Gli scambi di servizi	163
	Riquadro	
	<i>Le quote di mercato delle esportazioni italiane nei servizi: la dinamica nell'Area dell'euro</i>	165
4.3	L'internazionalizzazione produttiva	169
	5. Il territorio	
5.1	Interscambio di merci	174
5.2	Interscambio di servizi	181
5.3	Indicatori di apertura internazionale delle regioni italiane	184
5.4	L'Internazionalizzazione produttiva	187

Approfondimenti	
<i>Giacomo Becattini e il made in Italy distrettuale</i>	190
<i>Concentrazione e diversificazione delle esportazioni regionali</i>	195
<i>L'integrazione internazionale delle regioni dei principali paesi europei</i>	201
<i>Complessità dell'export provinciale e performance economica</i>	209

6. Le imprese

6.1	L'internazionalizzazione commerciale delle imprese italiane	218
6.2	L'internazionalizzazione produttiva delle imprese italiane	228
	Approfondimenti	
	<i>Imprese esportatrici, produttività e misallocazione</i>	233
	<i>Sopra la soglia (dell'export) l'impresa campa: vincoli strutturali e barriere all'export</i>	238
	<i>Le condizioni economico-finanziarie delle imprese esportatrici</i>	243
	<i>Partecipazione e posizionamento delle imprese italiane nelle catene globali del valore: nuova evidenza (2009-2014)</i>	249

@ FOCUS: Commercio digitale e quarta rivoluzione industriale

	L'economia digitale e le imprese italiane	256
	Riquadri	
	<i>E-commerce: il quadro istituzionale dell'Omc e i negoziati internazionali</i>	261
	<i>La strategia europea per il Mercato unico digitale (Digital single market): indicatori sullo stato di avanzamento degli obiettivi</i>	266
	<i>Tpo europee e sostegno alla diffusione del commercio digitale internazionale</i>	270
	Approfondimenti	
	<i>Le esportazioni digitali italiane</i>	273
	<i>Profilo digitale e propensione all'esportazione delle microimprese</i>	278
	<i>Digitalizzazione dei processi produttivi ed export: quale legame?</i>	284
	<i>Le tecnologie produttive additive come fattore abilitante del rimpatrio delle produzioni: alcune prime considerazioni</i>	290

7. Il sostegno pubblico all'internazionalizzazione delle imprese

	Quadro d'insieme	296
7.1	Commercio e investimenti diretti in uscita	306
	7.1.1 Ministero dello Sviluppo economico	306



INDICE

7.1.2	Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale	311
7.1.3	Ice-Agenzia	315
	Riquadri	
	<i>La promozione dell'Ice-Agenzia presso la grande distribuzione organizzata</i>	321
	<i>Il piano straordinario per la promozione del made in Italy e l'attrazione degli investimenti: i primi risultati</i>	324
	<i>Novità nel sistema degli accordi e convenzioni dell'Ice-Agenzia</i>	333
	<i>Roadshow per l'internazionalizzazione: le tappe diventano smart</i>	334
7.1.4	Regioni	339
	Riquadro	
	<i>La partecipazione delle regioni a Expo Astana 2017</i>	344
7.1.5	Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura	345
7.1.6	Cassa depositi e prestiti	348
	Riquadro	
	<i>Polo dell'export e dell'internazionalizzazione</i>	351
7.1.7	Simest	352
	Riquadro	
	<i>La nuova operatività dei finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione e il Portale dei finanziamenti</i>	357
7.1.8	Sace	358
	Approfondimento	
	<i>Alla ricerca delle opportunità, ma con un occhio ai rischi</i>	362
7.2	Investimenti diretti esteri in entrata	365
7.2.1	Ministero dello Sviluppo economico	365
7.2.2	Ice-Agenzia	365
7.2.3	Regioni	368
7.3	Monitoraggio e valutazione	369
7.3.1	Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale	369
7.3.2	Ice-Agenzia	370
	Riquadri	
	<i>L'impatto dei servizi dell'Ice sulle esportazioni: una valutazione preliminare</i>	373
	<i>Tre anni di Piano export sud a sostegno delle imprese delle regioni convergenza</i>	376

LO SCENARIO ECONOMICO MONDIALE





LO SCENARIO ECONOMICO MONDIALE

Quadro d'insieme

Scambi internazionali e investimenti diretti esteri

Sebbene nel 2016 l'attività economica globale abbia registrato il tasso di crescita più basso dal 2010, nell'ultimo trimestre dell'anno si sono avuti segnali di una ripresa che sembra gradualmente consolidarsi: secondo il Fondo monetario internazionale (Fmi), il Pil mondiale a parità di poteri d'acquisto, cresciuto del 3,1 per cento nel 2016, potrebbe accelerare nel 2017. L'attività economica globale, che ha reagito positivamente al manifestarsi di una domanda mondiale più sostenuta del previsto, al rialzo dei prezzi delle commodities e a mercati finanziari più dinamici nella seconda metà del 2016, resta tuttavia vulnerabile e in diverse aree sussistono motivi di incertezza e di rischio.

Il 2016 ha rappresentato per le economie avanzate un anno di forte rallentamento rispetto al biennio precedente, anche se con andamenti differenziati tra i paesi. Negli Stati Uniti si è avuta una ripresa del ciclo delle scorte e l'aspettativa di una politica fiscale più espansiva ha incoraggiato i mercati finanziari e rafforzato la fiducia delle imprese. Tuttavia, permane una forte incertezza legata alle decisioni di politica economica e commerciale della nuova amministrazione. Nei paesi dell'Area dell'euro, ad alcune dinamiche positive quali una politica monetaria espansiva, un euro deprezzato e le ripercussioni della ripresa negli Stati Uniti, fanno da contraltare le incertezze derivanti dall'andamento del negoziato sulle condizioni dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea, sancita dall'esito del referendum del giugno 2016. Anche se la crescita nel Regno Unito è rimasta invariata al 2,4 per cento, un dato superiore alle attese e che ha contribuito a dissipare i timori di una brusca frenata in seguito al referendum, restano incerte le conseguenze di medio e lungo periodo della Brexit, dipendenti da un negoziato che si preannuncia eccezionalmente complesso.

I paesi emergenti hanno continuato a dare un contributo alla crescita del Pil mondiale maggiore rispetto a quelli avanzati e questo apporto appare destinato ad aumentare nel 2017 e nel 2018. Tuttavia, i tassi di crescita della Cina hanno rallentato la corsa rispetto agli anni precedenti: prosegue infatti la fase di transizione dell'economia cinese, associata a una riduzione degli investimenti pubblici e a un ri-orientamento verso i consumi. In Russia la parziale ripresa delle quotazioni petrolifere, soprattutto alla fine dell'anno, e della domanda interna ha attenuato la flessione del Pil, consolidando la prospettiva di un ritorno alla crescita. I paesi dell'America latina, e in particolare il Brasile, hanno registrato nel 2016 uno dei peggiori andamenti degli ultimi anni. Messico e Cile tuttavia hanno continuato ad espandersi. Tra gli altri paesi emergenti, l'India ha confermato il suo dinamismo, con una crescita sostenuta dai consumi privati e dagli investimenti, soprattutto pubblici.

I prezzi delle materie prime energetiche sono nuovamente diminuiti nel corso del 2016, sebbene in misura molto minore che nel biennio precedente, e secondo le previsioni dovrebbero aumentare nel 2017. Resta aperto il problema di come diversificare il modello di sviluppo dei paesi esportatori di beni primari, in un contesto di prezzi relativamente bassi.

La crescita del commercio internazionale di beni e servizi ai tassi di cambio di mercato è stata molto lenta nel 2016, anche se il Fmi prevede una netta ripresa per il 2017-2018. Sebbene ormai evidente, il rallentamento della crescita degli scambi rispetto al Pil era visibile già dalla prima parte degli anni duemila. Le cause si possono far risalire a un mutamento della composizione della domanda globale e, in particolare, a una diminuzione dell'importanza degli investimenti, sia nei paesi avanzati che in quelli emergenti. Inoltre, la crisi economica ha colpito più duramente le economie dei paesi europei, caratterizzati tradizionalmente da un più alto grado di apertura. Da un punto di vista più strutturale, l'economia globale sperimenta la fine della fase più espansiva della globalizzazione, cominciata verso la fine degli anni ottanta, e il fenomeno delle reti internazionali della produzione sembra giunto a maturazione. Inoltre, soprattutto in Cina e negli altri paesi emergenti asiatici, con l'aumento del reddito

disponibile di una parte crescente della popolazione, il contributo della domanda interna alla crescita è superiore rispetto al passato e la produzione si rivolge maggiormente verso il mercato interno. A queste ragioni si aggiungono infine i recenti orientamenti di politica commerciale, con il moltiplicarsi di segnali di un ritorno a forme di protezionismo in molti paesi.

In termini di volumi di merci esportate, tutte le aree geo-economiche hanno mostrato degli incrementi, seppure piuttosto contenuti. Le quote sugli scambi internazionali per area geografica, misurate in valori a prezzi correnti, sono aumentate per l'Unione Europea e sono rimaste sostanzialmente stabili nelle altre aree, tranne un lieve calo registrato da Medio Oriente e Africa, sia nelle esportazioni che nelle importazioni. Tra i principali paesi esportatori l'aumento di quota della Cina, che resta il primo esportatore mondiale, ha registrato una battuta d'arresto e nel 2016 il suo surplus commerciale ha subito un ridimensionamento. L'avanzo della Germania si è consolidato e anche l'Italia ha aumentato il proprio saldo positivo. D'altro canto, mentre i disavanzi dell'India e degli Stati Uniti si sono ridotti, è aumentato quello del Regno Unito.

Il peso relativo dei servizi nel commercio mondiale è ulteriormente salito rispetto all'anno precedente e ha raggiunto il valore più alto dell'ultimo decennio, il 23 per cento sul totale dei beni e servizi scambiati.

Dopo il consistente aumento del 2015, i flussi in entrata degli investimenti diretti esteri (Ide) a livello mondiale hanno registrato nel 2016 una leggera diminuzione. Nonostante le previsioni dell'Unctad indichino una modesta ripresa nel prossimo biennio, difficilmente i flussi di Ide potranno tornare ai livelli precedenti lo scoppio della crisi economico-finanziaria. Infatti, è probabile che le incertezze a livello politico, quali la Brexit, gli annunci della nuova amministrazione statunitense sulla volontà di rinegoziare accordi commerciali strategici come il Nafta e i rischi nello scenario geo-politico incidano sulla ripresa degli investimenti. Con un'inversione di tendenza rispetto al recente passato, le economie sviluppate hanno attratto la maggior parte degli Ide mondiali, mentre i flussi diretti verso i paesi in via di sviluppo sono diminuiti.

Le politiche per l'integrazione dei mercati internazionali

Il clima di incertezza e le tensioni geopolitiche internazionali, cui contribuiscono i cambiamenti in corso negli Stati Uniti e l'avvio della Brexit, richiedono che la comunità internazionale presti particolare attenzione alle politiche commerciali, in modo da arginare spinte protezionistiche e isolazionistiche che potrebbero compromettere la ripresa della crescita economica. Benché i rappresentanti del G20 affermino di essere contrari a nuove misure restrittive e reiterino l'intenzione di eliminare gli ostacoli che ancora frenano gli scambi commerciali e gli Ide, l'Omc, l'Unctad e l'Ocse continuano a segnalare l'accumulazione di barriere di vario genere, e in primo luogo di misure di difesa commerciale.

Anche le barriere tariffarie sembrano mostrare, nuovamente, una tendenza al rialzo dei dazi doganali per tutti i gruppi di prodotti, con l'eccezione dei beni intermedi. I maggiori aumenti nei dazi sono riscontrabili per i prodotti alimentari, la meccanica ma anche per le calzature. Rispetto ai paesi avanzati le barriere restano particolarmente pronunciate nei Bric (Brasile, Russia, India e Cina), con tariffe più alte anche nel caso dei beni intermedi, nonostante la loro notevole partecipazione alle reti produttive internazionali. Resta inoltre la preoccupazione circa gli effetti delle molteplici misure non tariffarie, per via della loro scarsa trasparenza e del fatto che – pur essendo spesso imposte come temporanee – di frequente non vengono eliminate alla scadenza. Dato l'elevato grado di frammentazione internazionale raggiunto dai processi di produzione, queste norme possono incidere molto negativamente sul funzionamento delle catene del valore.



Insieme alle materie prime e ai beni intermedi, molti servizi (professionali, finanziari, trasporti e logistica, comunicazione) costituiscono input necessari alle imprese per produrre i beni finali. Facilitare gli scambi internazionali di servizi contribuisce pertanto a incrementare la produttività e la competitività delle imprese che se ne avvalgono, con potenziali ricadute positive sulla crescita. A differenza delle merci, le limitazioni agli scambi internazionali di servizi derivano principalmente da regolamentazioni interne ai singoli paesi, che hanno per oggetto le diverse modalità di fornitura e possono ostacolare l'accesso al mercato da parte di fornitori esteri. Alcuni paesi emergenti (India, Indonesia, Russia, Cina e Brasile), ma anche Islanda e Svizzera, mostrano un grado di restrizione molto più elevato rispetto all'Unione Europea e ad altri paesi dell'area Ocse. In generale, le restrizioni si riscontrano soprattutto per i servizi alle imprese, per le comunicazioni e per i trasporti e la logistica, mentre i servizi distributivi registrano un indice particolarmente basso.

In molti paesi permangono inoltre ostacoli di vario genere nei confronti degli investimenti esteri, spesso di tipo normativo, per esempio a causa di timori riguardanti la cessione di imprese appartenenti a settori considerati strategici o di interesse nazionale. Si tratta di ostacoli che possono rappresentare un forte disincentivo all'insediamento di imprese estere. Va tuttavia riconosciuto che negli ultimi anni le misure adottate sono state volte tendenzialmente alla liberalizzazione degli Ide, in modo da favorire spillovers positivi sulla produttività, sulla crescita occupazionale e sui flussi di conoscenza delle imprese nazionali. Il grado di apertura è decisamente maggiore nel comparto secondario ed è molto più elevato nell'Ue rispetto agli altri paesi, in particolare esterni all'Ocse: mercati emergenti come Filippine, Cina, Myanmar, Indonesia presentano infatti indici di restrizione particolarmente alti.

Per quel che riguarda il processo di liberalizzazione degli scambi, un importante passo avanti è stato conseguito con l'entrata in vigore dell'Accordo sulla facilitazione degli scambi di merci (Trade Facilitation Agreement, Tfa), già ratificato da 119 paesi. Si tratta del primo accordo multilaterale concluso dopo l'istituzione dell'Omc. Le sue regole, volte a snellire le procedure e ad agevolare la trasparenza e la cooperazione tra le autorità doganali, dovrebbero dare un impulso agli scambi commerciali riducendone i costi.

Altri progressi sono attesi in vista dell'undicesima conferenza ministeriale dell'Omc, che si terrà a Buenos Aires nel dicembre 2017, ma il lavoro sulle proposte da presentare è ancora in una fase iniziale. I temi da affrontare sono, tra gli altri, l'accesso al mercato dei prodotti agricoli, in considerazione dell'elevato livello dei dazi e dei sussidi ancora in vigore, la questione di come trovare una soluzione permanente sulle misure di sostegno pubblico all'agricoltura, le misure per facilitare gli scambi di servizi e gli investimenti esteri, l'adozione di regole internazionali per gli scambi digitali e di norme più stringenti per il ricorso a misure di difesa commerciale.

Per quel che concerne i negoziati plurilaterali su temi specifici che – come è noto – prevedono la partecipazione dei soli paesi membri interessati a raggiungere il consenso, nel 2016 è entrato in vigore il primo taglio tariffario previsto dal rinnovato Accordo sulle tecnologie dell'informazione (Information Technology Agreement, Ita II), che ha riguardato il 65 per cento delle linee tariffarie.

Sono inoltre proseguiti i negoziati plurilaterali riguardanti la liberalizzazione del commercio di servizi (Trade in Services Agreement, Tisa), con un secondo scambio delle offerte relative all'apertura dei mercati, su base reciproca. L'obiettivo è di concordare misure che vadano oltre quanto disposto dal General Agreement on Trade in Services (Gats), pur assicurandone la compatibilità con tale accordo multilaterale, e di prendere come riferimento i contenuti degli accordi preferenziali più ambiziosi.

È in corso anche il negoziato plurilaterale per l'Environmental Goods Agreement (Ega), al quale partecipano 46 paesi, che si propone di liberalizzare il commercio di beni nel settore ambientale e di ridurre i dazi di oltre 600 linee tariffarie per un totale di 2.000 prodotti.

Considerando la geografia degli scambi regionali, sembra proseguire la tendenza verso un rafforzamento del peso degli scambi all'interno delle aree di integrazione preferenziale, rispetto al commercio extra-area. Benché l'intensità di tali scambi tenda a crescere, soprattutto per alcune aree, prosegue il rallentamento del numero di nuovi accordi preferenziali conclusi a livello bilaterale e regionale, attenuando le preoccupazioni riguardanti la loro proliferazione e l'impatto sulla regolamentazione degli scambi. Nel 2016 e nei primi mesi del 2017 sono infatti entrati in vigore appena dieci nuovi trattati preferenziali che, a differenza degli anni passati, hanno riguardato in larga parte unicamente la liberalizzazione degli scambi di merci (cfr. i tre accordi di libero scambio stipulati dall'Ue con vari paesi africani e l'accordo concluso tra la Turchia e la Moldavia).

Con riguardo ai grandi negoziati transregionali, l'accordo sul Partenariato Trans-Pacifico (Trans-Pacific Partnership, Tpp), firmato nel febbraio 2016, si trova in una fase di stallo a seguito del ritiro degli Stati Uniti. Peraltro, dopo il quindicesimo round nell'ottobre 2016, sembra poco probabile anche una ripresa dei negoziati tra Stati Uniti e Unione Europea per concludere il Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti (Transatlantic Trade and Investment Partnership, Ttip).

Il nuovo corso della politica commerciale statunitense fa sorgere molti interrogativi circa i suoi sviluppi futuri. La nuova amministrazione ha infatti dichiarato di ritenere preferibile perseguire una politica di accordi bilaterali piuttosto che dei negoziati regionali e, soprattutto, di voler analizzare gli effetti di ogni accordo commerciale sull'economia statunitense, oltre che rinegoziare entro il 2017 l'Accordo nordamericano per il libero scambio con Canada e Messico (Nafta).

L'Unione Europea

In occasione del 60° anniversario dei trattati di Roma, il 1 marzo 2017 la Commissione ha presentato a Bruxelles il Libro bianco sul futuro dell'Europa. In questo documento, per la prima volta, non si offre una sola linea d'azione, ma si delineano cinque scenari con le principali sfide e opportunità per l'Ue nei prossimi dieci anni. Ogni scenario fornisce una visione di quello che potrebbe essere lo stato dell'Unione da qui al 2025, offrendo una risposta a un mondo dominato dall'incertezza: l'Ue sta decidendo di perseguire la strada dell'unità e della collaborazione, piuttosto che quella della frammentazione e dell'isolamento.

Considerando il grado effettivo di regionalizzazione degli scambi, gli indici di introversione commerciale disaggregati per i diversi settori produttivi, ovvero degli indicatori che misurano l'intensità relativa degli scambi all'interno o all'esterno di una certa regione, suggeriscono tendenze simili per i mercati dell'Area dell'euro e dell'Unione Europea, caratterizzati da una forte componente regionale ma comunque ben inseriti nelle dinamiche commerciali internazionali.

Gli accordi commerciali in vigore tra l'Ue e i paesi terzi sono attualmente 39. Nonostante lo stallo sul Ttip, si sono sbloccati i negoziati sul Ceta (firmato ma in attesa di ratifica) e si sono fatti passi importanti verso un Accordo di libero scambio con il Giappone e verso un nuovo Accordo di partenariato e cooperazione con la Cina.



1.1 Scambi internazionali e investimenti diretti esteri*

1.1.1 L'attività economica e i conti con l'estero

Nel 2016 l'attività economica globale ha registrato il tasso di crescita più basso dal 2010. Tuttavia, nell'ultimo trimestre dell'anno si sono avuti segnali di una ripresa che sembra gradualmente consolidarsi: secondo il Fondo monetario internazionale (Fmi)¹, che ad aprile 2017 ha leggermente ritoccato al rialzo le stime e le previsioni sulla crescita economica globale rispetto a quelle rilasciate nell'ottobre 2016, il Pil mondiale a parità di poteri d'acquisto dovrebbe essere cresciuto del 3,1 per cento nel 2016 e potrebbe accelerare al 3,5 per cento nel 2017 (tavola 1.1). La ripresa dell'economia, che ha reagito positivamente al manifestarsi di una domanda mondiale più sostenuta del previsto, al rialzo dei prezzi delle *commodities* e a mercati finanziari più dinamici nella seconda metà del 2016, resta tuttavia vulnerabile. Concorrono diversi fattori, alcuni di natura strutturale, come i bassi tassi di crescita della produttività e un forte aumento nelle disuguaglianze dei redditi, altri legati al rischio di un ritorno a politiche protezionistiche.

Tavola 1.1 - Quadro macroeconomico

Aree e paesi	Prodotto interno lordo ⁽¹⁾ (var. %)				Prodotto interno lordo ⁽²⁾ (quote percentuali sul Pil mondiale)				Saldo di conto corrente (in percentuale del Pil)			
	2015	2016 ⁽³⁾	2017 ⁽³⁾	2018 ⁽³⁾	2015	2016 ⁽³⁾	2017 ⁽³⁾	2018 ⁽³⁾	2015	2016 ⁽³⁾	2017 ⁽³⁾	2018 ⁽³⁾
Economie avanzate	2,1	1,7	2,0	2,0	42,4	41,9	41,3	40,7	0,7	0,8	0,7	0,4
<i>Stati Uniti</i>	1,6	2,3	2,5	2,1	15,5	15,3	15,2	14,9	-2,6	-2,7	-3,3	-3,5
<i>Giappone</i>	1,2	1,0	1,2	0,6	4,5	4,4	4,3	4,2	3,1	3,9	4,2	4,3
Area dell'euro	2,0	1,7	1,7	1,6	11,9	11,8	11,6	11,3	3,0	3,4	3,0	3,0
Economie emergenti e in via di sviluppo	4,2	4,1	4,5	4,8	57,6	58,1	58,7	59,3	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3
Europa centrale e orientale	4,7	3,0	3,0	3,3	3,5	3,5	3,5	3,5	-2,0	-1,9	-2,8	-2,8
Comunità degli Stati Indipendenti	-2,2	0,3	1,7	2,1	4,6	4,5	4,4	4,3	2,8	-0,2	1,6	1,8
<i>Russia</i>	-2,8	-0,2	1,4	1,4	3,3	3,2	3,1	3,0	5,1	1,7	3,3	3,5
Paesi asiatici emergenti	6,7	6,4	6,4	6,4	30,6	31,6	32,5	33,4	2,0	1,3	0,8	0,7
<i>Cina</i>	6,9	6,7	6,6	6,2	17,1	17,8	18,3	18,8	2,7	1,8	1,3	1,2
<i>India</i>	7,9	6,8	7,2	7,7	7,0	7,2	7,5	7,8	-1,1	-0,9	-1,5	-1,5
America centro-meridionale	0,1	-1,0	1,1	2,0	8,2	7,9	7,7	7,6	-3,5	-2,1	-2,1	-2,3
<i>Brasile</i>	-3,8	-3,6	0,2	1,7	2,8	2,6	2,5	2,5	-3,3	-1,3	-1,3	-1,7
Medio Oriente e Africa settentrionale	2,6	3,8	2,3	3,2	6,7	6,7	6,6	6,6	-4,4	-3,7	-1,0	-0,6
Africa sub-sahariana	3,4	1,4	2,6	3,5	3,1	3,0	3,0	3,0	-6,0	-4,0	-3,8	-3,7
<i>Sudafrica</i>	1,3	0,3	0,8	1,6	0,6	0,6	0,6	0,6	-4,4	-3,3	-3,4	-3,6
Mondo	3,4	3,1	3,5	3,6	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-	-	-

⁽¹⁾ A prezzi costanti e tassi di cambio basati sulle parità dei poteri d'acquisto.

⁽²⁾ A prezzi costanti e tassi di cambio basati sulle parità dei poteri d'acquisto.

⁽³⁾ Stime e previsioni.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi, World Economic Outlook, aprile 2017

Il 2016 ha rappresentato per le economie avanzate un anno di forte rallentamento rispetto ai tassi di crescita registrati nel biennio 2014-15. Le stime mostrano una crescita del Pil pari all'1,7 per cento nel 2016 e una leggera accelerazione nel 2017 (2 per cento).

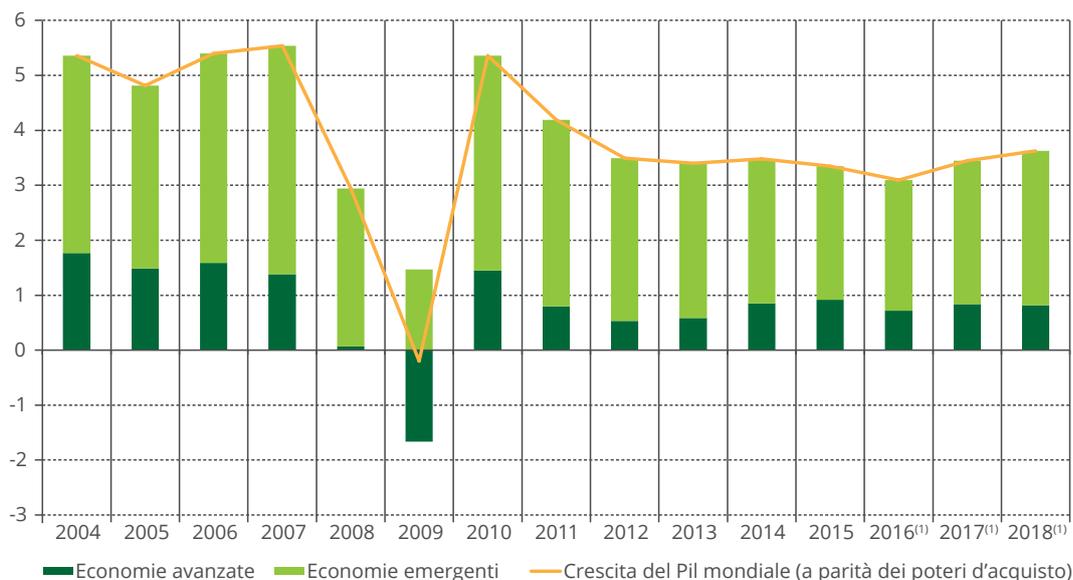
* Redatto da Giulio Giangaspero (Ice) con la supervisione di Giorgia Giovannetti (Università di Firenze)

⁽¹⁾ Imf (2017), *Gaining Momentum?*, World Economic Outlook, April.

I paesi emergenti hanno quindi continuato a dare un contributo alla crescita del Pil mondiale maggiore rispetto a quelli avanzati e questo apporto appare destinato ad aumentare nel 2017 e nel 2018 (grafico 1.1). Si allarga pertanto nuovamente il differenziale di crescita tra paesi emergenti e avanzati, che si era progressivamente ridotto tra il 2009 e il 2015. Il Fmi stima per i paesi emergenti una crescita del Pil del 4,1 per cento nel 2016 e del 4,5 per cento nel 2017.

Grafico 1.1 - Contributi alla crescita del Pil mondiale

Variazioni percentuali



⁽¹⁾ Stime e previsioni.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

In diverse aree, sussistono motivi di incertezza e di rischio per l'economia mondiale. Infatti, anche se le previsioni relative al 2017 per gli Stati Uniti, alcuni Paesi europei e la Cina hanno registrato leggeri miglioramenti, persiste una grave crisi economica e politica in alcuni paesi dell'America Latina e non sembrano diminuire le tensioni geopolitiche nel Vicino Oriente.

Le principali economie avanzate, secondo il Fmi, hanno beneficiato dalla fine del 2016 di un miglioramento ciclico della produzione manifatturiera, che proseguirà anche nell'anno in corso. In questo quadro, gli Stati Uniti sono cresciuti nel 2016 a un ritmo più sostenuto (2,3 per cento) rispetto all'Area dell'euro e al Giappone e le previsioni per il 2017 indicano un ulteriore miglioramento (2,5 per cento). Dalla seconda metà del 2016 negli Stati Uniti si è avuta una ripresa del ciclo delle scorte e l'aspettativa di una politica fiscale più espansiva ha incoraggiato i mercati finanziari e rafforzato la fiducia delle imprese. Tuttavia, permane una forte incertezza legata alle decisioni di politica economica e commerciale della nuova amministrazione.

I paesi dell'Area dell'euro, secondo le stime del Fmi, hanno registrato nel 2016 una crescita del Pil dell'1,7 per cento, che dovrebbe mantenersi anche nel 2017. Ad alcune dinamiche positive, quali una politica monetaria espansiva, un euro deprezzato e potenziali benefici dal positivo andamento economico degli Stati Uniti, fanno da contraltare le incertezze derivanti dall'andamento del negoziato sulle condizioni dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea, sancito dall'esito del referendum del giugno 2016. L'attività economica dei principali paesi mostra dinamiche piuttosto differenziate. La crescita prevista nel 2017 per la Germania (1,6 per cento) e il Belgio (1,6 per cento) è in linea con il dato dell'area; per l'Irlanda (3,5 per cento) e la Spagna (2,6

per cento) le previsioni sono molto superiori alla media europea; mentre la Francia (1,4 per cento) e, soprattutto, l'Italia (0,8 per cento), il paese che cresce meno tra quelli dell'Area dell'euro, si collocano sotto la media.

In Giappone l'attività economica ha continuato a espandersi nel 2016 (1,0 per cento, un valore superiore alle previsioni della fine dell'anno scorso) e si prevede per il 2017 un aumento del Pil dell'1,2 per cento. Le esportazioni nette, nonostante l'apprezzamento dello yen, hanno continuato a fornire un contributo positivo alla crescita, che è stata sostenuta anche dagli investimenti, soprattutto del comparto residenziale.

Nel 2016 la crescita dell'insieme delle economie emergenti è stata del 4,1 per cento, un tasso inferiore a quello degli ultimi anni e il più basso dal 2009. In Cina il Pil è cresciuto del 6,7 per cento e le previsioni per il prossimo biennio sono di un ulteriore rallentamento (6,2 per cento nel 2018). Prosegue infatti la fase di transizione dell'economia cinese, associata a una riduzione degli investimenti pubblici e a un ri-orientamento verso i consumi. In questa fase stanno emergendo anche alcuni fattori di vulnerabilità legati sia alla necessità di una riallocazione degli investimenti e dei fattori produttivi verso impieghi più redditizi, sia ai rischi connessi all'elevato indebitamento delle imprese e alle turbolenze del sistema finanziario.

In India la crescita si è mantenuta su livelli vicini al 7 per cento nel 2016 (6,8 per cento) e si prevede un ulteriore aumento per il prossimo biennio (7,2 per cento nel 2017 e 7,8 nel 2018), a conferma del fatto che questo paese è tra quelli a maggiore dinamismo. La crescita è sostenuta dai consumi privati e dagli investimenti, soprattutto pubblici. In questo quadro sostanzialmente positivo, a destare alcune preoccupazioni è il sistema bancario: le banche pubbliche sono gravate da ingenti sofferenze e da un rapporto elevato tra debito e patrimonio.

Nel 2016 il Pil della Russia si è contratto dello 0,2 per cento, ma la parziale ripresa delle quotazioni petrolifere, soprattutto alla fine dell'anno, e della domanda interna, dovrebbero consentire un'espansione dell'1,4 per cento nel 2017.

L'America Latina ha registrato nel 2016, pur con qualche importante eccezione, uno dei peggiori andamenti degli ultimi anni, con una diminuzione del Pil di un punto percentuale rispetto all'anno precedente. In Brasile la gravità della recessione si è manifestata in una caduta del Pil maggiore del previsto (-3,6 per cento nel 2016); le stime mostrano qualche segnale di ripresa nel 2017 e nel 2018, ma la situazione economica e politica nel paese resta grave. Anche in Argentina si è registrato un calo della produzione pari all'1,8 per cento. Tra i maggiori paesi dell'area solamente Messico e Cile, cresciuti rispettivamente del 2,3 e dell'1,7 per cento nel 2016, mostrano una dinamica positiva.

In Medio Oriente la produzione è cresciuta nel 2016 del 3,9 per cento, ma questo andamento non appare replicabile nei prossimi anni, in mancanza di aggiustamenti strutturali delle economie ai prezzi delle materie prime energetiche, che si sono stabilizzati a livelli inferiori rispetto al passato.

Il Pil dell'Africa sub-sahariana è aumentato nel 2016 dell'1,4 per cento, in netto rallentamento rispetto agli anni precedenti. Sia i paesi maggiormente dipendenti dalle esportazioni delle *commodities*, sia gli altri paesi della regione mostrano infatti difficoltà nel reagire alle mutate condizioni macro-economiche che caratterizzano l'attuale economia internazionale. Le previsioni indicano una ripresa nel 2017 (2,6 per cento) e nel 2018 (3,5 per cento), legata all'aumento dei prezzi delle materie prime cominciato nel 2017.

Nel 2016 gli squilibri globali nei saldi di parte corrente delle bilance dei pagamenti (espressi in percentuale del Pil) hanno fatto registrare variazioni modeste. Il disavanzo corrente degli Stati

Uniti ha continuato ad aumentare e le previsioni mostrano un andamento destinato a proseguire anche nel prossimo biennio. L'avanzo cinese si è ridimensionato e le previsioni per il 2017 confermano tale *trend*. I saldi positivi dei paesi dell'Area dell'euro e del Giappone nel 2016 sono aumentati sensibilmente, nel primo caso sostanzialmente grazie a quello tedesco, mentre nel paese asiatico è proseguito il miglioramento delle ragioni di scambio.

I prezzi delle materie prime energetiche sono nuovamente diminuiti nel corso del 2016, sebbene in misura molto minore che nel biennio precedente, e secondo le previsioni dovrebbero aumentare nel 2017 (grafico 1.2). Si prevede che le quotazioni del petrolio passino da 43 dollari in media nel 2016 a 55 dollari nel biennio 2017-18. I prezzi dei metalli industriali, che hanno potuto beneficiare dell'aumento della domanda proveniente dalla Cina, delle aspettative di espansione della spesa in infrastrutture annunciata dalla nuova amministrazione statunitense, oltre che dei tagli alla produzione operati da diverse compagnie minerarie nel biennio precedente, hanno registrato un calo più contenuto di quello dei beni energetici, e si prevede cresceranno nel 2017.

Grafico 1.2 - Prezzi in dollari delle materie prime e delle esportazioni di manufatti delle economie avanzate

Indici 2007=100



⁽¹⁾ Stime e previsioni.

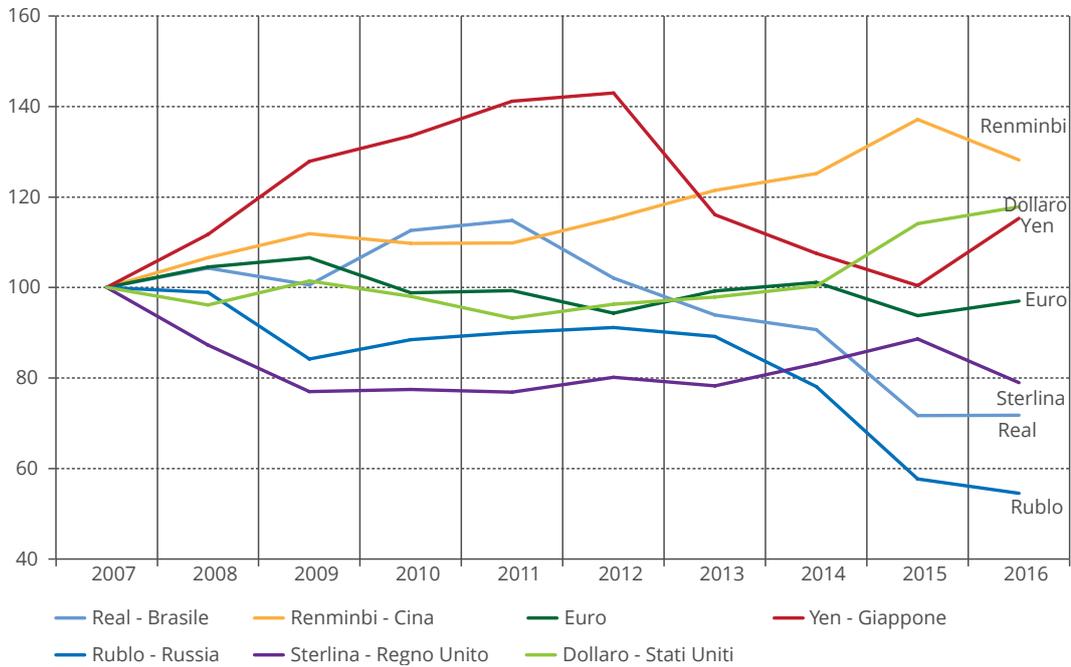
Fonte: elaborazioni Ices su dati Fmi

Nel corso del 2016 l'euro si è lievemente rafforzato nei confronti delle altre principali valute (grafico 1.3). Dopo le elezioni statunitensi di fine 2016, il dollaro si è apprezzato, riflettendo aspettative di una più rapida normalizzazione della politica monetaria. Anche la valuta giapponese, lo yen, si è rafforzata a partire dalla seconda metà del 2016. L'esito del referendum sulla Brexit ha comportato un significativo deprezzamento della sterlina nei confronti sia dell'euro sia del dollaro. Infine, restando nell'ambito delle principali valute utilizzate negli scambi internazionali, rublo e real, che avevano sperimentato un deprezzamento a partire dal 2013, hanno invertito questa tendenza nei primi mesi del 2017.

Secondo le stime del Fmi, il commercio internazionale di beni e servizi ai tassi di cambio di mercato è cresciuto appena del 2,2 per cento nel 2016, ma è previsto in netta ripresa nel biennio successivo, fino ad arrivare al 3,8 per cento nel 2018 (grafico 1.4).

Grafico 1.3 - Tassi di cambio effettivi nominali

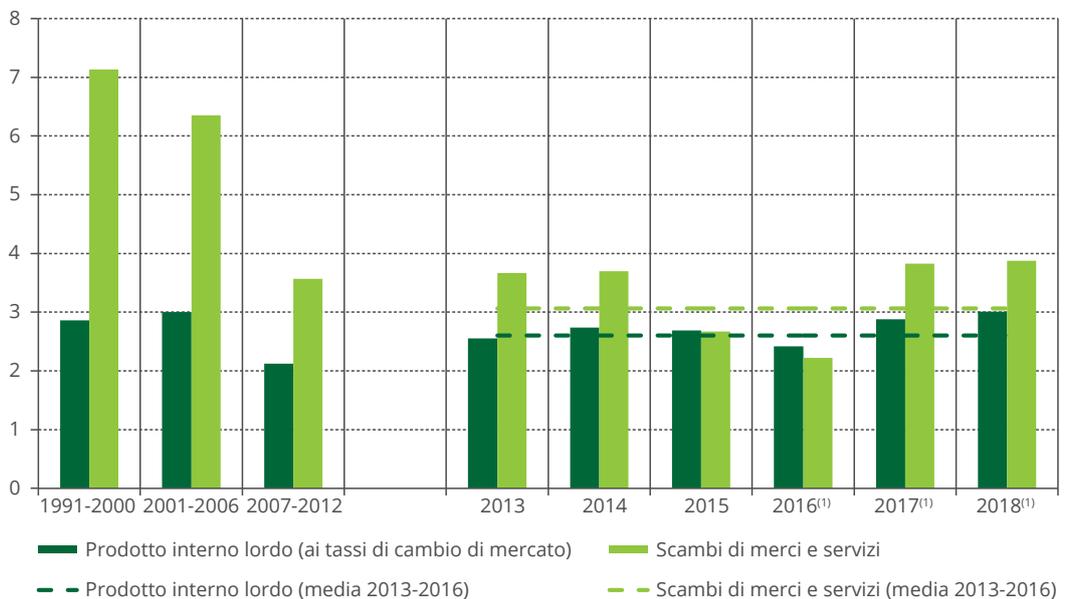
Indici 2007=100



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

Grafico 1.4 - Produzione e commercio mondiali

Variazioni percentuali in volume



⁽¹⁾ Stime e previsioni.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

Il fenomeno del rallentamento della crescita degli scambi rispetto al Pil, che caratterizza l'attuale ciclo economico globale, è stato oggetto di un'attenta analisi e il dibattito sulle sue cause resta aperto. Sebbene ormai evidente, l'andamento era visibile da tempo: già nella prima parte degli

anni duemila gli scambi erano cresciuti in media annua del 6,4 per cento, rispetto alla media del 7,1 degli anni novanta; dopo la profonda recessione e il forte rimbalzo del periodo 2008-2011, la crescita del commercio mondiale si è assestata su un tasso di crescita medio di poco superiore al 3 per cento annuo dal 2012 ad oggi. L'elasticità apparente della crescita degli scambi rispetto alla crescita del reddito si è dunque più che dimezzata, riducendosi da valori superiori a 2 negli anni novanta allo 0,9 dell'ultimo quinquennio.

Le determinanti di tale fenomeno sono di natura congiunturale e strutturale.² Si assiste a un mutamento della composizione della domanda globale e, in particolare, a una diminuzione dell'importanza degli investimenti, la cui spesa è contraddistinta da una maggiore capacità di attivare i flussi di commercio internazionale, sia nei paesi avanzati che in quelli emergenti. Inoltre, la crisi economica ha colpito più duramente le economie dei paesi europei, caratterizzati tradizionalmente da un più alto grado di apertura internazionale e, di conseguenza, l'impatto sul rallentamento degli scambi è stato significativo. Da un punto di vista di natura più strutturale, l'economia globale sperimenta la fine della fase più espansiva della globalizzazione, cominciata verso la fine degli anni ottanta. Il fenomeno delle reti internazionali della produzione sembra infatti essere giunto a maturazione, e anche i benefici derivanti dall'abbassamento del costo dei trasporti e dal miglioramento delle tecnologie della comunicazione sono sempre meno significativi, implicando il minore ricorso alla delocalizzazione di fasi della produzione e, dunque, un rallentamento del commercio di beni intermedi e semi-lavorati, che aveva sostenuto la crescita degli scambi internazionali nella fase d'oro della globalizzazione.³ A queste ragioni si aggiungono anche i recenti orientamenti di politica commerciale, con il moltiplicarsi di segnali di un ritorno a forme di protezionismo. Non solo sembra essersi esaurito lo slancio successivo alla creazione dell'Omc e all'apertura commerciale della Cina, ma anche il dibattito pubblico risente delle conseguenze di una recessione economica che ha acuito le difficoltà di alcuni strati di popolazione, soprattutto nei paesi avanzati, portando in qualche caso il discorso politico su registri di stampo nazionalista.

L'abbassamento dell'elasticità-reddito degli scambi non si è tuttavia manifestato con la stessa intensità in tutte le aree del mondo ma ha interessato soprattutto i paesi emergenti dell'Asia e il Giappone (grafico 1.5). Anche se il ruolo della Cina risulta determinante nello spiegare le tendenze in atto sia a livello regionale che globale⁴, la minore elasticità del commercio al Pil, connessa alla crescita più contenuta del settore manifatturiero e degli investimenti, è una dinamica che interessa anche altre economie. Mettendo a confronto i paesi avanzati e quelli emergenti della regione asiatica (grafico 1.6), si nota che nei primi il rallentamento della crescita degli scambi nel periodo 2012-16 è avvenuto contestualmente alla frenata del Pil, invece in quelli emergenti la crescita degli scambi si è ridotta mentre la produzione continuava a mantenersi su tassi di crescita paragonabili a quelli del periodo utilizzato come riferimento, cioè il decennio 1999-2008.⁵

Le ragioni di tale andamento sono connesse soprattutto a fattori regionali. L'interazione politica ed economica tra i paesi dell'area e la Cina è fortemente aumentata dopo la crisi globale del 2008-11 e il rallentamento della crescita cinese ha avuto forti ripercussioni in tutta la regione.

² Le cause del rallentamento degli scambi internazionali sono state oggetto di molti studi; cfr., *inter alia*: Hoekman, B., editor (2015), *The Global Trade Slowdown: A New Normal?*, Vox EU E-book. London: Center for Economic and Policy Research Press.; Centro Europa Ricerche, CER (2016), *Rapporto n.4/2016*; Centro Studi Confindustria, CSC, *Scenari Industriali n.7/2016*; Imf (2016), *Subdued Demand: Symptoms and Remedies*, World Economic Outlook, October.

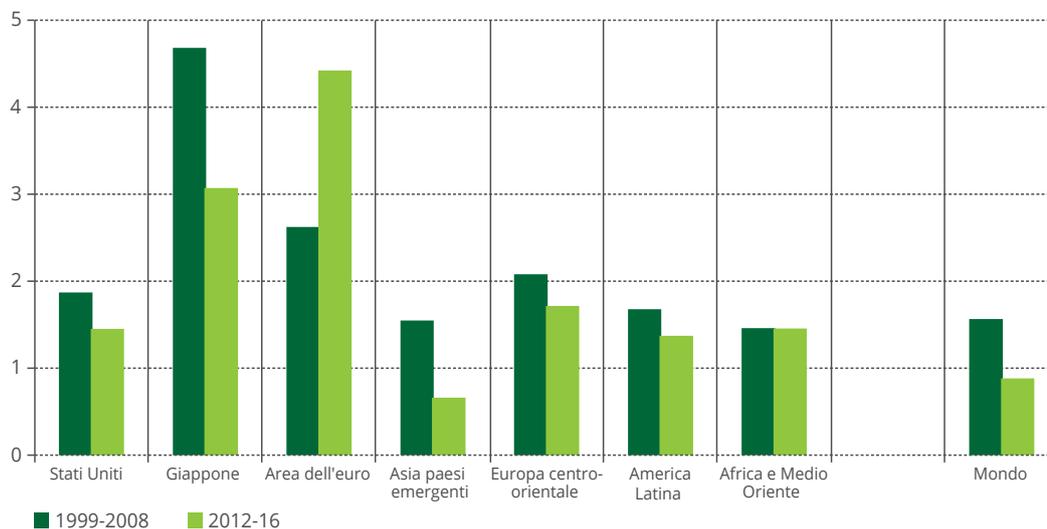
³ Cfr. approfondimento di C. Castelli e R.A. Maroni.

⁴ Al caso cinese è dedicato l'approfondimento di E. Mazzeo e G. Giangaspero.

⁵ Si segnalano le eccezioni di Indonesia e Filippine, che hanno sperimentato una forte crescita sia del Pil che delle esportazioni nel periodo 2012-16, in controtendenza rispetto agli altri paesi dell'area.

Grafico 1.5 - Elasticità apparente del commercio internazionale rispetto al reddito per principali paesi e aree geoeconomiche

Rapporto tra i tassi medi annui di crescita in volume degli scambi e del Pil, confronto tra 1999-2008 e 2012-16

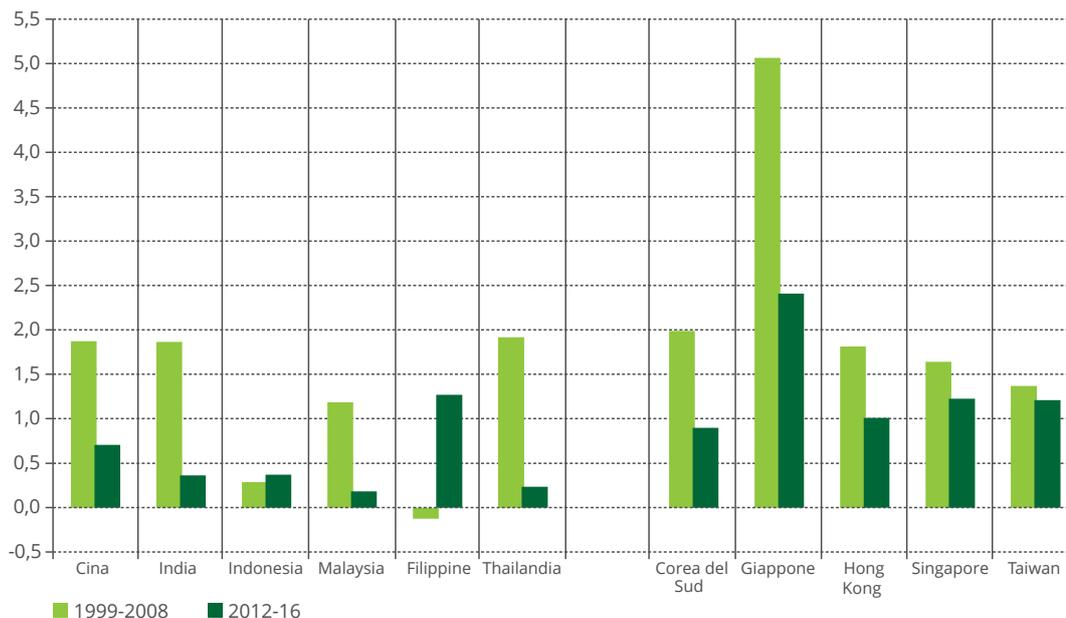


La dinamica del Pil per il mondo e per le altre aree geografiche è stata calcolata con dati aggregati usando i tassi di cambio a parità di poteri d'acquisto. Diversamente, nel grafico 1.4 la dinamica del Pil mondiale è calcolata utilizzando i tassi di cambio di mercato, per renderla meglio confrontabile con la dinamica degli scambi.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

Grafico 1.6 - Elasticità apparente del commercio internazionale rispetto al reddito nei principali paesi asiatici ed emergenti

Rapporto tra i tassi medi annui di crescita in volume degli scambi e del Pil, confronto tra 1999-2008 e 2012-16



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

Inoltre, hanno pesato il calo della domanda mondiale aggregata e degli investimenti sia pubblici che privati. Infine, potendo beneficiare dell'aumento del reddito disponibile di una parte crescente della popolazione, il contributo della domanda interna alla crescita è stato superiore rispetto al passato e la produzione si è orientata maggiormente verso il mercato interno piuttosto che verso i mercati esteri.

1.1.2 Scambi di merci

Nel 2016 il commercio internazionale di beni è cresciuto di un modesto 1,3 per cento in quantità, registrando il peggiore risultato dal 2009. Le componenti della domanda aggregata che attivano maggiormente gli scambi, anche a causa della diminuzione degli investimenti negli Stati Uniti e in Cina, sono state particolarmente deboli nel 2016. Inoltre, gli scambi di merci hanno subito gli effetti del rallentamento nel ritmo di liberalizzazione del commercio e del ridursi dell'impatto derivante dall'apertura dell'economia cinese agli scambi internazionali. Infine è probabile che, in questa fase storica, gli scambi di merci stiano risentendo di un'evoluzione dei modelli di consumo legata all'andamento demografico della popolazione nei paesi avanzati e, sempre più, anche in alcuni grandi paesi emergenti, nei quali l'invecchiamento della popolazione comporta un aumento relativo della domanda di quelle categorie di beni e servizi che sono meno adatte agli scambi internazionali. In questo quadro, l'Omc prevede un miglioramento per il prossimo biennio, ma l'alto grado di incertezza impone cautela e la forbice entro la quale si pongono le stime, considerando i differenti scenari previsivi, è molto ampia e compresa tra l'1,8 e il 3,6 per cento di crescita del commercio nel 2017.⁶ In valore, le esportazioni mondiali di merci si sono attestate a 15.955 miliardi di dollari nel 2016, con una flessione del 3,4 per cento (tavola 1.2).

Tavola 1.2 - Esportazioni mondiali di merci

Valori in miliardi di dollari correnti e variazioni in percentuale⁽¹⁾

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Valori	14.023	16.160	12.555	15.301	18.338	18.496	18.952	19.005	16.489	15.955
Variazioni percentuali										
<i>Valori</i>	15,7	15,4	-22,6	21,7	20,0	0,2	2,1	0,6	-13,6	-3,4
<i>Quantità</i>	6,5	2,1	-12,2	14,2	5,5	2,3	2,8	2,7	2,4	1,3
<i>Valori medi unitari</i>	8,6	13,1	-11,8	6,6	13,8	-2,1	-0,7	-2,0	-15,6	-4,7

⁽¹⁾ Comprese le riesportazioni di Hong Kong.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

In termini di volumi di merci esportate, tutte le aree geo-economiche hanno mostrato degli incrementi, seppure piuttosto contenuti. Gli aumenti più consistenti sono stati quelli registrati da America centro-meridionale (2 per cento), Medio Oriente (1,9 per cento) e Asia (1,8 per cento); le esportazioni dell'Unione Europea (1,5 per cento) e dell'Africa (1,2 per cento) sono risultate più in linea con la media mondiale; infine, l'America settentrionale è l'area che ha registrato l'aumento minore, pari allo 0,5 per cento. In termini di valori, espressi in dollari, le flessioni più forti sono state registrate dalle aree specializzate nelle esportazioni di materie prime (grafico 1.7).

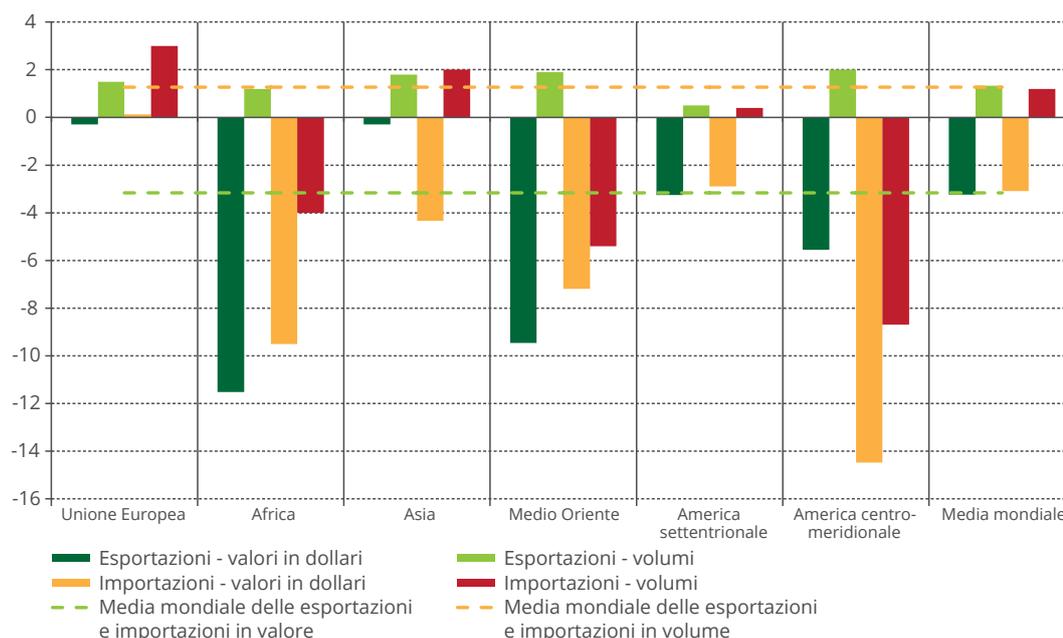
Le importazioni sono lievemente cresciute in volume e in valore soltanto nell'Unione Europea. In Asia e in America settentrionale a un aumento dei volumi ha corrisposto invece un calo nei

⁶ World Trade Organization, Press Release n. 768, 7 Aprile 2016 https://www.wto.org/english/news_e/press16_e/pr768_e.pdf

valori. Le economie dei paesi più dipendenti dall'andamento delle *commodities* sperimentano una fase di grave difficoltà, legata alla diminuzione dei prezzi e della domanda internazionale. Nel 2016, le diminuzioni più marcate, sia in volume che in valore, si sono avute in Africa, Medio Oriente e, soprattutto, America centro-meridionale. La recessione che ha colpito Brasile, Argentina e Venezuela – che rappresentano circa il 50 per cento dell'economia della regione – influenza pesantemente l'andamento complessivo dell'area.

Grafico 1.7 - Esportazioni e importazioni di merci per area geografica nel 2016

Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Le quote sugli scambi internazionali per area geografica, misurate in valori a prezzi correnti, mostrano un aumento del peso dell'Unione Europea e una sostanziale stabilità per quel che riguarda le altre aree, tranne un lieve calo registrato da Medio Oriente e Africa, sia nelle esportazioni che nelle importazioni (tavola 1.3).

Tavola 1.3 - Scambi di merci per aree geografiche

Pesi percentuali sui valori a prezzi correnti

Aree geografiche	Esportazioni					Importazioni				
	2000	2007	2010	2015	2016	2000	2007	2010	2015	2016
Unione Europea ⁽¹⁾	38,6	38,8	34,3	33,3	34,4	39,0	40,0	35,4	32,3	33,4
Paesi europei non UE	1,4	1,9	1,7	1,7	1,6	1,5	2,0	1,9	1,9	1,9
Comunità degli Stati Indipendenti	2,3	3,8	3,9	3,1	2,7	1,2	2,7	2,7	2,1	2,1
Africa	2,3	3,2	3,5	2,4	2,2	2,0	2,6	3,1	3,4	3,1
America settentrionale	19,2	13,3	13,0	14,2	14,2	25,4	19,1	17,5	19,2	19,2
America centro-meridionale	3,2	3,7	3,9	3,3	3,3	3,1	3,3	3,8	3,8	3,3
Medio Oriente	4,2	5,5	6,0	5,2	4,9	2,5	3,3	3,8	4,4	4,2
Asia e Oceania	28,8	29,9	33,6	36,8	36,8	25,3	27,0	31,7	33,0	32,7
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ A 28 paesi.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Nel 2016 la graduatoria dei principali paesi esportatori mondiali di merci è risultata molto simile all'anno precedente. L'aumento del peso relativo della Cina, che resta il primo esportatore mondiale, ha registrato una battuta d'arresto. Gli Stati Uniti, secondo esportatore, hanno mantenuto immutata la propria quota rispetto al 2015. L'Italia ha guadagnato una posizione, passando dal decimo al nono posto. La Corea del Sud ha perso due posizioni, scendendo dal sesto all'ottavo posto: dopo decenni di forte dinamismo, infatti, il potenziale di crescita economica del paese ha raggiunto alcuni limiti di natura strutturale, quali l'invecchiamento della popolazione e una produttività stagnante; inoltre, la forte dipendenza dalle esportazioni costituisce una debolezza nell'attuale fase di rallentamento degli scambi internazionali e la concorrenza cinese in alcuni settori industriali strategici per l'economia (cantieristica navale, logistica e filiera dell'acciaio, ad esempio) contribuisce a ridurre la crescita coreana (tavola 1.4).

Nella lista dei primi dieci paesi importatori mondiali di merci l'unica differenza rispetto all'anno precedente è il passaggio del Regno Unito dalla quinta alla quarta posizione, al posto del Giappone. L'Italia, in linea con quanto è avvenuto nell'ultimo biennio, ha mantenuto l'undicesima posizione e una quota pari al 2,5 per cento (tavola 1.5).

Tavola 1.4 - I primi 10 esportatori mondiali di merci

Valori in miliardi di dollari correnti e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

Graduatorie			Paesi	Valori		Variazioni percentuali		Quote percentuali		
2011	2015	2016		2015	2016	2012-16 ⁽¹⁾	2016	2011	2015	2016
1	1	1	Cina	2.273	2.098	2,2	-7,7	10,4	13,8	13,2
2	2	2	Stati Uniti	1.503	1.455	2,0	-3,2	8,1	9,1	9,1
3	3	3	Germania	1.327	1.340	2,0	1,0	8,0	8,0	8,4
4	4	4	Giappone	625	645	1,6	3,2	4,5	3,8	4,0
5	5	5	Paesi Bassi	570	570	1,7	0,0	3,6	3,5	3,6
9	7	6	Hong Kong	511	517	2,3	1,2	2,5	3,1	3,2
6	8	7	Francia	506	501	1,8	-0,9	3,3	3,1	3,1
7	6	8	Corea del Sud	527	495	1,9	-5,9	3,0	3,2	3,1
8	10	9	Italia	457	462	1,9	0,9	2,9	2,8	2,9
10	9	10	Regno Unito	460	409	1,7	-11,0	2,8	2,8	2,6
			Somma dei primi 10 paesi	8.758	8.491	2,0	-3,0	49,3	53,1	53,2
			Mondo	16.489	15.955	1,7	-3,2	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Tavola 1.5 - I primi 10 importatori mondiali di merci

Valori in miliardi di dollari correnti e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

Graduatorie			Paesi	Valori		Variazioni percentuali		Quote percentuali		
2011	2015	2016		2015	2016	2012-16 ⁽¹⁾	2016	2011	2015	2016
1	1	1	Stati Uniti	2.315	2.251	2,0	-2,8	12,2	13,8	13,9
2	2	2	Cina	1.680	1.587	1,8	-5,5	9,4	10,0	9,8
3	3	3	Germania	1.051	1.055	1,9	0,3	6,8	6,3	6,5
5	5	4	Regno Unito	626	636	1,9	1,5	3,7	3,7	3,9
4	4	5	Giappone	648	607	1,2	-6,3	4,6	3,9	3,7
6	6	6	Francia	573	573	1,7	-0,1	3,9	3,4	3,5
7	7	7	Hong Kong	559	547	2,1	-2,1	2,8	3,3	3,4
8	8	8	Paesi Bassi	513	503	1,7	-1,9	3,2	3,1	3,1
10	10	9	Canada	436	417	1,8	-4,5	2,5	2,6	2,6
9	9	10	Corea del Sud	436	406	1,5	-6,9	2,8	2,6	2,5
			Somma dei primi 10 paesi	8.839	8.583	1,8	-2,9	52,5	52,8	52,9
			Mondo	16.743	16.225	1,7	-3,1	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo.

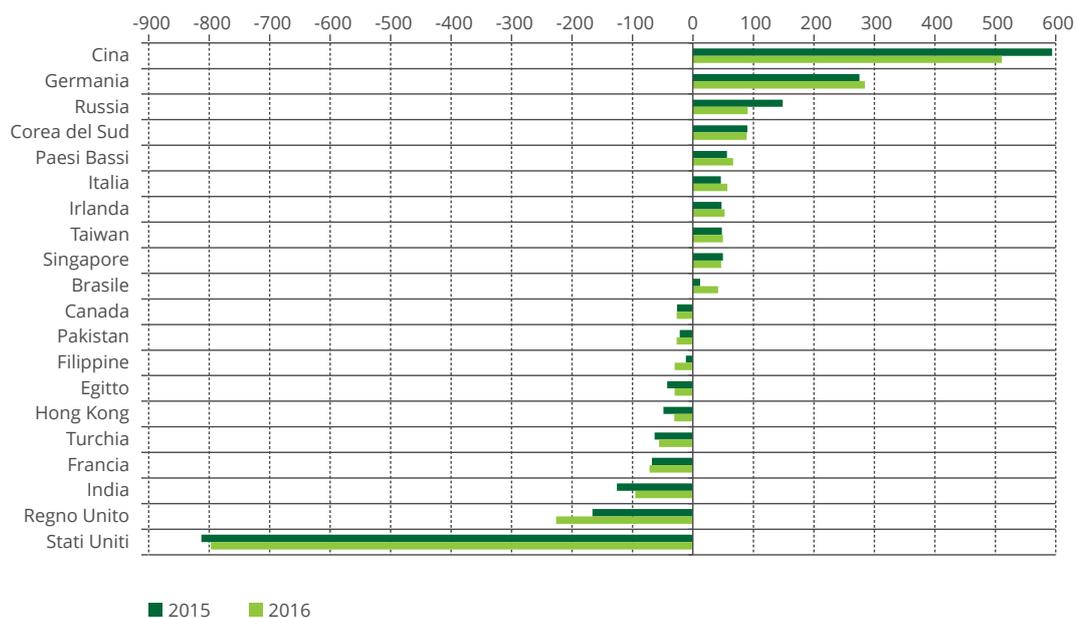
Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc



Nel 2016 il surplus commerciale della Cina ha subito un ridimensionamento, scendendo a 500 miliardi di dollari, mentre quello della Germania si è consolidato poco al di sotto dei 300 miliardi. Anche l'Italia ha aumentato il proprio saldo positivo, giunto a 57 miliardi di dollari nel 2016. Si rileva infine il consistente aumento dell'avanzo brasiliano, dovuto essenzialmente al crollo delle importazioni. Tra i principali disavanzi, si notano l'aumento di quello del Regno Unito e la riduzione di quelli dell'India e degli Stati Uniti (grafico 1.8).

Grafico 1.8 - Principali surplus e deficit commerciali nel 2015

Miliardi di dollari



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

1.1.3 Scambi di servizi

Nel 2016, il valore delle esportazioni di servizi commerciali (4.807 miliardi di dollari) è rimasto sostanzialmente immutato rispetto al 2015 ma, considerato il calo del commercio internazionale nel suo complesso, il peso relativo dei servizi sul totale delle esportazioni è ulteriormente aumentato rispetto all'anno precedente e ha raggiunto il valore più alto dell'ultimo decennio (23,2 per cento, cfr. grafico 1.9).

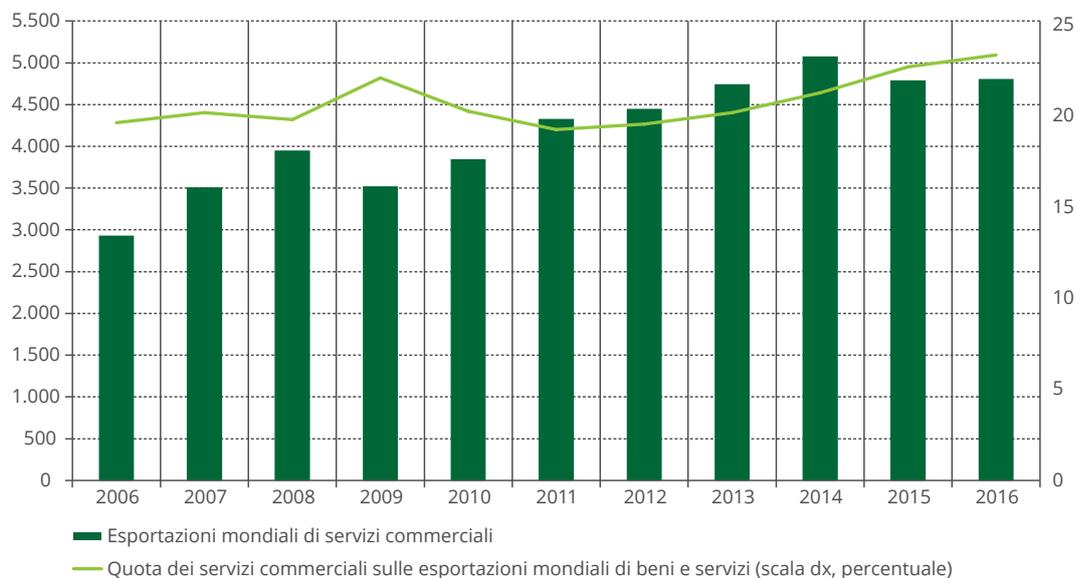
I principali settori dei servizi hanno fatto registrare andamenti differenziati: le esportazioni degli "altri servizi commerciali", categoria che include i servizi finanziari e che costituisce il 53,7 per cento del totale dei servizi, sono aumentate dell'1,2 per cento nel 2016; i viaggi, che pesano per il 25,1 per cento, hanno fatto segnare un aumento dell'1,8 per cento; nei trasporti (che incidono per il 17,7 per cento) le esportazioni sono diminuite del 4,3 per cento (grafico 1.10).

I dati sui primi dieci paesi esportatori di servizi nel 2016 non mostrano variazioni significative rispetto all'anno precedente. Gli Stati Uniti, pur incrementando solo dello 0,3 per cento le proprie vendite all'estero, si sono confermati al primo posto della graduatoria, con una quota del 15,2 per cento sul totale dei servizi esportati a livello mondiale, un dato pari al doppio del secondo paese, il Regno Unito che, in diminuzione rispetto al 2015, si è attestato al 6,7 per cento (tavola

1.6). L'Italia, con un aumento del 3,2 per cento, ha guadagnato una posizione, collocandosi quattordicesima nel 2016.

Grafico 1.9 – Esportazioni mondiali di servizi

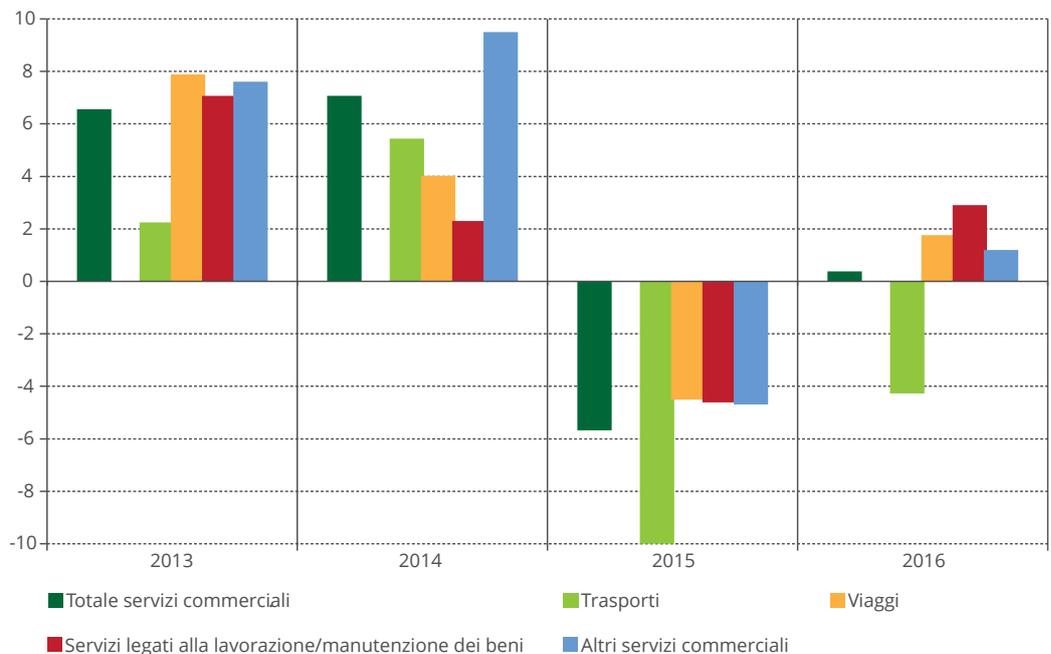
Valori in miliardi di dollari correnti e quote in percentuale



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Grafico 1.10 – Esportazioni mondiali di servizi per categoria

Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Tavola 1.6 - I primi 10 esportatori mondiali di servizi commerciali

Valori in miliardi di dollari correnti e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

Graduatorie			Paesi	Valori		Variazioni percentuali		Quote percentuali		
2011	2015	2016		2015	2016	2012-16 ⁽¹⁾	2016	2011	2015	2016
1	1	1	Stati Uniti	731	733	2,7	0,3	14,0	15,3	15,2
2	2	2	Regno Unito	340	324	2,3	-4,9	6,9	7,1	6,7
3	3	3	Germania	260	268	2,4	3,2	5,7	5,4	5,6
4	5	4	Francia	241	236	2,2	-2,1	5,4	5,0	4,9
5	4	5	Cina	216	207	2,3	-4,3	4,6	4,5	4,3
6	6	6	Paesi Bassi	176	177	2,4	0,8	4,0	3,7	3,7
7	7	7	Giappone	158	169	3,0	6,6	3,2	3,3	3,5
8	8	8	India	156	161	2,5	3,6	3,2	3,3	3,4
9	9	9	Singapore	148	149	2,7	0,7	2,7	3,1	3,1
10	10	10	Irlanda	134	146	3,2	8,8	2,5	2,8	3,0
Somma dei primi 10 paesi				2.561	2.567	1,9	0,2	52,7	53,5	53,4
Mondo				4.790	4.808	2,4	0,4	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Anche per quanto riguarda le importazioni di servizi non si registrano cambiamenti significativi tra i primi dieci paesi importatori, se si esclude il miglioramento di due posizioni dell'Irlanda, passata dall'ottavo al sesto posto grazie a un aumento del 14,6 per cento tra il 2015 e il 2016 (tavola 1.7). L'Italia ha mantenuto la tredicesima posizione, con un incremento dei servizi acquistati dall'estero pari al 3,6 per cento rispetto all'anno precedente.

Tavola 1.7 - I primi 10 importatori mondiali di servizi commerciali

Valori in miliardi di dollari correnti e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

Graduatorie			Paesi	Valori		Variazioni percentuali		Quote percentuali		
2011	2015	2016		2015	2016	2012-16 ⁽¹⁾	2016	2011	2015	2016
1	1	1	Stati Uniti	467	482	2,6	3,2	9,7	10,1	10,3
3	2	2	Cina	433	450	4,1	3,8	5,9	9,3	9,6
2	3	3	Germania	298	311	2,3	4,4	7,1	6,4	6,6
4	4	4	Francia	232	236	2,7	1,7	4,9	5,0	5,0
5	5	5	Regno Unito	206	195	2,2	-5,7	4,5	4,4	4,1
9	8	6	Irlanda	167	192	4,1	14,6	2,9	3,6	4,1
6	6	7	Giappone	177	183	2,2	3,4	4,2	3,8	3,9
7	7	8	Paesi Bassi	168	169	2,8	0,8	3,6	3,6	3,6
10	9	9	Singapore	154	155	2,8	0,7	2,8	3,3	3,3
8	10	10	India	123	133	2,3	8,4	3,0	2,6	2,8
Somma dei primi 10 paesi				2.425	2.505	1,6	3,3	48,6	52,2	53,4
Mondo				4.642	4.694	1,9	1,1	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

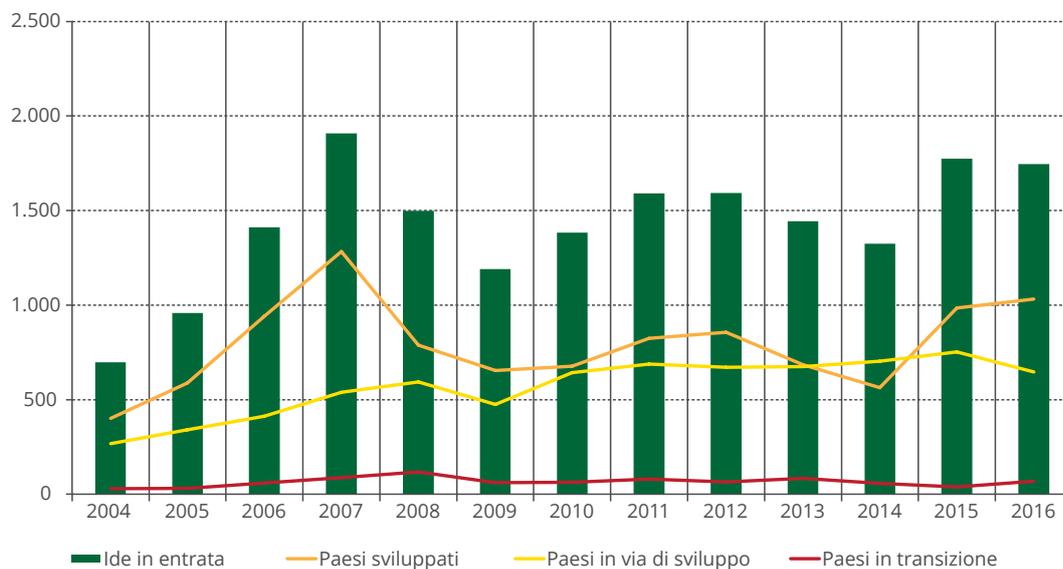
1.1.4 Investimenti diretti esteri

Dopo il consistente aumento del 2015, i flussi in entrata degli investimenti diretti esteri (Ide) a livello mondiale hanno registrato nel 2016 una leggera diminuzione, pari all'1,6 per cento, attestandosi a 1.746 miliardi di dollari (grafico 1.11). Nonostante le previsioni dell'Unctad indichino una modesta ripresa nel prossimo biennio, difficilmente i flussi di Ide potranno tornare ai livelli precedenti il picco toccato nel 2007, prima dello scoppio della crisi economico-finanziaria. Infatti, è probabile che le incertezze a livello politico, quali la Brexit, gli annunci della nuova Presidenza statunitense sulla volontà di rinegoziare accordi commerciali strategici come il Nafta e i rischi nello scenario geo-politico incidano sulla ripresa degli investimenti.

Nei diversi gruppi di paesi l'andamento è stato diverso. Con un'inversione di tendenza rispetto al recente passato, le economie sviluppate hanno attratto la maggior parte degli investimenti mondiali (59,1 per cento), raggiungendo 1.031 miliardi di dollari, con un aumento del 5 per cento rispetto al 2015 (tavola 1.8). I flussi diretti verso i paesi in via di sviluppo sono invece diminuiti (-14,1 per cento) e la loro quota sul totale si è ridotta al 37 per cento. Infine, l'aumento molto consistente degli Ide diretti nei paesi in transizione (+81,1 per cento), che rappresentano una quota minoritaria dei flussi (meno del 4 per cento del totale), è dovuto principalmente alla privatizzazione di alcune imprese a controllo pubblico in corso in Russia e a investimenti nel settore minerario in Kazakistan.

Grafico 1.11 - Investimenti diretti esteri in entrata

Flussi, valori in miliardi di dollari

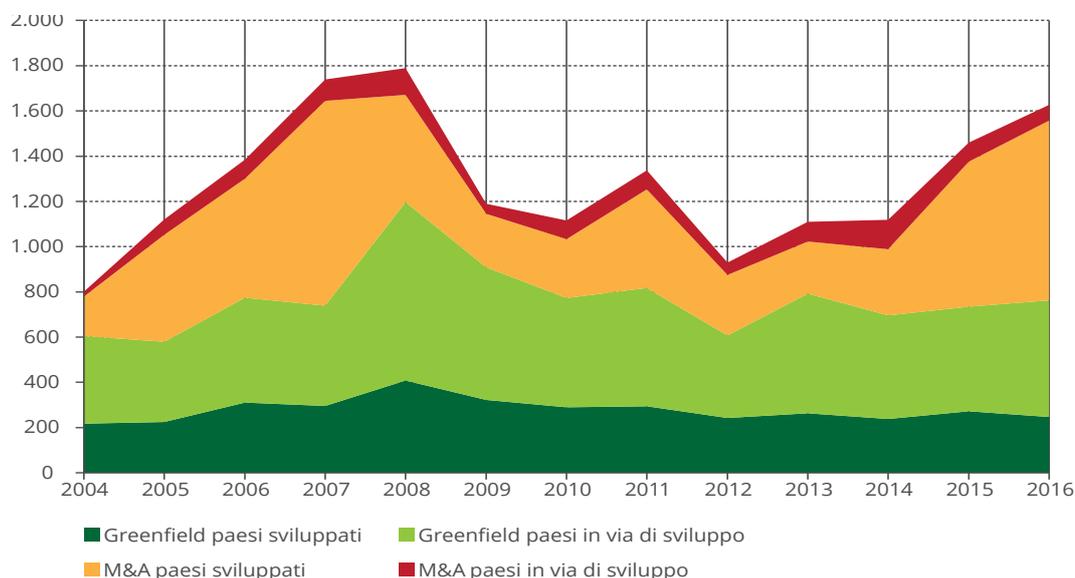


Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Secondo i dati parziali relativi alla distribuzione degli Ide per tipo di operazione, nei paesi avanzati le fusioni e acquisizioni si sono confermate come la componente più importante nel 2016 (+24 per cento rispetto all'anno precedente) mentre nei paesi in via di sviluppo questo tipo di operazioni è diminuito del 17,8 per cento (grafico 1.12). Secondo il World Investment Report 2017 dell'Unctad, l'aumento delle acquisizioni nel 2016 è stato in gran parte guidato da alcuni accordi, di grande ammontare, avvenuti nel settore manifatturiero.

Grafico 1.12 – Stime sulla composizione degli Ide in entrata

Miliardi di dollari



Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Nel dettaglio delle aree geografiche (tavola 1.8), i flussi verso l'Unione Europea sono stati pari a 566 miliardi di dollari nel 2016, grazie alla crescita degli investimenti diretti verso il Regno Unito (che è stato il primo paese destinatario nell'Ue e il secondo a livello mondiale)⁷, i Paesi Bassi, il Belgio e l'Italia. I flussi verso l'Italia sono stati pari a 29 miliardi di dollari (con un aumento del 50 per cento). Gli altri paesi europei non membri dell'Ue hanno invece registrato una flessione, in alcuni casi anche consistente.

Tavola 1.8 - Investimenti diretti esteri: flussi in entrata e in uscita per aree geografiche

Valori in miliardi di dollari a prezzi correnti e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

Aree geografiche	Flussi in entrata							Flussi in uscita						
	Valori			Var. %	Composizione %			Valori			Var. %	Composizione %		
	2011	2015	2016	2016	2011	2015	2016	2011	2015	2016	2016	2011	2015	2016
Paesi sviluppati	824	984	1.032	4,9	51,8	55,5	59,1	1.130	1.173	1.044	-11,0	71,7	73,6	71,9
Unione Europea	435	484	566	17,0	27,3	27,3	32,4	493	536	470	-12,2	31,3	33,6	32,4
Altri paesi europei	50	82	-33	-140,5	3,1	4,6	-1,9	67	130	44	-65,9	4,2	8,1	3,1
America settentrionale	270	390	425	9,0	16,9	22,0	24,3	449	370	365	-1,3	28,5	23,2	25,2
Altri paesi sviluppati	70	28	75	163,8	4,4	1,6	4,3	121	137	164	19,7	7,7	8,6	11,3
Paesi in via di sviluppo	688	752	646	-14,1	43,2	42,4	37,0	390	389	383	-1,5	24,8	24,4	26,4
America centro-meridionale e Caraibi	194	165	142	-14,1	12,2	9,3	8,1	48	31	1	-97,6	3,0	2,0	0,1
Asia centrale e orientale	329	444	361	-18,7	20,7	25,1	20,7	276	293	327	11,5	17,5	18,4	22,5
Medio Oriente	53	28	28	-2,0	3,3	1,6	1,6	30	38	31	-18,8	1,9	2,4	2,1
Africa	66	61	59	-3,5	4,1	3,5	3,4	23	18	18	0,7	1,5	1,1	1,3
Paesi in transizione	79	38	68	81,1	5,0	2,1	3,9	56	32	25	-21,9	3,5	2,0	1,7
Comunità degli Stati Indipendenti	70	31	62	98,4	4,4	1,8	3,5	55	31	25	-21,2	3,5	2,0	1,7
Europa sud-orientale	8	5	5	-5,5	0,5	0,3	0,3	0	0	0	-60,2	0,0	0,0	0,0
Mondo	1.591	1.774	1.746	-1,6	100,0	100,0	100,0	1.576	1.594	1.452	-8,9	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

⁷ L'acquisizione da 101 miliardi di dollari dell'inglese SABMiller PLC da parte della belga Anheuser-Busch Inbev spiega in gran parte l'andamento degli Ide diretti nel Regno Unito.

In America settentrionale gli Stati Uniti, con un valore pari a 391 miliardi di dollari, sono stati il paese che ha maggiormente attratto flussi di investimento a livello mondiale (tavola 1.9). La Cina si è collocata al terzo posto, mantenendo flussi in linea con l'anno precedente.

I flussi di investimenti diretti verso le economie in via di sviluppo sono diminuiti in tutte le aree geografiche e soprattutto verso l'Asia centrale e orientale e l'America centro-meridionale.

L'aumento dei flussi verso la Comunità degli Stati Indipendenti è stato trainato dall'andamento positivo in Russia, dove gli Ide sono triplicati, passando da 12 a 38 miliardi di dollari.

Tavola 1.9 - Investimenti diretti esteri in entrata: principali paesi destinatari ⁽¹⁾

Valori in miliardi di dollari a prezzi correnti

Graduatoria ⁽²⁾	Paesi	Flussi						Consistenze					
		Valori			Composizione %			Valori			Composizione %		
		2011	2015	2016	2011	2015	2016	1990	2000	2016	1990	2000	2016
1	Stati Uniti	230	348	391	14,4	19,6	22,4	540	2.783	6.391	24,6	37,2	23,9
2	Regno Unito	42	33	254	2,7	1,9	14,5	204	439	1.197	9,3	5,9	4,5
3	Cina	124	136	134	7,8	7,6	7,7	21	193	1.354	0,9	2,6	5,1
4	Hong Kong	97	174	108	6,1	9,8	6,2	202	435	1.591	9,2	5,8	6,0
5	Paesi Bassi	24	69	92	1,5	3,9	5,3	72	244	801	3,3	3,3	3,0
6	Singapore	49	71	62	3,1	4,0	3,5	30	111	1.096	1,4	1,5	4,1
7	Brasile	96	64	59	6,0	3,6	3,4	37	122	626	1,7	1,6	2,3
8	Australia	59	19	48	3,7	1,1	2,8	80	122	576	3,7	1,6	2,2
9	India	36	44	44	2,3	2,5	2,5	2	16	319	0,1	0,2	1,2
10	Russia	37	12	38	2,3	0,7	2,2	0	30	379	0,0	0,4	1,4
11	Canada	40	42	34	2,5	2,3	1,9	113	325	956	5,1	4,3	3,6
12	Belgio	78	21	33	4,9	1,2	1,9	0	0	475	0,0	0,0	1,8
13	Italia	34	19	29	2,2	1,1	1,7	60	123	346	2,7	1,6	1,3
14	Francia	32	47	28	2,0	2,6	1,6	104	184	698	4,7	2,5	2,6
15	Lussemburgo	9	16	27	0,6	0,9	1,5	0	0	245	0,0	0,0	0,9
16	Messico	25	33	27	1,6	1,9	1,5	22	122	474	1,0	1,6	1,8
17	Irlanda	24	188	22	1,5	10,6	1,3	38	127	840	1,7	1,7	3,1
18	Svezia	13	6	20	0,8	0,3	1,1	13	94	290	0,6	1,3	1,1
19	Spagna	28	12	19	1,8	0,7	1,1	66	156	557	3,0	2,1	2,1
20	Angola	14	16	14	0,9	0,9	0,8	1	8	50	0,0	0,1	0,2
	Mondo	1.591	1.774	1.746	100,0	100,0	100,0	2.197	7.490	26.728	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Ad esclusione dei centri finanziari nei Caraibi.

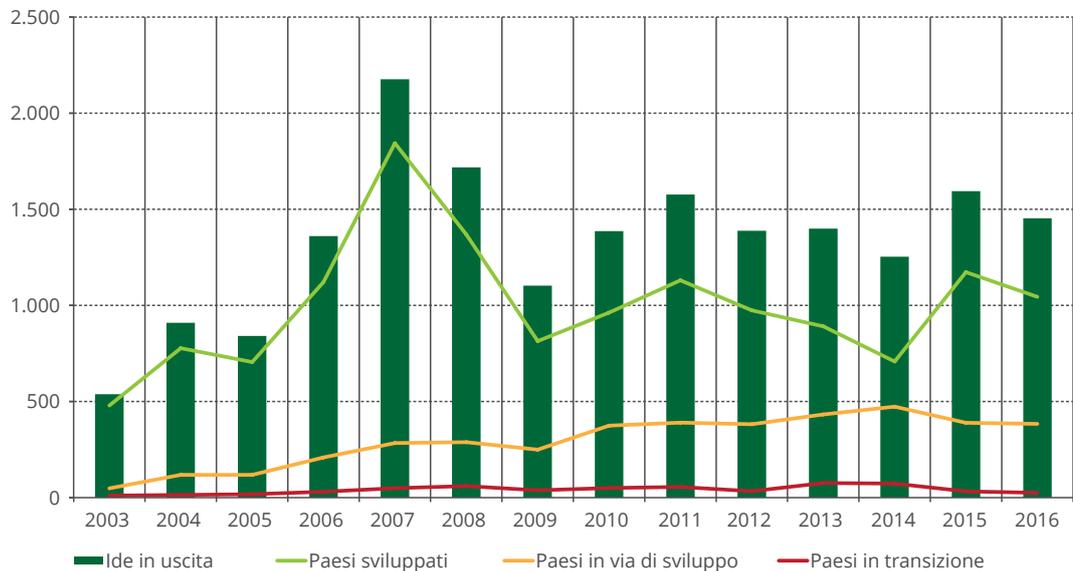
⁽²⁾ In base ai flussi 2016.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Unctad

Nel 2016 i flussi mondiali di investimenti diretti in uscita sono calati da 1.594 miliardi di dollari a 1.452 miliardi (-8,9 per cento). I paesi sviluppati si sono confermati come i primi investitori, con 1.044 miliardi di dollari, pari al 71,9 per cento del totale (con una riduzione di 11 punti percentuali rispetto all'anno precedente, cfr. tavola 1.10 e grafico 1.13).

Gráfico 1.13 - Investimenti esteri in uscita

Flussi, valori in miliardi di dollari



Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Nel dettaglio geografico, fra i paesi avanzati le principali aree hanno registrato diminuzioni e, in particolare, i flussi provenienti dai paesi europei non membri dell'Unione si sono ridotti del 65 per cento. Tra i paesi dell'Ue, i flussi provenienti da Irlanda e Germania sono scesi, rispettivamente, del 73 e del 63 per cento. Solo gli investimenti provenienti dagli 'altri paesi avanzati' hanno fatto registrare un aumento, spiegato dalle buone dinamiche di Giappone, Israele e Australia.

Per quanto riguarda gli investimenti provenienti dai Paesi in via di sviluppo (-1,5 per cento), gli andamenti delle diverse aree geografiche e dei paesi sono stati molto differenziati. Sulla diminuzione dei flussi in uscita dall'America centrale e meridionale (-97,6 per cento), ha inciso il forte ridimensionamento di quelli provenienti da alcune delle principali economie dell'area, Brasile, Messico e Cile in particolare. L'aumento degli investimenti provenienti dall'Asia centrale e orientale (11,5 per cento) è spiegato in buona parte dai flussi cinesi, cresciuti del 43,5 per cento. Nei paesi del Medio Oriente (-18,8 per cento), i consistenti aumenti di Iraq, Oman e Yemen non sono stati sufficienti a compensare le forti diminuzioni di Kuwait e Turchia.

Nella graduatoria dei principali paesi investitori, gli Stati Uniti hanno mantenuto il primato con 299 miliardi di dollari, in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente (tavola 1.10). I flussi in uscita dalla Svizzera, dopo il forte aumento registrato l'anno precedente, nel 2016 sono diminuiti in modo altrettanto consistente. L'Italia ha fatto registrare una variazione positiva del 12,4 per cento, con flussi in uscita pari a 22,8 miliardi di dollari.

Tavola 1.10 - Investimenti diretti esteri in uscita: principali paesi di origine ⁽¹⁾

Valori in miliardi di dollari a prezzi correnti

Graduatoria ⁽²⁾	Paesi	Flussi						Consistenze					
		Valori			Composizione %			Valori			Composizione %		
		2011	2015	2016	2011	2015	2016	1990	2000	2016	1990	2000	2016
1	Stati Uniti	397	303	299	25,2	19,0	20,6	732	2.694	6.384	32,5	36,1	24,4
2	Cina	75	128	183	4,7	8,0	12,6	4	28	1.281	0,2	0,4	4,9
3	Paesi Bassi	35	138	174	2,2	8,7	12,0	110	305	1.256	4,9	4,1	4,8
4	Giappone	108	129	145	6,8	8,1	10,0	201	278	1.401	8,9	3,7	5,4
5	Canada	52	67	66	3,3	4,2	4,6	85	443	1.220	3,8	5,9	4,7
6	Hong Kong	96	72	62	6,1	4,5	4,3	12	379	1.528	0,5	5,1	5,8
7	Francia	51	44	57	3,3	2,8	3,9	120	366	1.259	5,3	4,9	4,8
8	Irlanda	-1	166	45	-0,1	10,4	3,1	15	28	833	0,7	0,4	3,2
9	Spagna	41	44	42	2,6	2,8	2,9	16	129	516	0,7	1,7	2,0
10	Germania	78	93	35	4,9	5,9	2,4	309	484	1.365	13,7	6,5	5,2
11	Lussemburgo	11	50	32	0,7	3,2	2,2	0	0	230	0,0	0,0	0,9
12	Svizzera	48	104	31	3,1	6,5	2,1	66	232	1.131	2,9	3,1	4,3
13	Corea del Sud	30	24	27	1,9	1,5	1,9	2	21	306	0,1	0,3	1,2
14	Russia	49	27	27	3,1	1,7	1,9	0	19	336	0,0	0,3	1,3
15	Singapore	31	31	24	2,0	2,0	1,6	8	57	682	0,3	0,8	2,6
16	Svezia	30	15	23	1,9	0,9	1,6	51	124	382	2,3	1,7	1,5
17	Italia	54	20	23	3,4	1,3	1,6	60	170	460	2,7	2,3	1,8
18	Finlandia	5	-16	23	0,3	-1,0	1,6	9	52	121	0,4	0,7	0,5
19	Belgio	46	30	18	2,9	1,9	1,3	0	0	453	0,0	0,0	1,7
20	Taiwan	13	15	18	0,8	0,9	1,2	30	67	321	1,3	0,9	1,2
	Mondo	1.576	1.594	1.452	100,0	100,0	100,0	2.254	7.461	26.160	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Ad esclusione dei centri finanziari nei Caraibi.

⁽²⁾ In base ai flussi 2016.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

L'evoluzione recente delle importazioni cinesi*

La Cina e le altre economie emergenti asiatiche hanno avuto un ruolo determinante nel rallentamento dei tassi di crescita del commercio internazionale degli anni più recenti, tanto quanto lo avevano avuto nella sua espansione in precedenza.¹ Le importazioni cinesi hanno iniziato a rallentare a partire dalla seconda metà degli anni duemila e nel 2015 hanno registrato una diminuzione dello 0,5 per cento rispetto all'anno precedente. Nel 2016 il volume delle importazioni ha mostrato una ripresa, con un aumento del 4,9 per cento su base annua, ma i valori del passato decennio restano molto lontani (grafico 1).

Grafico 1 - Produzione e scambi internazionali di beni e servizi della Cina
Variazioni percentuali in volume



Fonte: Fmi, World Economic Outlook, aprile 2017

Le cause di tale andamento si possono far risalire, da un lato, alla fine della fase più espansiva del processo di frammentazione internazionale della produzione, dall'altro, alla trasformazione in atto dell'economia cinese, passata da un modello di crescita prevalentemente trainata dalle esportazioni a una più orientata alla domanda interna, con un rallentamento degli investimenti e un aumento dei consumi (Hong *et al.*, 2016).

Il commercio internazionale è stato interessato, negli ultimi anni, da profondi cambiamenti strutturali, manifestati dall'abbassamento della sua elasticità rispetto al reddito: benché la crescita del Pil mondiale, dopo il 2013, sia tornata su tassi vicini a quelli precedenti la crisi globale, la dinamica degli scambi è rimasta al di sotto dei suoi ritmi abituali. In tali cambiamenti strutturali, il ruolo della Cina è stato importante, considerando la posizione centrale di questo paese nelle reti produttive internazionali. Alcuni studi recenti hanno mostrato che, grazie anche all'avanzamento tecnologico degli ultimi anni, una quota sempre maggiore delle esportazioni cinesi è basata su input nazionali invece che su beni intermedi importati (Lemoine e Ünal, 2017a).

* Redatto da Giulio Giangaspero ed Elena Mazzeo (Ice).

¹ Le cause di tale fenomeno sono descritte più diffusamente nel testo del paragrafo 1.1.

Nella prima metà degli anni duemila, la quota dei prodotti ad alto contenuto tecnologico sul totale delle esportazioni ha superato quella dei beni a basso contenuto tecnologico (grafico 2). Nelle filiere produttive internazionali la Cina sembra dunque aver intrapreso un processo di riposizionamento verso fasi a maggiore valore aggiunto. Questo fenomeno è stato accompagnato da un cambiamento nell'orientamento geografico delle esportazioni cinesi, che si sono dirette in misura maggiore verso i paesi emergenti, mentre la quota dei paesi ad alto reddito si è progressivamente ridotta passando dall'82 per cento nel 2007 al 75 per cento del 2014.

Grafico 2 - Evoluzione delle esportazioni cinesi per livello tecnologico ⁽¹⁾

Quote sul totale delle esportazioni di merci, a prezzi correnti



⁽¹⁾ Per la classificazione si veda <http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html>

Fonte: elaborazioni su dati Unctad

Dal punto di vista delle dinamiche che interessano il sistema economico cinese, il maggiore cambiamento degli anni più recenti riguarda il graduale spostamento da una crescita basata prevalentemente su investimenti ed esportazioni a un modello economico i cui fattori di crescita più importanti stanno diventando i consumi e i servizi, cioè componenti a minore intensità di domanda di scambi internazionali (Kang e Liao, 2016). A questo ribilanciamento si può far risalire il rallentamento della domanda d'importazioni, anche in presenza di tassi di crescita del Pil elevati. I dati più recenti sulle importazioni, disaggregate per destinazione economica e grado di lavorazione dei beni², evidenziano andamenti eterogenei: il tasso di crescita delle importazioni dei beni d'investimento, dei prodotti primari, dei beni semi-lavorati e delle parti e componenti si è progressivamente ridotto dal 2000 al 2014, mentre l'aumento delle importazioni dei beni di consumo è rimasto costante, su un tasso di crescita medio annuo pari al 20 per cento in valore (Lemoine e Ünal, 2017b). La quota dei beni di consumo sul totale delle importazioni cinesi è dunque raddoppiata dalla metà degli anni duemila al 2015, a fronte di un progressivo ridimensionamento delle importazioni di beni intermedi e strumentali.³

La maggiore concentrazione della domanda nei beni di consumo appare una caratteristica pe-

² Cfr. la classificazione Bec (Broad Economic Categories) delle Nazioni Unite.

³ Si rinvia all'approfondimento di C. Castelli e R. A. Maroni nelle pagine seguenti di questo capitolo.

culiare dell'economia cinese negli ultimi anni. Negli altri grandi paesi emergenti, quali Brasile, India, Indonesia, Messico e Russia, la crescita delle importazioni di beni di consumo non ha registrato simili andamenti.

In Cina, questa ricomposizione della domanda è stata trainata in particolare dal gruppo di prodotti classificati come beni di alta gamma.⁴ L'aumento del loro peso relativo sul totale delle importazioni di beni di consumo, cominciato verso la metà degli anni duemila, è divenuto molto consistente dal 2008: nella media del triennio 2012-14 il 62 per cento dei beni di consumo importati dalla Cina è stato di alta di gamma, quasi due volte il peso relativo di questi beni all'inizio del duemila. Anche in questo caso, il fenomeno caratterizza esclusivamente la Cina e non gli altri grandi paesi emergenti.

Riassumendo, dopo la crisi economica internazionale del 2007-2011, l'economia cinese ha proseguito nella transizione verso un nuovo modello di crescita, basato maggiormente sui consumi e su una produzione diretta al mercato interno. Questi cambiamenti hanno influito anche sulle caratteristiche e sulle dinamiche degli scambi internazionali cinesi, i cui tassi di crescita si sono stabilizzati su valori più vicini a quelli delle economie più avanzate. Gli attuali fattori trainanti il commercio con l'estero della Cina sono sempre meno legati alla partecipazione alle reti produttive globali in qualità di produttore di beni a basso contenuto tecnologico e sempre più connessi a una produzione che soddisfi la domanda nazionale. La dinamica delle importazioni sembra dunque avere subito una trasformazione strutturale, le cui ripercussioni non si esauriranno nell'arco di pochi anni.

Riferimenti bibliografici

Hong G. H., Lee J., Liao W. e Seneviratne, D. (2016), *China and Asia in Global Trade Slowdown*, IMF Working Paper, WP/16/105.

Kang J. S. e Liao W. (2016), *Chinese Imports: What's Behind the Slowdown?*, IMF Working Paper, WP/16/106.

Lemoine F. e Ünal D. (2017a), *China's Foreign Trade: A "New Normal"*, *China & World Economy*, Vol. 25, No. 2, 1-21.

Lemoine F. e Ünal D. (2017b), *Le décollage du marché des biens de consommation en Chine et son impact sur le commerce mondial*, March 2017, Cepii.

⁴ Per approfondimenti sulla metodologia di classificazione si rimanda a Lemoine F. e Ünal D. (2017b).

Gli scambi internazionali di beni intermedi

di Cristina Castelli e Rita Anabella Maroni*

Il commercio internazionale è profondamente mutato negli ultimi anni ed è sempre più caratterizzato da un elevato grado di interdipendenza tra i paesi, per via delle cosiddette reti produttive internazionali (o catene globali del valore), composte da imprese leader di filiera, dalle loro affiliate o consociate e da numerose imprese indipendenti che forniscono beni e servizi, concorrendo alla produzione dei beni finali. Le imprese che vi partecipano sono localizzate in paesi diversi e sono spesso impegnate in uno scambio di "mansioni" (*trade in tasks*)¹ a complemento del commercio di beni finali, grazie alla riduzione, avvenuta negli ultimi decenni, delle barriere agli scambi commerciali e agli investimenti, nonché ai progressi conseguiti nel settore dei trasporti e delle tecnologie dell'informazione e comunicazione.

Si intende qui approfondire, in particolare, il ruolo del commercio internazionale di beni intermedi lavorati, riguardanti cioè parti e componenti al netto delle materie prime.² Questi beni interessano, in primo luogo, le industrie manifatturiere che realizzano prodotti complessi, composti da parti assemblate separatamente e integrate nel prodotto finale, in cui la specializzazione verticale è più accentuata (elettronica, mezzi di trasporto, apparecchiature elettriche³). L'analisi verte sulla posizione dei principali paesi protagonisti di questo tipo di scambi, per trarre qualche indicazione sull'intensità del loro coinvolgimento nelle reti produttive internazionali e verificare se vi siano stati dei cambiamenti rispetto al periodo che ha preceduto la crisi internazionale.

Il caso della Cina merita un'attenzione specifica in quanto, dopo che per anni le multinazionali vi hanno localizzato prevalentemente le fasi più a valle dell'assemblaggio manifatturiero, sembra essere in atto una tendenza volta a sviluppare localmente le operazioni più a monte e a spostare parte delle fasi di assemblaggio in altri paesi con una conseguente riduzione del peso dei beni intermedi sulle importazioni e un aumento del loro peso all'export.⁴

Analizzando i dati sul commercio internazionale classificati in base alla destinazione economica dei prodotti (materie prime, beni intermedi, beni di consumo e beni strumentali), si osserva in primo luogo che quelli classificati come beni intermedi rappresentano circa la metà delle importazioni mondiali (49,5 per cento nel 2016)⁵, oltre il doppio dei beni di consumo e dei beni strumentali, con una quota che è rimasta sostanzialmente invariata nel corso degli ultimi venti anni, ma che appare in aumento rispetto al 1990 (quando era pari al 43,9 per cento). In valore, le importazioni di beni intermedi hanno superato, nel 2016, i 6.300 miliardi di dollari statunitensi, dopo aver raggiunto il picco massimo nel 2014 (oltre 7.300 miliardi di dollari; tavola 1). Collocandosi subito a valle delle materie prime, i beni intermedi tendono a risentire delle oscillazioni dei loro prezzi più intensamente che i beni finali.

* Ice.

¹ Grossman e Rossi-Hansberg (2008), Baldwin e Robert-Nicoud (2013) e Baldwin (2016).

² Per svolgere l'analisi è stata usata la classificazione Bec (Broad Economic Categories) rev. 4 delle Nazioni Unite, replicando l'impostazione adottata nel Rapporto Unctad (2015) che distingue tra beni intermedi lavorati (*processed intermediates*) e materie prime (*primary intermediates*), in modo da evidenziare gli scambi di componenti che caratterizzano, in particolare, le reti produttive internazionali.

³ Stehrer e al. (2011).

⁴ Si veda in questo Rapporto il riquadro di G. Giangaspero ed E. Mazzeo *L'evoluzione recente delle importazioni cinesi*.

⁵ Il "mondo" è costituito da 85 paesi dichiaranti che rappresentano circa il 90 per cento dell'interscambio mondiale (import+export); nel 2016 la quota di beni intermedi sull'interscambio totale è stata pari al 50,2 per cento. Va tuttavia considerato che una quota del commercio mondiale non è classificabile per destinazione economica, in quanto alcuni prodotti possono essere considerati sia beni finali che input produttivi (il 10,6 per cento nel 2016). A breve dovrebbe essere pubblicata una nuova classificazione per destinazione economica, la Bec rev. 5. Su questo si veda: <https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/50089/Classification-by-Broad-Economic-Categories-Rev4>



Si nota, infatti, che il loro peso sugli scambi mondiali è aumentato nella fase di rincaro delle *commodities*, ma è diminuito negli ultimi anni, caratterizzati da un forte calo dei loro prezzi.⁶

Insieme alle materie prime e ai servizi alle imprese, i beni intermedi rappresentano gli input per la produzione dei beni finali di consumo e strumentali e, quando siano importati, concorrono a determinarne il contenuto di valore aggiunto estero.⁷ Va anche ricordato che, nella misura in cui alcuni componenti possono attraversare ripetutamente le frontiere, prima di essere incorporati nel bene finale, una parte degli scambi di beni intermedi viene conteggiata più volte nelle statistiche di commercio estero.⁸

Tavola 1 - Importazioni mondiali classificate per destinazione economica

Valori in miliardi di dollari statunitensi

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Tcma 2001-2006 ⁽¹⁾	Tcma 2012-2016 ⁽²⁾
materie prime	2.715	2.839	2.732	2.566	1.672	1.414	17,1	-12,2
beni di consumo	2.526	2.683	2.780	2.890	2.732	2.717	10,6	1,5
beni strumentali	2.426	2.475	2.499	2.568	2.446	2.350	9,1	-0,6
beni intermedi	7.083	6.989	7.142	7.334	6.619	6.364	11,5	-2,1
Totale prodotti classificati	14.750	14.985	15.153	15.357	13.468	12.846	11,7	-2,7
Totale	16.920	16.932	17.155	17.317	15.030	14.368	11,0	-3,2

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2000.

⁽²⁾ Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2011.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istituti nazionali di statistica

I grafici 1 e 2 mostrano, per gli anni 2007 e 2016, la posizione dei primi 20 paesi protagonisti degli scambi di beni intermedi, rispetto alle quote medie di tali beni sulle importazioni e sulle esportazioni totali dei paesi considerati.

La collocazione dei paesi nei quattro quadranti può essere interpretata come un segnale del maggiore o minore grado di coinvolgimento nelle reti produttive internazionali e anche della maggiore (o minore) presenza di industrie che vi svolgono la funzione di assemblaggio dei beni finali. Inoltre, la dimensione delle bolle mostra il peso dei paesi sull'interscambio complessivo: Cina, Stati Uniti e Germania sono le principali economie nel commercio di parti e componenti, seguite da Hong Kong (che opera da tramite commerciale per la stessa Cina) e Giappone.

I paesi che si trovano nel quadrante n. 1, in alto a destra, sono caratterizzati da un maggiore coinvolgimento nelle reti produttive internazionali in quanto presentano, rispetto alla media, un peso relativamente elevato delle importazioni e delle esportazioni di beni intermedi. Nel 2016 sono collocate in questo quadrante alcune economie asiatiche, tra cui Taiwan, Hong Kong, Malaysia e Singapore e, tra i paesi europei, la Svizzera e la Germania, le cui imprese fanno evidentemente leva – più di altre – sulle importazioni di beni intermedi, al fine di migliorare la loro competitività. Rispetto al periodo pre-crisi, si osserva qualche variazione nel posizionamento relativo: in particolare la Svizzera e Taiwan hanno incrementato la propria quota di scambi di beni intermedi, sia dal lato dell'import che dell'export.

⁶ La tavola 1 non considera i primi anni della crisi globale, in cui si è verificato un brusco calo degli scambi di beni intermedi, a cui è seguito un rimbalzo altrettanto netto.

⁷ Si veda Wto, *Trade in Value-Added and Global Value Chains profiles* - Explanatory notes. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/Explanatory_Notes_e.pdf

⁸ Per approfondire si veda Johnson e Noguera (2012).

All'opposto, nel terzo quadrante (in basso a sinistra) si trovano i paesi che partecipano in una misura più contenuta alle reti produttive internazionali: vi si colloca la maggior parte dei paesi dell'Unione Europea (Francia, Italia, Paesi Bassi, Regno Unito, Spagna) e il Canada. Peraltro, rispetto al 2007, in tutti i paesi europei si registra un lieve ridimensionamento del peso dei beni intermedi sugli scambi.

Stati Uniti e Giappone si trovano invece nel quarto quadrante (in alto a sinistra) e questa posizione potrebbe suggerire la prevalenza di industrie che hanno localizzato impianti dedicati all'assemblaggio dei beni finali in altri paesi, verso i quali esportano parti e componenti. Si pensi, ad esempio, al ben noto caso dell'Ipod, progettato negli Stati Uniti e assemblato in Cina con componenti il cui valore aggiunto proviene – in massima parte – da Giappone e Stati Uniti,⁹ o al caso delle *maquiladoras* messicane, che assemblano prodotti con componenti realizzati, spesso, negli Stati Uniti.

Infine, nel secondo quadrante, in basso a destra, si collocano i paesi per i quali il peso dei beni intermedi importati è superiore all'incidenza di quelli esportati (Cina, Messico e Thailandia), in una posizione che suggerisce una considerevole presenza di imprese dedicate alla funzione di assemblaggio. Sul territorio messicano sono localizzate molte imprese statunitensi, notoriamente appartenenti ai comparti del tessile, dell'*automotive*, dell'elettronica; la Thailandia rappresenta invece un importante centro di produzione per l'industria di autoveicoli, in particolare dei costruttori giapponesi. Merita poi un accenno il caso dell'India che, in confronto al 2007, appare spostata verso il secondo quadrante per via del considerevole aumento nella quota delle importazioni di beni intermedi, a cui ha contribuito il processo di liberalizzazione degli Ide, avvenuto negli ultimi anni.¹⁰

Passando a considerare il caso della Cina, si nota – rispetto al periodo pre-crisi – un ridimensionamento della quota dei beni intermedi sulle importazioni e, al contempo, un aumento del loro peso sulle esportazioni. Molto probabilmente tale andamento è dovuto a un maggiore coinvolgimento di fornitori locali di componenti (sia cinesi che affiliate di imprese estere), per cui una parte delle importazioni è stata sostituita dalla produzione in loco. Vi hanno contribuito politiche volte a imporre un contenuto minimo di produzione locale (*local content requirements*)¹¹, ma anche le scelte di approvvigionamento operate dalle imprese a partecipazione estera che, nel tempo, tendono a reperire localmente i propri fornitori di parti e componenti, al fine di ridurre i costi.

Il cambiamento riscontrato nel posizionamento della Cina suggerisce, come accennato, che una parte crescente delle attività di assemblaggio, precedentemente collocate in territorio cinese, sia destinata a spostarsi verso altri paesi dell'area asiatica, anche per via dell'aumento del costo del lavoro.¹² Ciò non dipende necessariamente dalle scelte di localizzazione operate dalle imprese straniere, in quanto negli ultimi dieci anni la stessa Cina ha notevolmente accresciuto il proprio ruolo di investitore all'estero. Difatti, se nel 2007 la Cina si collocava al 17° posto nella graduatoria mondiale per flussi di investimenti in uscita, nel 2016 è il secondo paese in graduatoria¹³, con buona parte degli investimenti diretti verso altri paesi asiatici e in particolare verso le economie appartenenti al gruppo Asean-6.¹⁴

⁹ Dedrick, Kraemer e Linden (2010).

¹⁰ Nel 2014 il governo Modi ha annunciato il programma *Make in India*, che prevede di facilitare gli investimenti esteri e la cooperazione tra l'India e gli altri paesi, con l'obiettivo di rendere la nazione un *hub* manifatturiero mondiale. Per citare un esempio aneddotico, anche la Apple ha recentemente insediato nel paese un impianto di assemblaggio, cfr. l'articolo del Wall Street Journal, *Apple Assembles its First I-Phone in India*, del 17 maggio 2017.

¹¹ La Cina ha adottato questo tipo di misure per lo più nel settore dell'Ict; si veda Wto (2017).

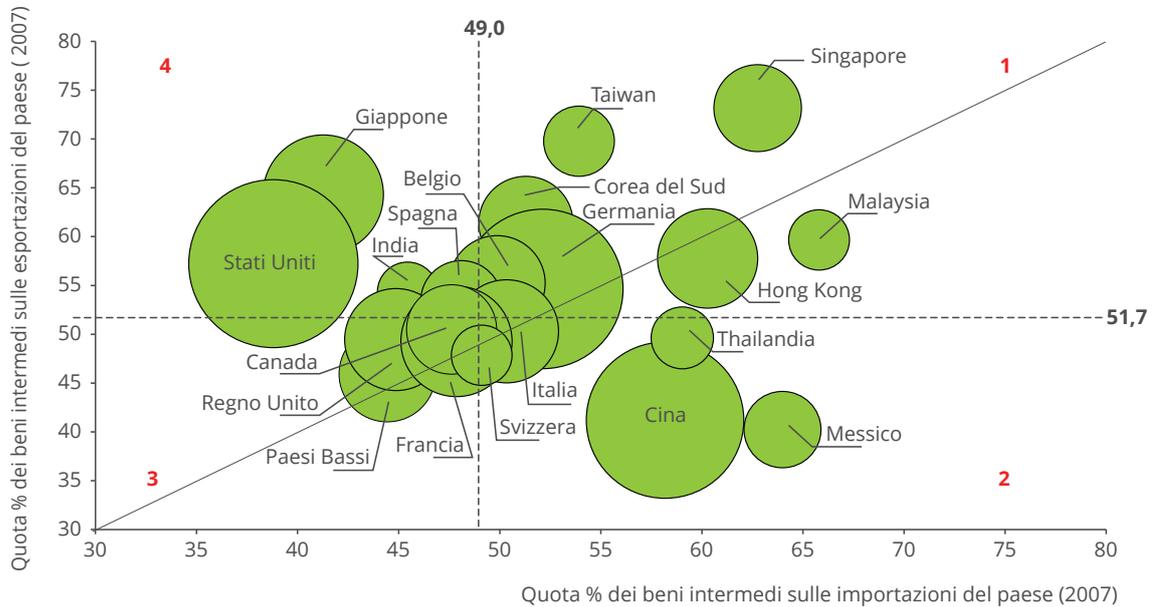
¹² Nel 2015 i salari minimi in 27 province hanno registrato un incremento medio del 14,9 per cento, si veda Wto (2016).

¹³ Si veda il capitolo 1.1 di questo Rapporto.

¹⁴ Fanno parte del gruppo Asean-6 Brunei Darussalam, Filippine, Indonesia, Malaysia, Singapore e Thailandia; si veda Centre for Economic and Business Research (2015) e Davies (2013) per gli investimenti cinesi.

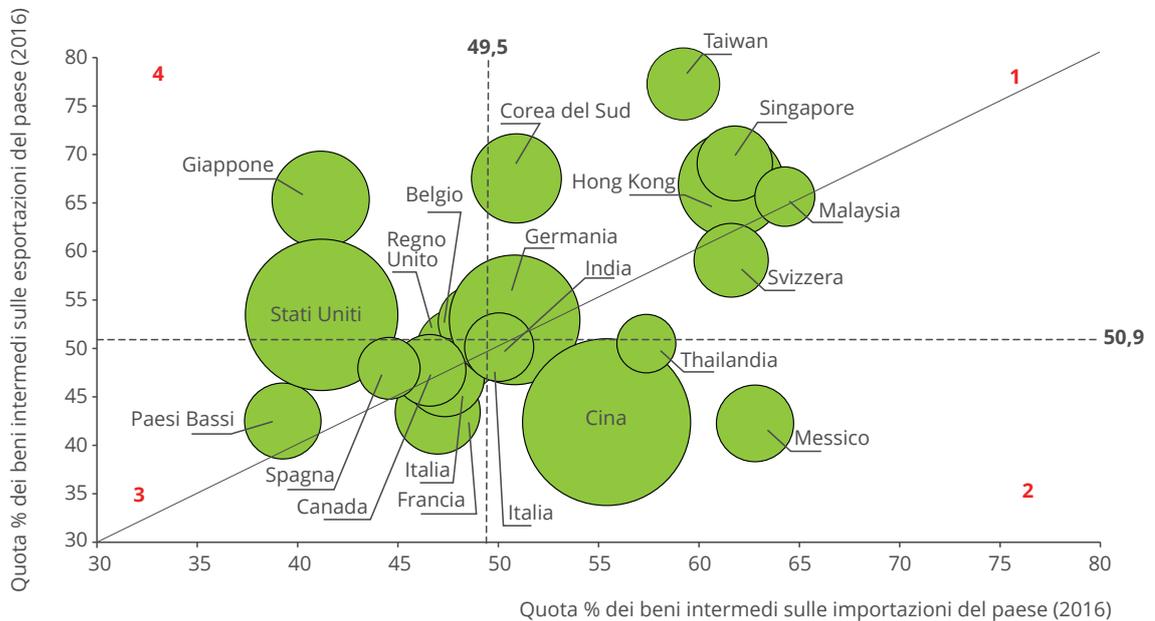


Grafico 1 - I primi venti paesi nel commercio di beni intermedi⁽¹⁾. Anno 2007



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istituti nazionali di statistica

Grafico 2 - I primi venti paesi nel commercio di beni intermedi⁽¹⁾. Anno 2016



⁽¹⁾ La graduatoria dei paesi è riferita al 2016. La dimensione della bolla indica il peso del paese sul commercio (import+export) di beni intermedi della somma dei dichiaranti nell'anno di riferimento. Le linee tratteggiate rappresentano i valori medi delle variabili indicate nei due assi per la somma dei paesi dichiaranti. Le esportazioni e importazioni totali considerano solo i prodotti classificati.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istituti nazionali di statistica

Rispetto al 2007, è peraltro aumentato il peso complessivo della Cina sugli scambi mondiali di beni intermedi, con una quota passata dal 9,1 al 13,2 per cento. Appare quindi interessante approfondire la composizione e l'evoluzione degli scambi cinesi, anche rispetto al periodo pre-crisi, in modo da sottolineare alcuni cambiamenti in atto.

In complesso, il peso dei beni intermedi sulle importazioni della Cina, pur mantenendosi notevolmente al di sopra della media mondiale, si è ridotto in confronto al 2007 di quasi tre punti percentuali, giungendo nel 2016 a poco più del 55 per cento del totale (tavola 2).

Tavola 2 - Scambi di merci della Cina per destinazione economica

Valori in miliardi di dollari statunitensi e pesi percentuali ⁽¹⁾

	Importazioni					Esportazioni				
	2007	2016	peso % 2007	peso % 2016	Tcma ⁽²⁾ 2008-2016	2007	2016	peso % 2007	peso % 2016	Tcma ⁽²⁾ 2008-2016
materie prime	178	320	19,5	22,0	6,8	13	14	1,1	0,7	1,1
beni di consumo	29	107	3,2	7,3	15,7	343	622	29,0	29,5	6,8
beni strumentali	174	223	19,2	15,3	2,8	341	577	28,8	27,4	6,0
beni intermedi	529	807	58,2	55,4	4,8	488	893	41,2	42,4	6,9
Totale prodotti classificati	910	1.456	100,0	100,0	5,4	1.184	2.106	100,0	100,0	6,6
Totale	956	1.525	-	-	5,3	1.218	2.135	-	-	6,4

⁽¹⁾ I pesi percentuali sono calcolati sul totale dei prodotti classificati.

⁽²⁾ Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2007.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istituti nazionali di statistica

Dal punto di vista settoriale, il primo comparto al quale sono destinati i beni intermedi importati è quello dell'elettronica, che ne assorbe il 45 per cento, seguito a distanza da chimica e farmaceutica (11 per cento), prodotti in metallo (8,5 per cento), plastica e gomma (7,9 per cento) e macchinari (7,3 per cento). Rispetto al 2007, mentre le importazioni di componenti elettronici mostrano un aumento di 4,2 punti percentuali, vi è stata un'ampia contrazione nel peso dei beni intermedi destinati al settore metallurgico, alla meccanica e ai prodotti chimici.

Per la Cina i principali paesi per l'approvvigionamento di parti e componenti sono Corea del Sud, Taiwan e Giappone. In proposito va rilevato che, nel periodo esaminato, gli acquisti dal Giappone – dopo una forte crescita nel biennio 2010-2011 – hanno registrato negli anni successivi un ampio calo, tornando vicino al valore del 2007, ma con una quota di mercato comunque elevata, pari al 17,4 per cento. Durante il periodo 2007-2016 è invece aumentato il peso della Corea del Sud, che ha ulteriormente rafforzato la sua posizione (dal 14 per cento del 2007 al 15,3 per cento nel 2016) e del Vietnam, che ha registrato un incremento medio annuo del 44 per cento, passando da una quota dello 0,1 per cento nel 2007 all'1,8 per cento nel 2016.

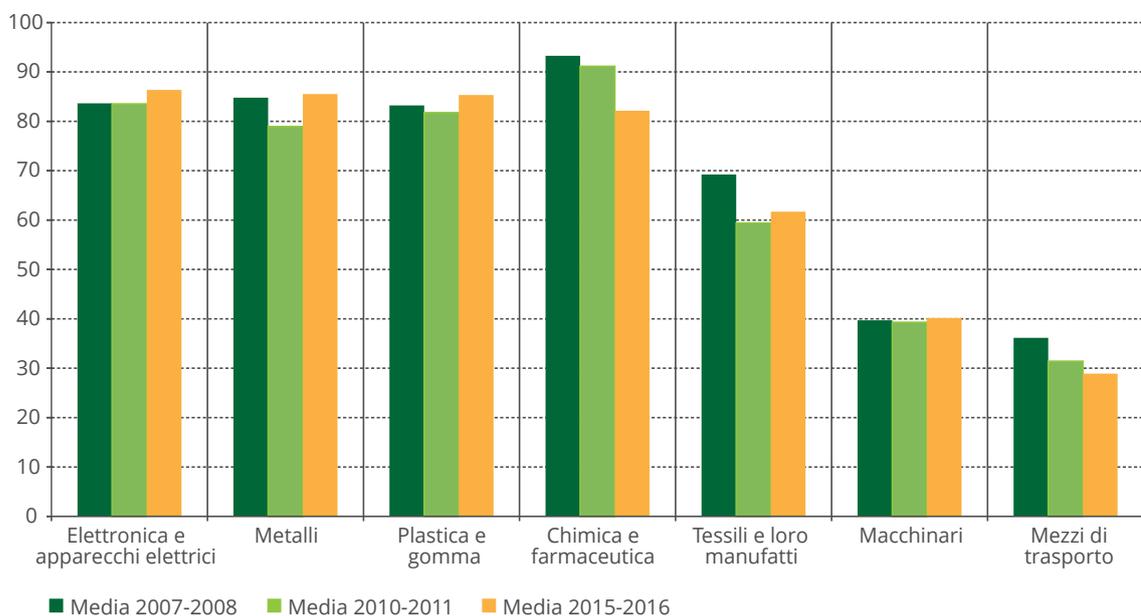
Passando a considerare le esportazioni cinesi, su cui i beni intermedi pesano intorno al 42 per cento, rispetto al 2007 si osserva un aumento di oltre un punto percentuale, come conseguenza di un tasso di crescita medio annuo più elevato (6,9 per cento) in confronto alle altre categorie di beni. I principali settori sono gli stessi delle importazioni, ma la concentrazione è decisamente meno pronunciata: nel 2016 l'elettronica rappresenta il 28,6 per cento delle esportazioni di beni intermedi (mostrando, tra il



2007 e il 2016, un considerevole aumento della sua incidenza), la metallurgia il 15 per cento, seguita dal comparto della meccanica (11,2 per cento), dalla chimica e farmaceutica (9,8 per cento) e dal tessile (9,1 per cento). I primi quattro paesi di destinazione dei beni intermedi esportati dalla Cina sono Hong Kong (per via del suo ruolo di *hub* commerciale), Stati Uniti, Corea del Sud e Giappone, ma va rilevata l'accresciuta importanza del Vietnam, della Thailandia e dell'India (rispettivamente, con tassi di crescita medi annui del 19,9, del 10,7 e del 12,4 per cento). Appare dunque confermato l'emergere nell'area asiatica di nuove destinazioni attrattive per gli Ide produttivi, alternative alla Cina, dove le imprese transnazionali (cinesi e non) stanno investendo e costituendo nuovi impianti per l'assemblaggio di parti e componenti.

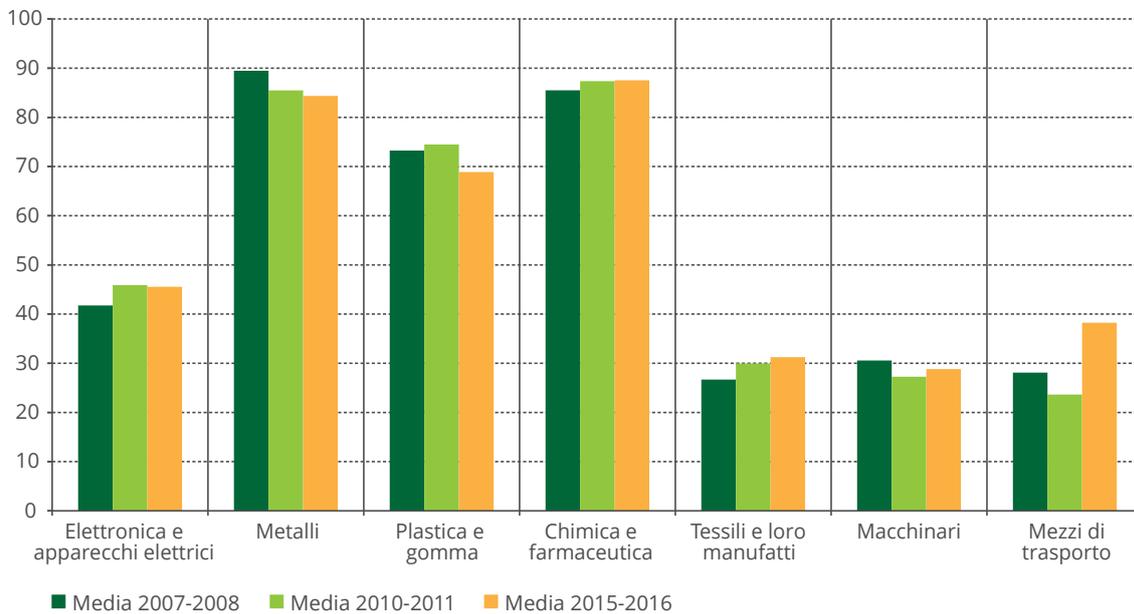
I grafici 3 e 4 mostrano, in conclusione, rispetto al periodo pre-crisi e per i settori più interessati dal commercio di beni intermedi *processed*, come si stia modificando il peso di questo tipo di scambi sulle importazioni e sulle esportazioni dei rispettivi settori. L'obiettivo è quello di verificare se dai dati emerga qualche evidenza con riguardo al fatto che le imprese cinesi – coinvolte nelle reti produttive internazionali – stiano concentrando la loro attività nelle fasi di lavorazione più "a monte" (produzione di parti e componenti), allo stesso tempo demandando alle imprese di altri paesi le funzioni aziendali collocate più "a valle" (assemblaggio). Pur con qualche cautela, il fatto che il peso dei beni intermedi sia diminuito dal lato delle importazioni per la chimica-farmaceutica, per il comparto tessile e per i mezzi di trasporto e che – in questi stessi settori – si riscontri un suo aumento dal lato delle esportazioni (in particolare nel caso degli ultimi due), sembra effettivamente confermarlo.

Grafico 3 - Peso delle importazioni di beni intermedi sul totale delle importazioni del settore
Valori percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istituti nazionali di statistica

Grafico 4 - Peso delle esportazioni di beni intermedi sul totale delle esportazioni del settore
Valori percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istituti nazionali di statistica

Riferimenti bibliografici

Baldwin R. e Robert-Nicoud F. (2013), *Trade in Goods and Trade in Tasks: An Integrating Framework*, Université de Geneve, Working Paper Series WPS 13-10-3.

Baldwin R. (2016), *The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization*, Harvard University Press.

Centre for Economic and Business Research (2015), *Economic Insight: South East Asia*, Q3.

Davies K. (2013), *China Investment Policy: An Update*, Oecd Working Papers on International Investment, Oecd Publishing.

Dedrick J., Kraemer K.L. e Linden, G. (2010), *Who Profits From Innovation in Global Value Chains? A Study of the iPod and Notebook PCs*, "Industrial and Corporate Change", 19(1), pp. 81-116.

Grossman G.M. e Rossi-Hansberg (2008), *Trading Tasks: a Simple Theory of Offshoring*, "American Economic Review", 98 (5), pp. 1978-1997.

Johnson R.C. e Noguera G. (2012), *Accounting for intermediates: Production sharing and trade in value added*, "Journal of International Economics", n.86, pp. 224-236.

Stehrer R. e al. (2011), *Trade in Intermediate Products and EU Manufacturing Supply Chains*, Research Report n.369, Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche.

Unctad (2015), *Key Statistics and Trends in International Trade*, Unctad Trade Analysis Branch.

Wto (2016), *Trade Policy Review - Report by China*, 15 giugno 2016, WT/TPR/G/342, https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/g342_e.pdf.

Wto (2017), *Annual Report 2017*, https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep17_e.pdf.

1.2 Le politiche per l'integrazione dei mercati internazionali*

Il clima di incertezza politica e le tensioni geopolitiche internazionali, cui contribuiscono i cambiamenti politici negli Stati Uniti e l'avvio della Brexit, richiede particolare attenzione alle politiche commerciali, in modo da arginare le spinte protezionistiche e isolazionistiche che potrebbero compromettere la ripresa della crescita economica. A conclusione dell'ultima riunione del G20⁸ i rappresentanti dei paesi membri hanno infatti posto l'accento sulla necessità di promuovere un'economia mondiale aperta, in grado di garantire uno sviluppo equo, sostenuto da politiche appropriate.

È stata quindi sottolineata l'opportunità di rafforzare le misure a sostegno della crescita economica, dell'innovazione e dello sviluppo degli scambi commerciali e degli investimenti, incoraggiando la partecipazione delle imprese alle reti produttive internazionali (o "catene globali del valore").⁹ Tra i vari punti, è stata ribadita la volontà di rafforzare il commercio elettronico, anche grazie alla *G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative*, avviata durante la precedente riunione di Antalya.¹⁰

Come ogni anno, i rappresentanti del G20 hanno affermato di essere contrari a nuove misure restrittive degli scambi commerciali e degli Ide, nonché l'intenzione di eliminare gli ostacoli esistenti. Si tratta di un impegno più che mai necessario in questo momento, in quanto il numero delle misure protezionistiche, introdotte dai paesi G20 a partire dal 2008, continua ad aumentare (grafico 1.14).

L'ultimo rapporto di monitoraggio preparato dall'Omc, dall'Unctad e dall'Ocse¹¹ segnala nuovamente l'accumulazione di barriere di vario genere, comprendenti misure di difesa commerciale, procedure doganali, restrizioni alle importazioni e alle esportazioni (tariffarie o quantitative), vincoli relativi alla produzione in loco e all'acquisto di beni nazionali. Delle 1.671 misure adottate dall'inizio della crisi internazionale, prevalentemente strumenti di difesa commerciale (misure anti-dumping, azioni di salvaguardia, misure anti-sovvenzioni), introdotti da India, Stati Uniti, Unione Europea e Brasile, ne sono state eliminate solo 408, per cui nell'ottobre 2016 ne restavano ancora in vigore oltre 1.200. Il prossimo aggiornamento verrà pubblicato in occasione della riunione G20 di Amburgo il 7 e 8 luglio 2017, intitolata *Dare forma a un mondo interconnesso*.

Nei paragrafi successivi sono presentate delle elaborazioni comparative sul grado di apertura dei mercati, basate su una serie di indicatori di fonte internazionale, analizzando in particolare l'andamento delle tariffe doganali, di alcune misure non tariffarie e i confronti che emergono dagli indici Ocse sulle restrizioni ai servizi e agli investimenti.

* Redatto da Cristina Castelli con la supervisione di Giorgia Giovannetti (Università di Firenze).

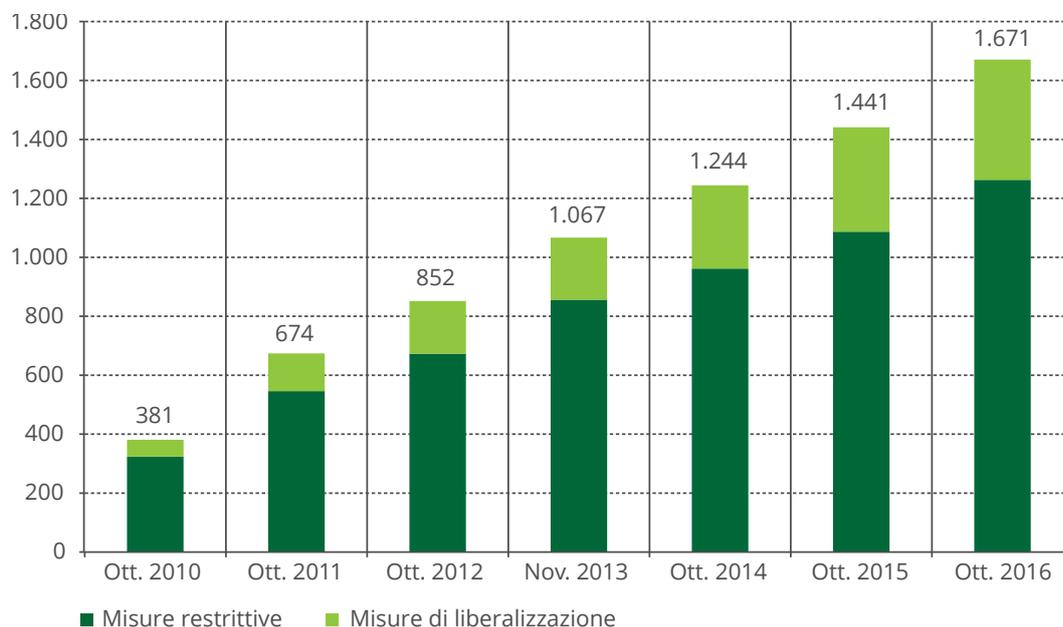
⁸ L'ultima riunione si è tenuta a Hangzhou il 4 e 5 settembre 2016. Fanno parte del G20 l'Unione Europea e altri 19 paesi; per il comunicato finale si veda <http://www.consilium.europa.eu/it/meetings/international-summit/2016/09/4-5/>.

⁹ Le reti produttive o "catene del valore" globali contribuiscono ormai all'80 per cento delle esportazioni mondiali, cfr. Unctad (2013), *World Investment Report*.

¹⁰ <http://www.mofa.go.jp/files/000185874.pdf>

¹¹ *Reports on G20 Trade Measures, Mid May-Mid October 2016*, Omc, Ocse, Unctad, 10 novembre 2016.

Grafico 1.14 - Numero cumulato di misure di restrizione e di liberalizzazione degli scambi, adottate dai paesi del G20 a partire dal 2008⁽¹⁾



⁽¹⁾ Misure di difesa commerciale, tariffe import, procedure doganali, restrizioni quantitative, tasse export, requisiti di localizzazione

Fonte: elaborazioni Ice su dati del segretariato dell'Omc (Trade Monitoring Data Base)

1.2.1 L'accesso ai mercati internazionali: dazi e misure non tariffarie sugli scambi di merci

Una visione semplicistica del commercio internazionale porterebbe a ritenere che ogni paese esporti verso gli altri beni finali destinati al consumo mentre, nella realtà odierna, questo tipo di scambi rappresenta appena un quinto del totale.¹² La maggior parte del commercio internazionale avviene infatti tra imprese che acquistano beni intermedi e beni strumentali, che – insieme ai servizi – entrano come input nei processi produttivi.¹³

Il grafico 1.15 riporta l'andamento dei dazi medi (effettivi¹⁴) applicati alle importazioni di merci, classificate in base alla destinazione economica, e mostra le differenze nel livello di protezione per le diverse categorie di beni: le materie prime e i beni di consumo sono infatti soggetti, in media, a una tariffazione quasi doppia (intorno all'8 per cento) rispetto ai prodotti intermedi e ai beni strumentali.

Per quanto l'ultimo aggiornamento disponibile di questi dati sia al 2015 e non consenta, quindi, di mostrare le tendenze più recenti, sembra manifestarsi nuovamente una tendenza al rialzo

¹² Oecd (2015) *Trade Policy Implications of Global Value Chains*, Oecd Trade Policy Note.

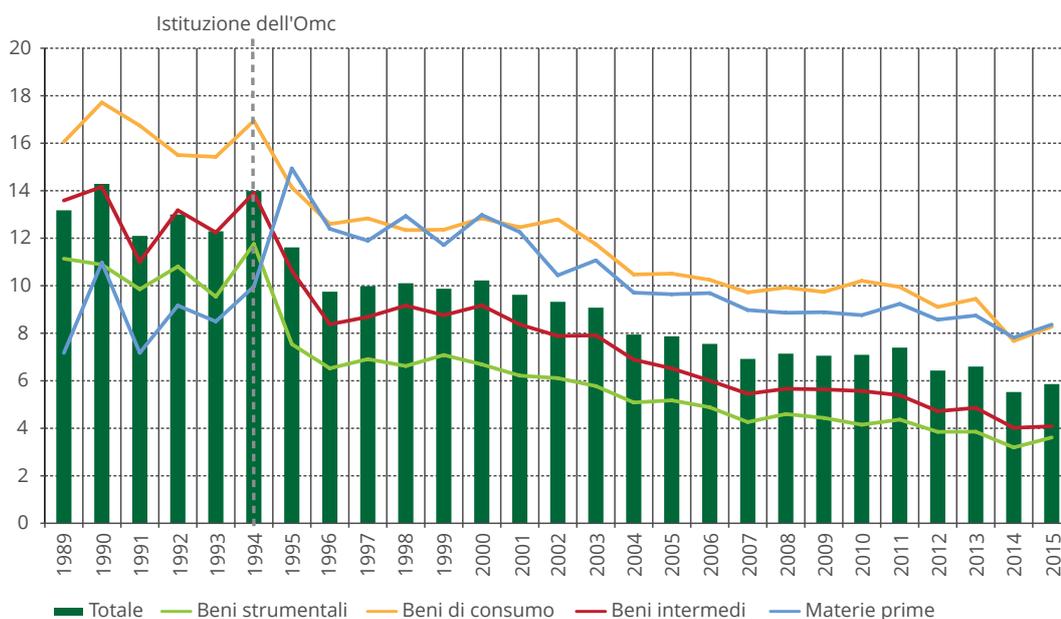
¹³ Si veda in questo Rapporto l'approfondimento *Gli scambi internazionali di beni intermedi*.

¹⁴ Le tariffe doganali sono di tre tipi: le tariffe consolidate sono le massime applicabili, stabilite dai paesi membri dell'Omc in sede negoziale e non necessariamente sono quelle effettivamente applicate; le tariffe Mfn (*Most Favoured Nation*), in base alla clausola della nazione più favorita contenuta nel General Agreement on Tariffs and Trade (Gatt), sono le tariffe applicate alle importazioni dai paesi membri dell'Omc, in assenza di un regime preferenziale; le tariffe preferenziali sono quelle accordate nell'ambito di un accordo di liberalizzazione commerciale, pari a zero o comunque inferiori alle tariffe Mfn. Le tariffe "effettivamente applicate" riportate nei grafici elaborati con i dati Wits (Banca Mondiale) sono calcolate sui dazi più bassi applicabili ai prodotti considerati, includendo quindi anche le tariffe preferenziali. Per ulteriori approfondimenti si veda: http://wits.worldbank.org/WITS/wits/WITSHelp/Content/Data_Retrieval/P/Intro/C2.Types_of_Tariffs.htm

dei dazi doganali per tutti i gruppi di prodotti, con l'eccezione dei beni intermedi. Le tariffe più elevate riguardano i prodotti alimentari (12,8 per cento, con un considerevole rialzo rispetto all'anno precedente), i prodotti agricoli (11,3 per cento) e la voce "animali e prodotti di origine animale" (10,3 per cento). Un maggior grado di protezione si osserva, inoltre, per le importazioni di macchinari e di apparecchiature elettriche, i prodotti chimici e, tra i beni di consumo, per le calzature (grafico 1.16).

Grafico 1.15 - Dazi effettivamente applicati, per gruppi di prodotti

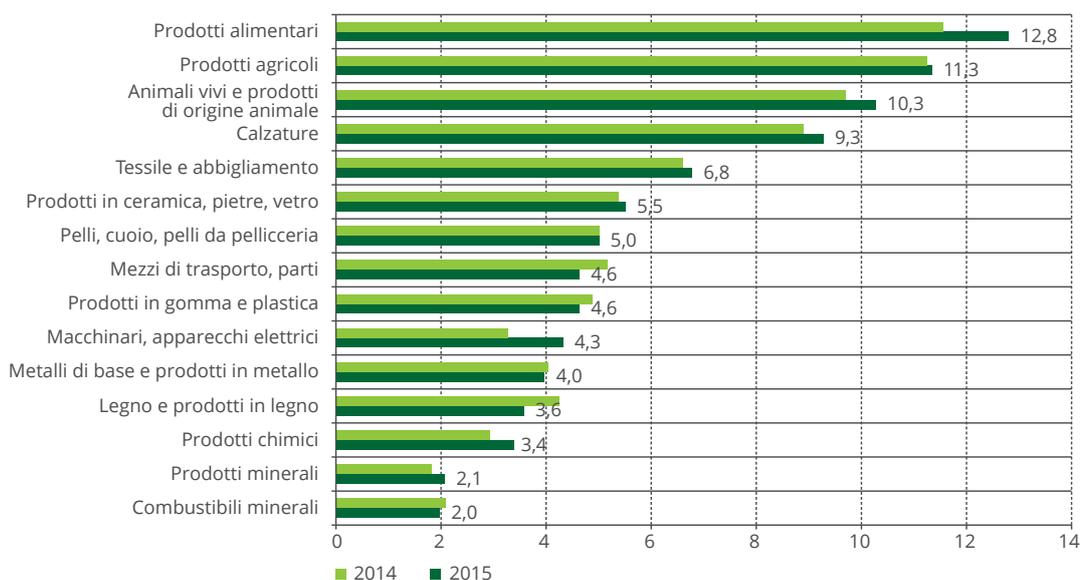
Medie aritmetiche semplici delle aliquote percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca Mondiale (Wits)

Grafico 1.16 - Dazi effettivamente applicati, per settori

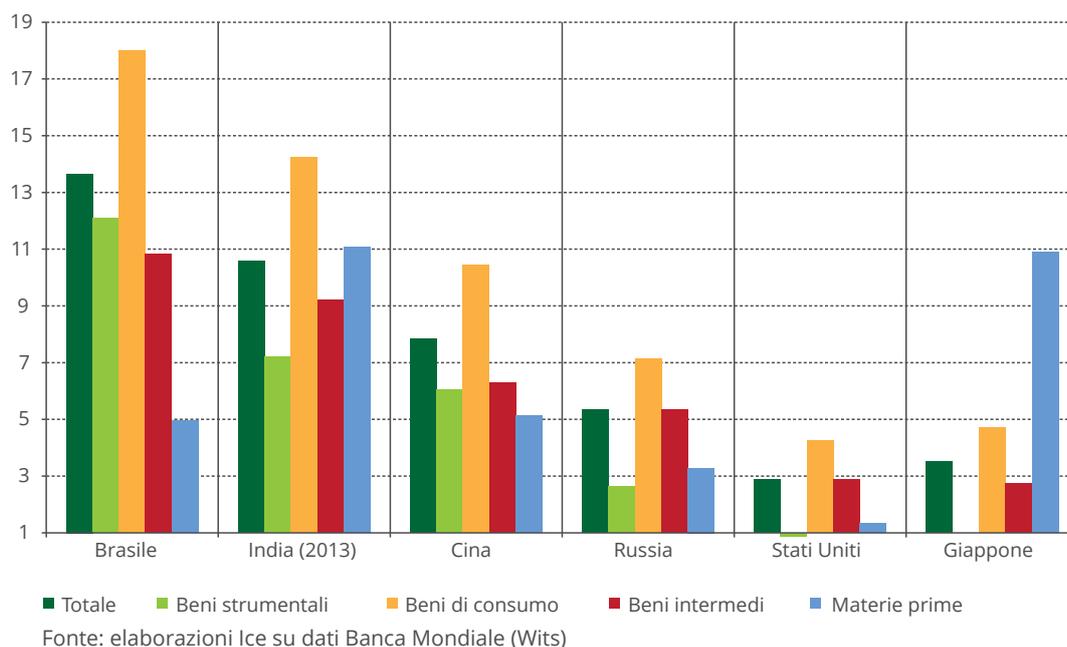
Medie aritmetiche semplici delle aliquote percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca Mondiale (Wits)

Dal punto di vista geografico, i dazi sono più elevati nei paesi emergenti, soprattutto in Brasile e India, mentre il Giappone e gli Stati Uniti presentano un grado di protezione molto più contenuto (grafico 1.17).¹⁵ Le tariffe applicate nel gruppo di paesi Bric¹⁶ sono più elevate rispetto ai paesi avanzati anche con riguardo ai beni intermedi, nonostante la loro ampia partecipazione alle reti produttive internazionali. Tuttavia, misurando la propensione a proteggere le importazioni di parti e componenti attraverso il rapporto tra i dazi applicati sui beni intermedi e i dazi totali, questa risulta superiore negli Stati Uniti e in Russia.

Grafico 1.17- Dazi effettivamente applicati, per paesi e gruppi di prodotti, anno 2015
Medie aritmetiche semplici delle aliquote percentuali



Oltre alle barriere tariffarie, esiste un'ampia gamma di misure non tariffarie (Mnt) che possono limitare fortemente gli scambi commerciali, con effetti molto difficili da valutare per via della loro complessità e scarsa trasparenza. In parte si tratta di strumenti di politica commerciale (quote, sussidi, misure di salvaguardia, restrizioni alle esportazioni) e in parte di normative che, pur perseguendo fini del tutto legittimi, possono celare intenti protezionistici, come gli standard tecnici e le norme sanitarie e fitosanitarie. Rientrano fra queste misure anche le regole di origine, che servono a stabilire, in base a requisiti molto precisi, il tipo di dazio applicabile (Mfn o preferenziale), le quote tariffarie, le tariffe anti-dumping o le misure compensative; servono inoltre per l'etichettatura o il marchio di provenienza dei prodotti, e possono essere determinanti anche per la partecipazione alle gare di appalto internazionali. Appare quindi evidente che, in presenza di una frammentazione dei processi di produzione tra paesi diversi, queste norme possono incidere molto negativamente sul funzionamento delle reti produttive internazionali.

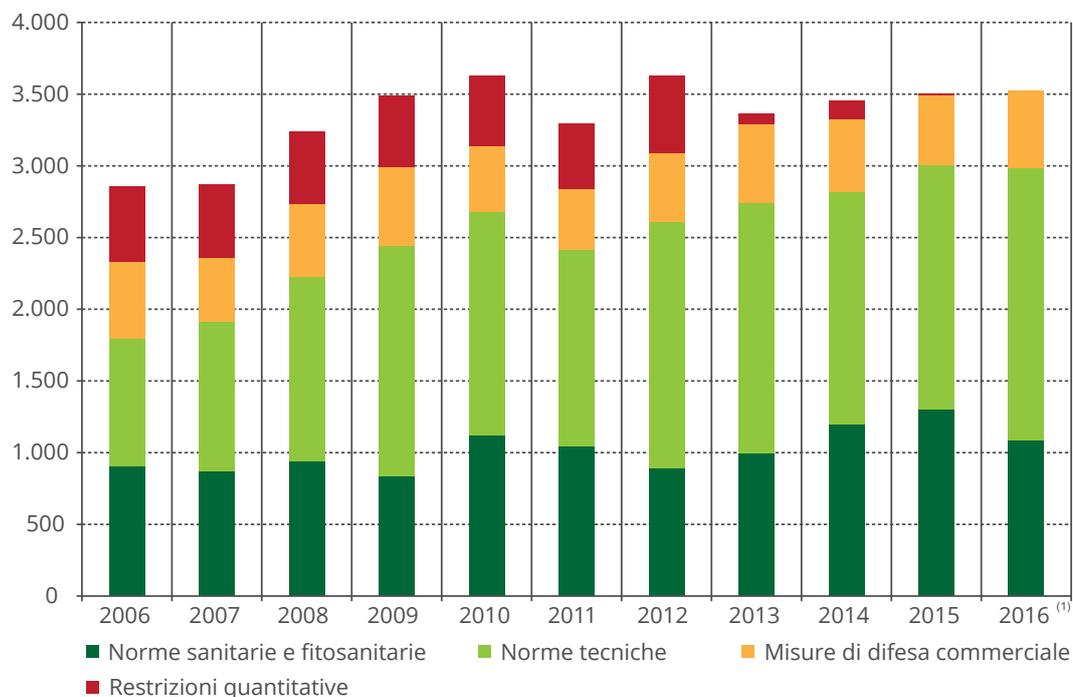
¹⁵ Con riguardo all'Unione Europea, i dazi medi sono pari al 4,8 per cento, con notevoli differenze tra i prodotti agricoli (10,9) e quelli non-agricoli (3,9); cfr. World Tariff Profiles 2016, p.81.

¹⁶ Brasile, Russia, India e Cina.

Tuttavia, mentre alcune Mnt sono oggetto di accordi multilaterali dell'Omc¹⁷ (procedure anti-dumping, clausole di salvaguardia, misure di compensazione, sussidi all'export, norme sanitarie e fitosanitarie, norme tecniche), che ne hanno regolamentato modalità di adozione e obblighi di trasparenza, per l'adozione delle regole di origine (non-preferenziali) non esiste a oggi una disciplina internazionale.¹⁸

Per mostrare l'andamento delle misure non tariffarie sono stati elaborati i dati raccolti dall'Omc in base alle notifiche effettuate dagli stati membri. Il grafico 1.18 riporta sia le misure introdotte ogni anno che quelle effettivamente in vigore. In base alle informazioni (preliminari) dell'Omc, nel 2016 le regolamentazioni tecniche sono aumentate dell'11,7 per cento (salendo a 1.898), mentre le norme sanitarie e fitosanitarie sono diminuite del 16,7 per cento (1.087).¹⁹ Sono state poi adottate 541 misure di difesa commerciale, con un aumento dell'11 per cento circa rispetto al 2015 e, con riguardo alle restrizioni quantitative, nel 2016 non sono state effettuate nuove notifiche.

Grafico 1.18- Misure non tariffarie notificate all'Omc
Numero di misure introdotte nell'anno e in vigore



⁽¹⁾Dati preliminari e aggiornati a maggio 2017.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc (I-Tip)

¹⁷ General Agreement on Tariffs and Trade (Gatt) per le procedure anti-dumping; Agreement on Subsidies and Countervailing Measures per i sussidi all'export e le misure di compensazione; Agreement on Safeguards per le clausole di salvaguardia; Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures (Sps Agreement) per le norme sanitarie e fitosanitarie; Agreement on Technical Barriers to Trade per le norme tecniche. Sul numero di notifiche si veda l'*Integrated Trade Intelligence Portal* (I-Tip), accessibile da <http://i-tip.wto.org>.

¹⁸ Queste regole possono essere inserite negli accordi commerciali preferenziali e sono potenzialmente in grado di esercitare effetti distorsivi sui flussi di scambio. Per esempio, nell'ambito degli accordi preferenziali, l'adozione di regole di origine restrittive sugli scambi di beni intermedi può ridurre (o anche vanificare) i vantaggi che derivano dall'appartenere a un'area integrata. Per approfondire si veda: https://www.wto.org/english/news_e/news16_e/roi_22sep16_e.htm.

¹⁹ I dati riportati sulle misure notificate all'Omc sono preliminari e aggiornati al 15 maggio 2017.

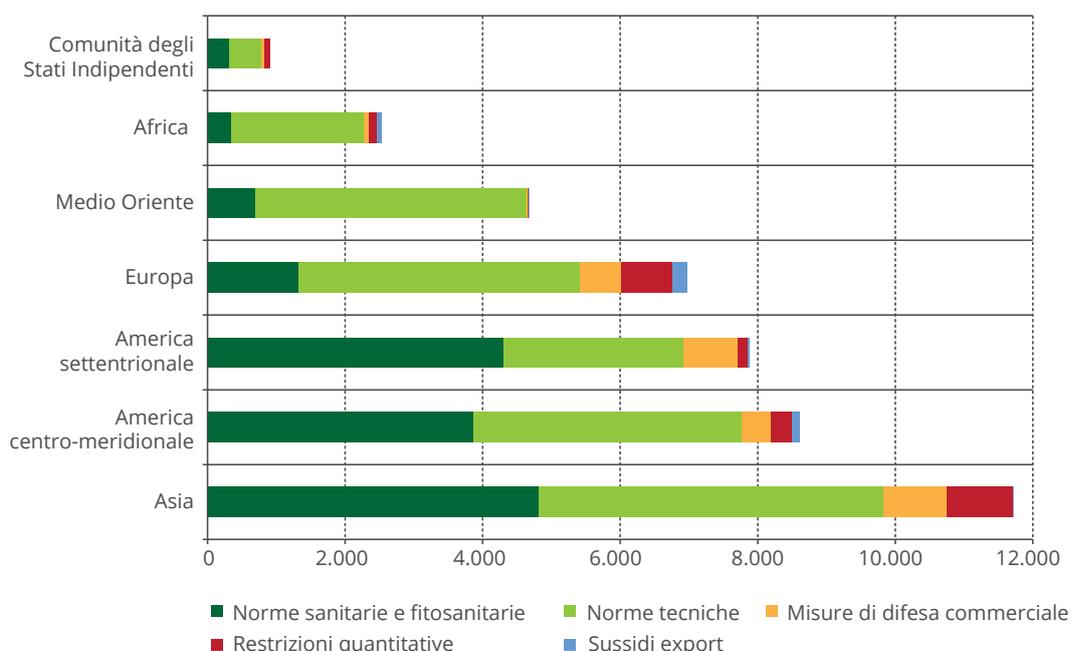
Insieme al numero di misure adottate, va tuttavia considerato anche il dato relativo alla loro consistenza poiché, nonostante gli impegni assunti dai governi, spesso le Mnt non vengono più rimosse. Analizzando i dati cumulati, a fine 2016 il numero delle normative tecniche è salito complessivamente a quasi 22.000 (di cui sono in vigore solo 2.492), seguite dalle misure sanitarie e fitosanitarie (15.670, di cui 3.380 in vigore). Per contro, le misure di difesa commerciale notificate all'Omc sono molto meno numerose (3.011), ma l'80 per cento risulta effettivamente in vigore (2.396). Inoltre, sono tuttora vigenti molte restrizioni quantitative (2.382), a cui si aggiungono 429 misure di sussidio all'esportazione.

Sempre considerando i dati di *stock*, la distribuzione geografica delle misure non tariffarie mostra una particolare concentrazione nei paesi asiatici e in America centrale e meridionale (grafico 1.19), pur non implicando, automaticamente, che queste aree presentino una maggiore chiusura agli scambi, poiché il grado di restrizione che ne deriva può essere molto differente.

Passando ai diversi tipi di Mnt, si nota che i paesi asiatici hanno introdotto oltre 5.000 norme tecniche, di cui però solo il 10 per cento in vigore, seguiti dall' Europa (con 4.082, di cui 352 vigenti) e dal Medio Oriente (3.945, di cui appena il 2,5 per cento è in vigore). L'Asia presenta anche il maggior numero di norme sanitarie e fitosanitarie (4.813, con 831 in vigore), insieme al Nordamerica (4.310 e 754).

I paesi asiatici ricorrono ampiamente anche agli strumenti di difesa commerciale (con 725 misure in vigore, su un totale di 926), seguiti dal Nordamerica, e in particolare gli Stati Uniti, dove, su un totale di 788 è in vigore quasi il 90 per cento. Per l'applicazione delle restrizioni quantitative primeggiano invece oltre all'Asia i paesi europei (con, rispettivamente, 985 e 744 misure). I sussidi alle esportazioni (tutti effettivi) riguardano invece soprattutto i paesi europei e l'America centro-meridionale (con 214 e 110 misure notificate).

Grafico 1.19 - Stock di misure non tariffarie per area geografica, notificate all'Omc
Numero di misure introdotte e in vigore al 31 dicembre 2016



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc (I-Tip)

1.2.2 Le barriere al commercio di servizi

Insieme alle materie prime e ai beni intermedi, i servizi costituiscono input necessari alle imprese per produrre i beni finali e rappresentano, in media, il 30 per cento del valore aggiunto delle esportazioni.²⁰ Facilitare gli scambi internazionali di servizi contribuisce a incrementare la produttività e la competitività delle imprese che se ne avvalgono, con potenziali ricadute positive sulla crescita. Gli scambi internazionali di servizi sono spesso limitati da regolamentazioni e da procedure interne ai singoli paesi, che hanno per oggetto le diverse modalità di fornitura,²¹ con l'effetto di ostacolare l'accesso al mercato da parte di fornitori esteri: rientrano tra le barriere più comuni le licenze, il riconoscimento di qualificazioni professionali e una serie di limitazioni agli investimenti e al movimento internazionale delle persone.

Per misurare il grado di apertura dei vari paesi, l'Ocse calcola un indice di restrizione al commercio di servizi basato sulle regolamentazioni (Services Trade Restrictiveness Index, Stri, cfr. grafici 1.20-1.22).²² Come nel caso delle barriere tariffarie, il confronto tra paesi segnala che alcuni emergenti – in primo luogo Russia, Cina e Brasile – presentano un grado di restrizione molto più elevato rispetto all'Unione Europea e agli altri paesi dell'Ocse.

Considerando l'Ue, il grado di apertura diverge sostanzialmente tra i vari stati: difatti, se la Lettonia registra l'indice più basso tra tutti i paesi in graduatoria (0,13), Germania, Irlanda, Paesi Bassi, Danimarca e Regno Unito si collocano poco al di sopra (con un indice tra 0,18 e 0,19). Belgio, Polonia, Austria, Grecia presentano invece, nell'ordine, indici di restrizione superiori alla media (tra 0,26 e 0,28). Va comunque considerato che, in ciascun paese, il grado di apertura differisce considerevolmente tra i vari settori, per cui vi sono ampi margini di intervento anche quando il livello medio appare molto contenuto.

In generale, si riscontrano delle restrizioni soprattutto nel caso dei servizi alle imprese, delle comunicazioni e per il settore trasporti e logistica, mentre i servizi distributivi mostrano un indice relativamente basso. Considerando i singoli comparti, il trasporto aereo continua a essere tra quelli più protetti, con un indice medio pari a 0,42, raggiungendo livelli particolarmente elevati in alcuni paesi, e specialmente nei Brics (0,51). Tra le principali restrizioni del comparto rientrano le limitazioni poste alle partecipazioni azionarie estere e altre barriere di tipo concorrenziale, per esempio nell'assegnazione degli *slots*.

Seguono, nell'ordine, i servizi legali (con un indice pari a 0,37) e i servizi contabili (0,32), dove pesano in particolare le limitazioni legate al movimento internazionale delle persone, le norme restrittive sulla validità delle qualificazioni professionali o sul conferimento di licenze e altri ostacoli riguardanti l'insediamento di società estere.

Per contro, i servizi di distribuzione presentano un indice di restrizione molto basso (0,19), grazie all'elevata apertura di alcuni paesi (Lettonia e Corea del Sud, ma anche Germania, Repubblica Ceca e Turchia). Altre economie sono molto più chiuse, specie quelle di alcuni paesi emergenti (l'Indonesia, con 0,63 o l'India con 0,41) o l'Islanda (0,35); la Cina mostra per contro un'apertura maggiore. Le misure restrittive riguardano, tipicamente, le modalità di conferimento delle licenze o vincoli alla partecipazione azionaria di investitori esteri.

²⁰ Si veda Nordas H.K. e Rouzet D. (2015), *The impact of Services Trade Restrictiveness on Trade Flows-First Estimates*, Oecd Trade Policy Papers n.178

²¹ Le modalità di fornitura dei servizi sono: fornitura transfrontaliera (modalità 1); fruizione all'estero (modalità 2); presenza commerciale (modalità 3); movimento di persone fisiche (modalità 4); cfr. l'accordo multilaterale General Agreement on Trade in Services (Gats).

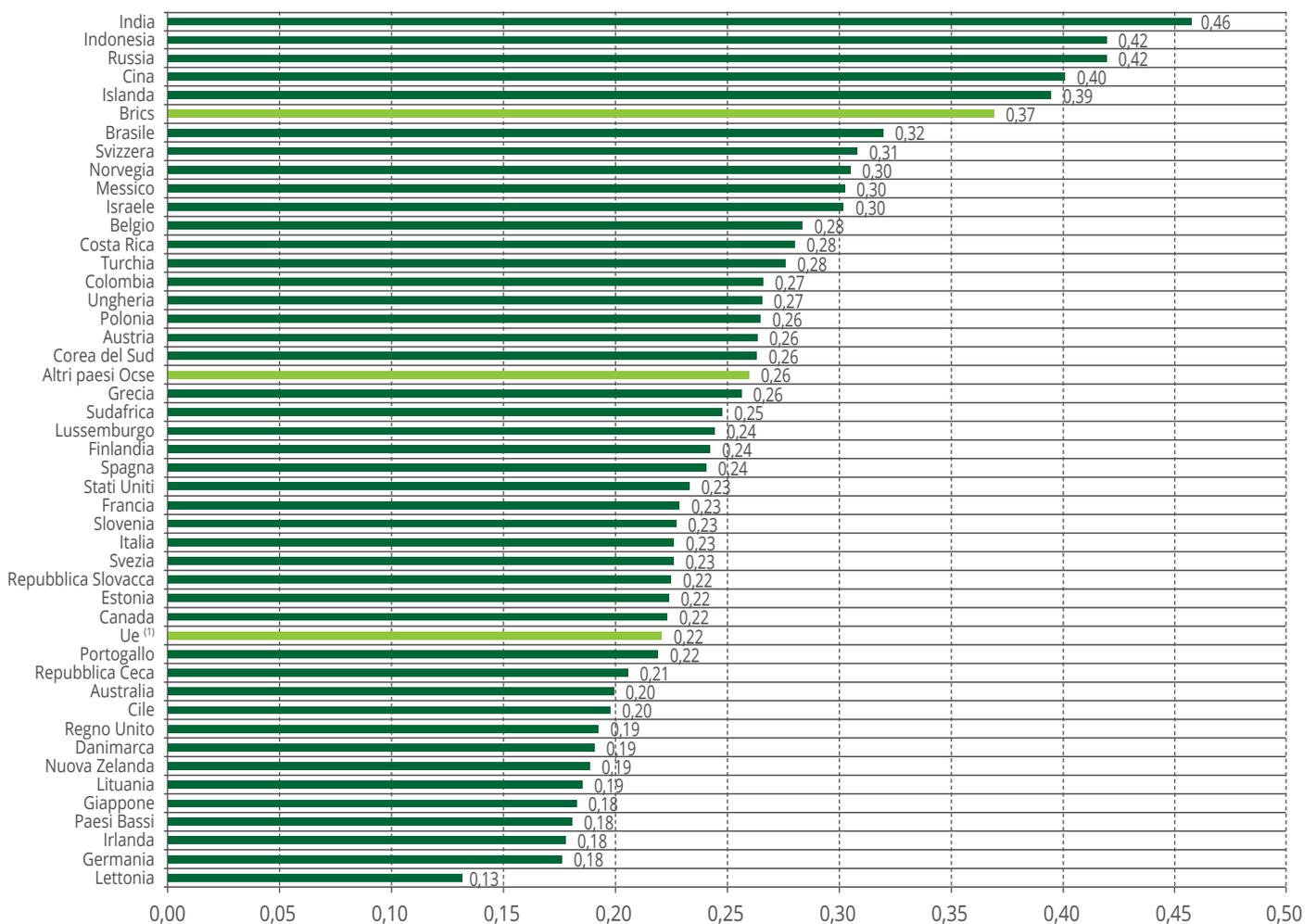
²² L'indice varia tra 0 e 1, dove 1 rappresenta il massimo grado di restrizione, e consente di analizzare il grado di apertura dei mercati Ocse e di alcuni paesi emergenti per 18 settori, coprendo circa l'80 per cento degli scambi mondiali di servizi. L'indice è calcolato su regolamentazioni e misure restrittive al commercio dei servizi in 40 paesi (34 paesi Ocse più Brasile, Cina, India, Indonesia, Russia e Sud Africa) e per 18 settori. Le restrizioni sono di cinque tipi: condizioni che limitano l'accesso al mercato, restrizioni sul movimento delle persone, altre misure discriminatorie, barriere di tipo concorrenziale e trasparenza delle normative. Va rilevato che sono escluse le normative contenute negli accordi preferenziali. Il Services Trade Restrictiveness Index è accessibile da: <http://www.oecd.org/trade/services-trade/services-trade-restrictiveness-index.htm>

Il trasporto aereo continua a presentare un indice più alto rispetto agli altri tipi di trasporto (0,42), con picchi elevati in paesi come Brasile e Russia (0,58 e 0,56), ma anche negli Stati Uniti e in Norvegia (0,54). All'opposto, il trasporto su strada presenta un grado di restrizione molto più basso (0,21) pur con delle rilevanti eccezioni, come nel caso del Costa Rica e dell'Indonesia (0,42 e 0,40), o dell'Islanda (0,41).

I servizi legati alle telecomunicazioni, uno dei settori cruciali per agevolare i processi di internazionalizzazione delle imprese, mostrano un indice di restrizione pari a 0,24, vicino alla media degli altri settori. Le barriere consistono principalmente in misure volte a limitare l'accesso al mercato di operatori esteri, in un comparto spesso caratterizzato da una consistente partecipazione pubblica. Anche in questo caso si registrano notevoli differenze, e i paesi emergenti mostrano un maggiore grado di protezione: tra i paesi considerati, l'Indonesia registra l'indice più elevato (0,53), seguita da India (0,49), Cina (0,44) e Russia (0,40).

Per i servizi informatici l'indice è pari in media a 0,23, con livelli più alti in Islanda (0,44), in Svizzera (0,35) e nelle grandi economie emergenti (Cina, Russia e India sono tra 0,31 e 0,34). Molte restrizioni in questo ambito riguardano il movimento internazionale di personale specializzato, per via della complementarità nelle modalità di fornitura 1 (fornitura transfrontaliera) e 4 (movimento di persone).

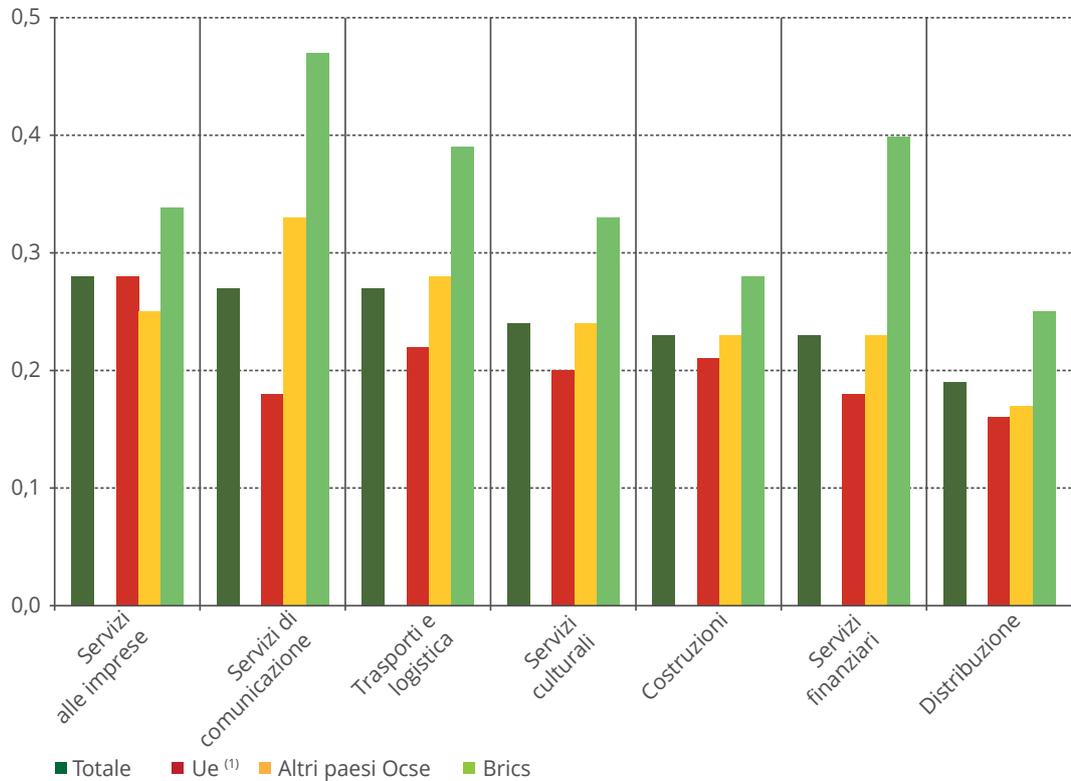
Grafico 1.20 - Indice di restrizione al commercio di servizi per paesi, anno 2016
Media aritmetica semplice



⁽¹⁾ Esclusi Bulgaria, Cipro, Croazia, Malta, Romaniaa

Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Stri)

Grafico 1.21 - Indice di restrizione al commercio di servizi per comparti e aree economiche, anno 2016

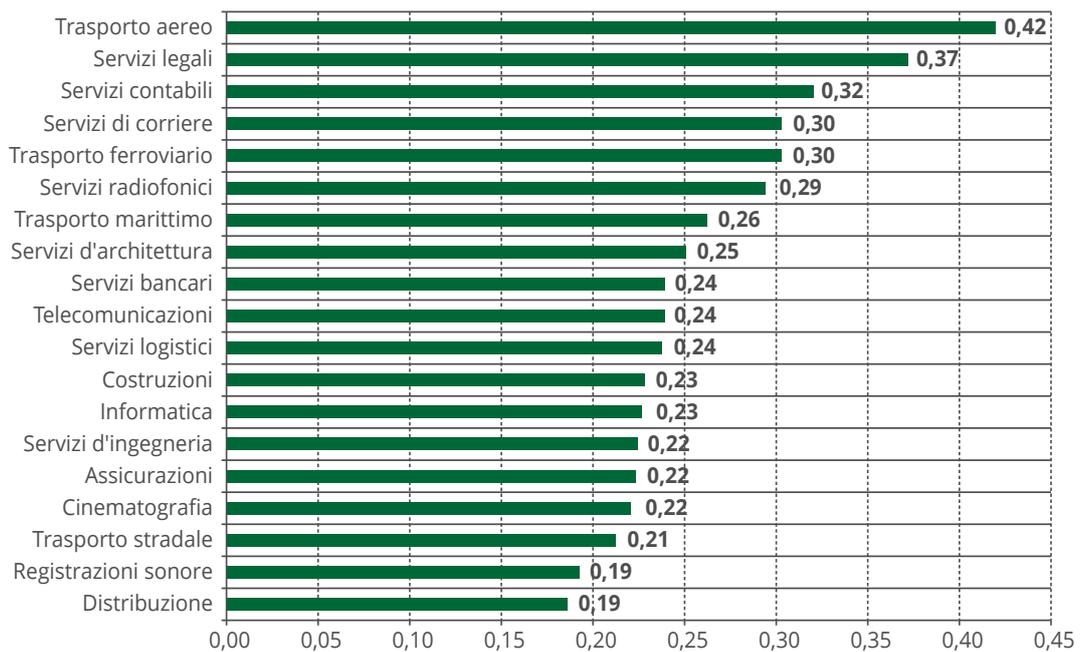


(1) Esclusi Bulgaria, Cipro, Croazia, Malta, Romania

Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Stri)

Grafico 1.22 - Indice di restrizione al commercio di servizi per settori, anno 2016

Media aritmetica semplice



Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Stri)



1.2.3 Le barriere agli investimenti diretti esteri

Le barriere agli investimenti diretti esteri sono spesso di tipo normativo e possono riguardare regolamentazioni nuove o un'applicazione più rigorosa di norme preesistenti, per esempio a causa di timori riguardanti la cessione di imprese appartenenti a settori considerati strategici o di interesse nazionale. Si tratta di ostacoli che possono rappresentare un forte disincentivo all'insediamento di imprese estere, anche in presenza di importanti fattori di attrazione, quali le dimensioni del mercato, la disponibilità di risorse umane qualificate o di risorse naturali, la dotazione di infrastrutture, la prossimità geografica e culturale.

Negli ultimi anni le misure adottate dai paesi nei confronti degli investimenti esteri sono state volte, tendenzialmente, alla loro liberalizzazione. Il ruolo positivo svolto dagli Ide nell'ambito delle reti produttive internazionali è ampiamente riconosciuto, mettendo in evidenza come la presenza di investimenti esteri generi *spillovers* positivi sulle imprese nazionali con riflessi benefici sulla produttività, sulla crescita occupazionale e sui flussi di conoscenza.

Nei paesi Ocse molte riforme sono state introdotte tra il 1970 e il 1980, spesso su base unilaterale, mentre l'Asia si è aperta soprattutto dopo il 1997.²³ Il confronto tra paesi mostra delle considerevoli differenze, come segnalato dal Foreign Direct Investment Restrictiveness Index dell'Ocse (Fdi Index)²⁴, un indice che si propone di misurare, per 22 settori e per 59 paesi, il grado di restrizione delle regole sugli investimenti esteri.

Gli indici sono, in media, decisamente più elevati nei settori primario e terziario (grafico 1.23), mentre, dal punto di vista geografico, è evidente la maggiore apertura dell'Unione Europea rispetto agli altri paesi Ocse e, ancora di più, nei confronti dei paesi non-Ocse che, peraltro, mostrano un aumento dell'indice rispetto al 2014.²⁵ A differenza di molte economie europee, che mostrano indici di restrizione particolarmente contenuti, le barriere agli investimenti esteri restano elevate in molti paesi emergenti – tra cui le Filippine, la Cina, il Myanmar o l'Indonesia – i quali presentano indici che variano tra 0,34 e 0,41 (grafico 1.24).

Le economie emergenti adottano spesso delle restrizioni alle quote di partecipazione estera, nella convinzione che la presenza di società a capitale misto faciliti il trasferimento di *know-how* e gli *spillovers* verso l'economia nazionale. Come per le restrizioni agli scambi di servizi, le differenze settoriali sono considerevoli, per cui esistono ampi margini di intervento anche nei paesi che mostrano un grado di apertura relativamente elevato (ad esempio, in molte economie Ocse permangono barriere particolarmente stringenti nei comparti dell'energia e dei trasporti).

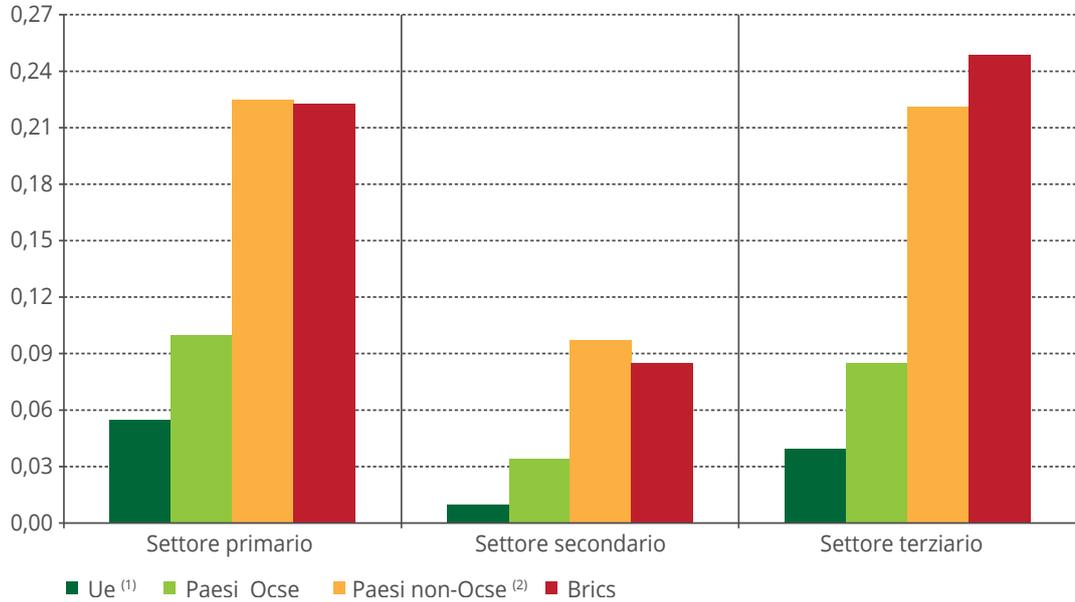
²³ Thomsen e Mistura (2017) *Is Investment protectionism on the rise?*, Oecd – Global Forum on International Investment.

²⁴ L'Fdi Regulatory Restrictiveness Index misura il grado di restrizione delle regolamentazioni presenti nei paesi su base discriminatoria, ovvero quando si applicano unicamente agli investitori stranieri. Le regolamentazioni si riferiscono, tra l'altro, a limitazioni poste alla partecipazione di capitali esteri, a meccanismi di autorizzazione discriminatori, a restrizioni per l'assunzione di personale estero, a restrizioni di altro genere riguardanti le affiliate estere, incluse per esempio le condizioni sul rimpatrio dei capitali. L'indice è dato dal valore medio dei punteggi attribuiti (1 segnala la presenza di restrizioni, 0 segnala l'assenza di restrizioni). Per approfondimenti si veda: <http://www.oecd.org/investment/fdiindex.htm>

²⁵ Si veda il Rapporto Ice *L'Italia nell'Economia Internazionale 2015-2016*.

Grafico 1.23 - Indice di restrizione agli investimenti diretti esteri, per comparti e aree, anno 2015.

Media aritmetica semplice

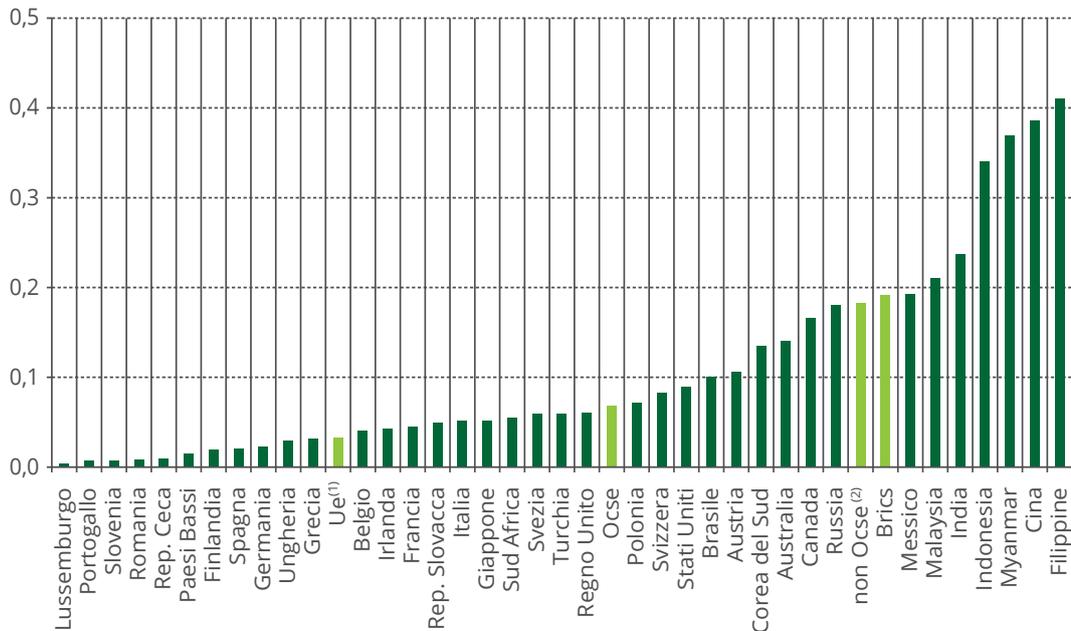


⁽¹⁾ Esclusi Bulgaria, Cipro, Croazia, Malta, Romaniaa.

⁽²⁾ Arabia Saudita, Colombia, Costa Rica, Egitto, Indonesia, Giordania, Kazakistan, Kirgizistan, Malaysia, Marocco, Mongolia, Myanmar, Perù, Filippine, Tunisia e Ucraina.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Fdi restrictiveness Index)

Grafico 1.24 - Indice di restrizione agli investimenti diretti esteri per paesi, anno 2015



⁽¹⁾ Esclusi Bulgaria, Cipro, Croazia, Malta, Romaniaa.

⁽²⁾ Arabia Saudita, Colombia, Costa Rica, Egitto, Indonesia, Giordania, Kazakistan, Kirgizistan, Malaysia, Marocco, Mongolia, Myanmar, Perù, Filippine, Tunisia e Ucraina.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Fdi restrictiveness Index)

1.2.4 Il processo di liberalizzazione degli scambi

Un importante passo avanti in tema di liberalizzazione degli scambi è dato dall'entrata in vigore dell'Accordo sulla facilitazione degli scambi di merci (Trade Facilitation Agreement, Tfa), il primo accordo multilaterale concluso dopo l'istituzione dell'Omc.²⁶ Ratificato da 119 stati,²⁷ il trattato riporta una serie di impegni volti a facilitare gli scambi di merci, snellire le procedure doganali, eliminare oneri burocratici, agevolare la trasparenza e la cooperazione tra le autorità doganali. La prima sezione contiene disposizioni volte ad accelerare la circolazione, lo svincolo e lo sdoganamento delle merci, mentre la seconda riporta delle disposizioni in materia di trattamento speciale e differenziato per i paesi meno avanzati, introducendo alcuni elementi di flessibilità per questi ultimi e prevedendo un programma di assistenza tecnica (Trade Facilitation Agreement Facility).

L'obiettivo è quello di dare maggiore impulso agli scambi riducendone i costi. Secondo l'Ocse, un'attuazione completa dell'accordo – comprendente cioè tutte le misure previste, comprese quelle non obbligatorie – comporterebbe per i paesi a reddito medio-alto una riduzione dei costi commerciali del 14,6 per cento (-11,8 per cento nel caso dei paesi Ocse), per quelli a reddito medio del 17,4 per cento, mentre per i paesi a basso reddito il risparmio sarebbe del 16,5 per cento.²⁸ Va tuttavia rilevato che, mentre le economie avanzate si sono impegnate a procedere all'attuazione immediata dell'accordo, i paesi emergenti applicheranno nell'immediato gli impegni elencati e notificati come categoria A²⁹, beneficiando di una fase di assistenza tecnica prima di attuare tutti gli altri impegni assunti.

Altri progressi sono attesi in vista dell'undicesima conferenza ministeriale che si terrà a Buenos Aires nel dicembre 2017, successiva alla conferenza di Nairobi che aveva sancito, nei fatti, la rinuncia implicita a cercare di concludere il *round* di Doha. In quell'occasione solo una parte degli stati membri – appartenenti al gruppo dei paesi emergenti – aveva affermato di voler portare a termine l'agenda del 2001 mentre altri paesi, in particolare Stati Uniti e Unione Europea, avevano sostenuto la necessità di un approccio negoziale diverso³⁰, volto a trattare alcuni temi in tavoli negoziali plurilaterali o nell'ambito di trattati preferenziali regionali, di ampia portata, in quanto sembra ormai poco probabile riuscire a procedere a livello multilaterale (ad esempio gli investimenti, la proprietà intellettuale, il commercio elettronico).

In sede Omc i vari comitati stanno lavorando per presentare delle proposte, ma i lavori si trovano ancora a uno stadio iniziale. I temi da affrontare sono, tra gli altri, l'accesso al mercato dei prodotti agricoli, in considerazione dell'elevato livello dei dazi e dei sussidi ancora in vigore (temi su cui il gruppo di Cairns³¹ è particolarmente attivo), la questione di come trovare una soluzione permanente sulle misure di sostegno pubblico all'agricoltura³², le misure per facilitare gli scambi

²⁶ Il Trattato sull'agevolazione degli scambi è entrato in vigore il 22 febbraio 2017 ed è considerato il principale risultato della conferenza ministeriale di Bali, svoltasi dal 3 al 6 dicembre 2013; cfr. documento Wto WT/MIN(13)/36 — WT/L/911.

²⁷ Cfr.: <http://www.tfafacility.org/ratifications>.

²⁸ Ocse, *Oecd Trade Facilitation Indicators: an overview of available tools*, settembre 2015.

²⁹ Per approfondire le notifiche si veda: <http://www.tfafacility.org/notifications>.

³⁰ Dichiarazione finale della Conferenza Ministeriale di Nairobi del 19 dicembre 2015, documento Omc WT/MIN(15)/DEC.

³¹ Il gruppo di Cairns è stato costituito nel 1986 e comprende i principali paesi esportatori di prodotti agricoli: Argentina, Australia, Bolivia, Brasile, Canada, Cile, Colombia, Costa Rica, Filippine, Guatemala, Indonesia, Malaysia, Nuova Zelanda, Paraguay, Sud Africa, Thailandia, Uruguay.

³² A Nairobi gli stati membri avevano nuovamente assunto l'impegno di individuare una soluzione definitiva prima della conferenza ministeriale del 2017, mantenendo la deroga temporanea che legittima alcune forme di sostegno al settore agricolo; in tal modo, gli stati che vi ricorrono, in primo luogo l'India, non contravengono ai limiti posti ai sussidi agricoli.

di servizi e gli investimenti esteri, l'adozione di regole internazionali per gli scambi digitali³³ e di norme più stringenti per il ricorso a misure di difesa commerciale.

Per quel che concerne i negoziati plurilaterali non vi sono state molte novità, benché questi ultimi sembrano ormai rappresentare una via alternativa al processo multilaterale (*open plurilateralism*), in grado di introdurre un maggiore coordinamento rispetto agli accordi bilaterali e regionali.

Nel 2016 è entrato in vigore il primo taglio tariffario previsto dal rinnovato Accordo sulle tecnologie dell'informazione (Information Technology Agreement, Ita II³⁴). Questo ha riguardato il 65 per cento delle linee tariffarie e i progressi sono stati conseguiti anche grazie anche al contributo della Cina, che a ottobre ha presentato la propria scheda di impegni. Qualche controversia è sorta invece con l'India, che non ha preso parte all'estensione dell'accordo e ha innalzato le tariffe relative ad alcune categorie di prodotti appartenenti al settore delle telecomunicazioni, sostenendo che queste sono comprese nell'elenco di prodotti allegato all'accordo originario. Per il 2019 è prevista l'eliminazione di oltre il 95 per cento dei dazi, con qualche coda che verrà azzerata entro il 2023. Va rilevato che la riduzione dei dazi si estende ai 164 paesi membri dell'Omc per via del principio della nazione più favorita. I vari paesi hanno inoltre assunto l'impegno di procedere con i negoziati per arrivare a eliminare anche le barriere non tariffarie (risultati dei test, dichiarazione di conformità dei fornitori, etichettatura elettronica) che si frappongono agli scambi di queste tecnologie.

Sono inoltre proseguiti i negoziati plurilaterali riguardanti la liberalizzazione degli scambi di servizi (Trade in Services Agreement, Tisa), giunto al suo 21° *round*, con un secondo scambio delle offerte relative all'apertura dei mercati, su base reciproca. L'accordo è sostenuto in particolare dagli Stati Uniti, dall'Ue e dall'Australia e partecipano ai negoziati 50 paesi (che rappresentano circa il 70 per cento degli scambi mondiali di servizi). L'intento è quello di andare oltre quanto disposto dall'accordo multilaterale Gats, pur assicurandone la compatibilità, e di prendere come riferimento i contenuti degli accordi preferenziali più ambiziosi.

Il trattato dovrebbe includere delle normative specifiche per il settore delle telecomunicazioni, i servizi finanziari e il commercio elettronico. Qualche problema si riscontra, ad esempio, sulla clausola della nazione più favorita (Mfn), dove alcuni membri vorrebbero che i benefici accordati in occasione di trattati bilaterali fossero estesi a tutti i membri del Tisa, al contrario di altri partecipanti. Approcci diversi sono emersi anche con riguardo ad alcune regolamentazioni e alla loro applicazione (standard tecnici, concessione di licenze, requisiti relativi alle qualificazioni), nonché in relazione al movimento internazionale delle persone (la modalità 4 della fornitura dei servizi), dove si evidenziano le consuete problematiche legate alla liberalizzazione degli scambi e alle politiche sull'immigrazione.³⁵

L'altro negoziato plurilaterale, in corso, è l'Environmental Goods Agreement (Ega). Avviato nel luglio 2014 con la partecipazione di 46 membri Omc, si propone di liberalizzare il commercio di beni nel settore ambientale, riducendo i dazi di oltre 600 linee tariffarie e per 2.000 prodotti. Finora vi sono stati 18 *rounds* di trattative ma, pur essendo stato fatto qualche progresso, che ha portato alla redazione di una bozza di accordo e a un'ipotesi di programma di lavoro sui servizi e sulle barriere non tariffarie, il negoziato non sembra prossimo a una conclusione.³⁶

³³ Si veda in questo Rapporto il riquadro *E-commerce: il quadro istituzionale dell'Omc e i negoziati internazionali*.

³⁴ L'accordo prevede l'eliminazione dei dazi doganali su una lista di 201 prodotti, inclusi alcuni dispositivi medici, i semiconduttori di nuova generazione, videogiochi, dispositivi satellitari. Ne fanno parte 53 paesi, che rappresentano il 90 per cento circa del commercio mondiale del settore.

³⁵ EC, *Report of the 21st Tisa negotiation round*, 2-10 novembre 2016.

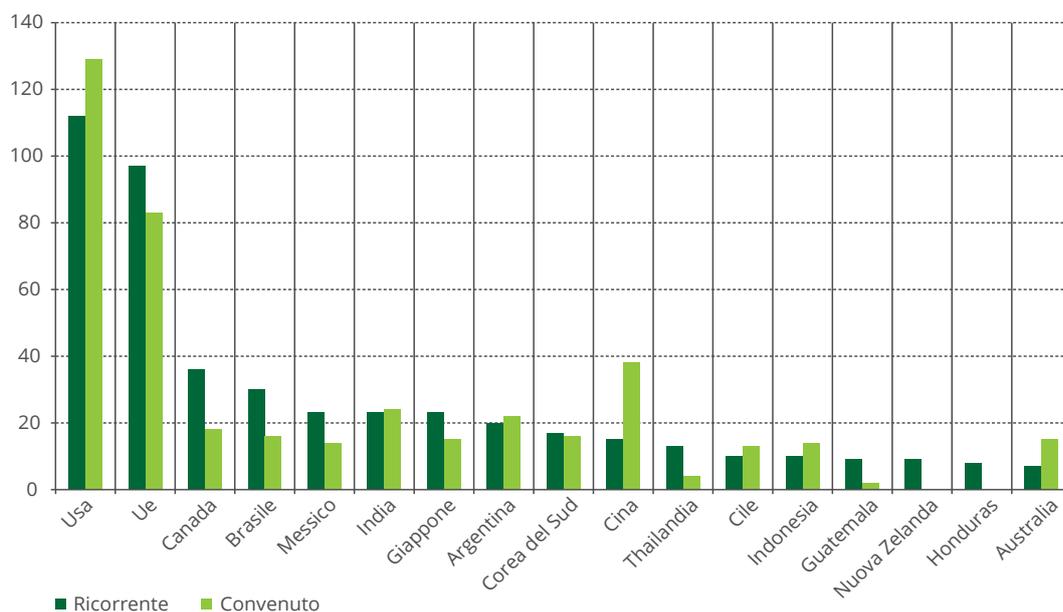
³⁶ EC, *Report from the 17th round of negotiations for an Environmental Goods Agreement (Ega)*.

1.2.5 Il ruolo dell'Omc nelle dispute commerciali

Gli stati membri dell'Omc hanno la possibilità di ricorrere a un sistema di risoluzione delle controversie, quando ritengono che altri membri abbiano agito in contrasto con quanto previsto negli accordi multilaterali. Il meccanismo, che dal 1995 si è occupato di più di 500 casi, è gestito da un organo di conciliazione, noto come Dispute Settlement Body (Dsb), dai panel di esperti nominati dal Dsb e da un organo di appello, noto come Appellate Body (Ab). Dopo aver espletato un tentativo di composizione informale, è prevista una procedura aggiudicativa tra paesi ricorrenti e convenuti, in cui anche i paesi terzi possono rappresentare i propri interessi. A ciò si aggiunge una successiva attività di panel, in cui gli stati membri possono contestare le misure adottate dai paesi per ottemperare alle conclusioni del Dsb (*compliance panel*).

Nel corso del 2016 e della prima metà del 2017, l'attività di risoluzione delle controversie ha riguardato 24 nuove richieste di consultazione, presentate al Dsb, di cui 13 avviate dai paesi emergenti.³⁷ Queste si aggiungono alle 25 controversie in corso davanti all'organo di appello, al panel di esperti, o che sono oggetto di decisione arbitrare. Stati Uniti e Unione Europea sono da sempre i principali protagonisti delle controversie commerciali, sia come parte ricorrente che come convenuti, e le dispute all'Omc spesso tentano di conciliare le contrapposizioni che emergono tra paesi avanzati ed emergenti. Recentemente è stata spesso chiamata in causa anche la Cina, mentre tra i ricorrenti predominano Brasile, Messico e India (grafico 1.25).

Grafico 1.25 - Controversie commerciali presentate all'Omc, per principali paesi, dal 1995 al 2016



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Con riguardo agli accordi più frequentemente interessati dalle dispute, tra il 1995 e il 2016 le richieste di consultazioni hanno riguardato in massima parte il trattato Gatt (414 volte), seguito dal trattato sulle misure antidumping (117) e da quello sulle misure di salvaguardia e compensazione (111).³⁸ Per citare qualche esempio, richieste di consultazione sono state avanzate dagli

³⁷ Per approfondire si veda https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/dispu_status_e.htm

³⁸ Wto (2017) *Annual Report*.

Stati Uniti e dall'Unione Europea nei confronti della Cina con riguardo alle tasse applicate sulle esportazioni di alcune materie prime (richiesta presentata nel luglio 2016), per i contingenti tariffari applicati a una serie di prodotti agricoli (dicembre 2016) o per la concessione di sussidi ai produttori di alluminio (gennaio 2017). Viceversa, la Cina ha contestato agli Stati Uniti il metodo di calcolo adottato per verificare i prezzi di mercato e adottare misure di difesa commerciale. Sullo stesso punto la Cina ha avanzato una richiesta di consultazione anche nei confronti dell'Unione Europea.

La Federazione Russa ha contestato invece i criteri applicati dall'Unione Europea per calcolare i prezzi di riferimento di alcuni prodotti in acciaio, in un'ottica di difesa commerciale (gennaio 2017) e, sempre con riguardo ai prodotti in acciaio, il Brasile ha presentato una richiesta di consultazioni agli Stati Uniti riguardante l'applicazione di misure di compensazione ai prodotti brasiliani importati (novembre 2016).

1.2.6 Gli accordi commerciali preferenziali

Gli accordi commerciali preferenziali, regionali e bilaterali, proliferati negli ultimi 30 anni, possono accentuare il peso degli scambi intra-area (tra i paesi che ne fanno parte) a scapito di quelli extra-area, per il fatto che le barriere commerciali vengono ridotte (o azzerate) tra i paesi firmatari, ma sono mantenute nei confronti di partner commerciali esterni. Ne può derivare un effetto di "introversione commerciale" più o meno accentuato che, se eccessivo, rischia di essere controproducente, qualora gli scambi abbiano luogo con imprese meno efficienti in sostituzione di altre localizzate all'esterno dell'area (cosiddetto effetto di "diversione del commercio internazionale"). Si tratta, peraltro, di un tema molto attuale per via del ruolo svolto dalle reti produttive internazionali e della conseguente attivazione di scambi con fornitori o con affiliate estere, anche al di fuori delle aree preferenziali in cui si trovano le imprese.

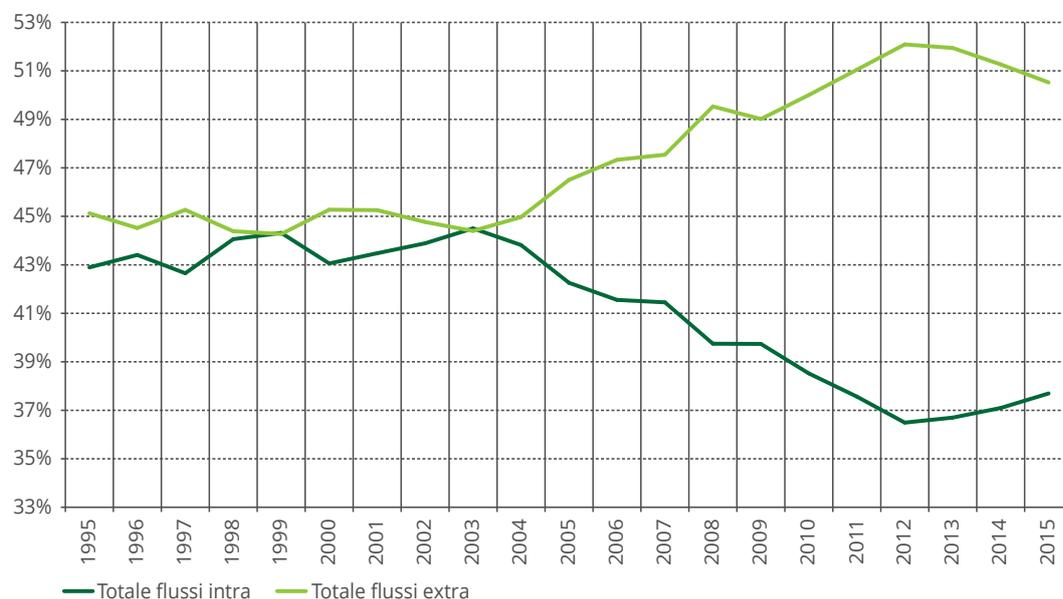
Per analizzare questi andamenti, il grafico 1.26 mostra, in primo luogo, l'incidenza dei flussi intra- ed extra-area sul commercio mondiale, con riferimento a sedici accordi preferenziali³⁹ che corrispondono a una quota molto ampia degli scambi mondiali (circa il 90 per cento dei flussi di merci). Si tratta di accordi conclusi a livello regionale, ad eccezione dell'Asean (Associazione delle Nazioni del Sud-est asiatico) che comprende anche i trattati bilaterali stipulati con Cina, Giappone e Corea del Sud (denominato in seguito Asean+3), per via della loro importanza per il commercio mondiale.

Come si può osservare nel grafico, il peso degli scambi esterni alle aree economicamente integrate è stato, per molto tempo, sostanzialmente analogo a quello dei flussi intra-area, con una tendenza di questi ultimi ad aumentare durante i periodi di crisi internazionale. Tuttavia, dopo il 2003, il divario è progressivamente aumentato e la quota del commercio extra-area ha raggiunto nel 2012 il suo livello massimo (52 per cento, a fronte di una quota degli scambi intra-area pari al 35,5 per cento). Ha contribuito a tale andamento il peso crescente della Cina sugli scambi mondiali e la sempre più ampia rete di accordi preferenziali bilaterali conclusi tra paesi e regioni, anche distanti dal punto di vista geografico. Ma, mentre durante la crisi del 2008-2009 si è verificata soltanto una breve interruzione del trend discendente, appare evidente l'inversione di tendenza degli ultimi anni, per cui il peso dei flussi intra-area è salito al 37,7 per cento nel 2015 (ultimo anno disponibile).

³⁹ Sono stati inclusi 16 accordi preferenziali, selezionati in modo da non includere per più di una volta i singoli paesi: Amu, Asean, Can, Cacm, Caricom, Cefta, Cis, Ecowas, Eccas, Efta, Gcc, Mercosur, Nafta, Sadc, Safta, UE (a 28); nel caso dell'Asean si fa riferimento all'accordo di libero scambio Afta e si includono anche le aree di libero scambio con Giappone, Cina e Corea del Sud. Si veda anche il Rapporto Ice 2015-2016, *L'Italia nell'Economia Internazionale*, pp. 81-85.

Grafico 1.26 - Peso dei flussi intra- ed extra-area sul commercio mondiale per 16 accordi preferenziali⁽¹⁾

Valori percentuali



⁽¹⁾ Amu, Asean, Can, Cacm, Caricom, Cefta, Cis, Ecowas, Eccas, Efta, Gcc, Mercosur, Nafta, Sadc, Safta, Ue28; l'accordo Asean include le aree di libero scambio Asean-Giappone, Asean-Cina e Asean-Corea del Sud

Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Al fine di analizzare quali accordi preferenziali sono caratterizzati da un maggiore grado di apertura (o di chiusura), per ognuna delle sedici aree di integrazione economica è stato calcolato un indice di introversione commerciale regionale⁴⁰ che misura l'orientamento a concentrare gli scambi commerciali all'interno o all'esterno dei rispettivi accordi, indicando l'intensità dei processi di integrazione (grafico 1.27).

Come si può osservare, l'indice di introversione è aumentato nel caso di alcune aree preferenziali e, in particolare, nel caso del Consiglio per la cooperazione nel Golfo (Gcc, passato nel periodo 2012-2015 da 0,26 a 0,59), dell'Accordo di libero scambio dell'Asia del sud (Safta, da 0,27 a 0,40) e per l'Unione del Maghreb arabo (Amu, salito a 0,72). Per l'Unione Europea, nello stesso

⁴⁰ In analogia con l'indice di Balassa, l'indice di introversione commerciale misura le preferenze rivelate dei partner commerciali di una particolare regione, che sono determinate - oltre che dal reddito o dall'andamento dei prezzi relativi - da una serie di altri fattori, quali la vicinanza geografica, culturale, le politiche commerciali e la maggiore o minore frammentazione dei processi produttivi all'interno (o all'esterno) delle aree. L'indice ha la caratteristica di variare tra uno e meno uno e di aumentare (diminuire) se l'intensità degli scambi intra-area aumenta più (meno) rapidamente di quella del commercio extra-area. Esso è calcolato a partire dal rapporto tra la quota di commercio intra-area di ogni accordo preferenziale e la quota dell'area sugli scambi effettuati con il resto del mondo, in base alla formula:

$$S_j = (H_i - HE_i)/(H_i + HE_i)$$

$$-1 \leq S_j \leq 1$$

dove:

$$H_i = S_i/V_i = (t_{ii}/t_i)/(t_{ri}/t_r)$$

$$HE_i = (1 - S_i)/(1 - V_i)$$

t_{ii} = commercio intra-regionale della regione i ;

t_i = commercio totale della regione i ;

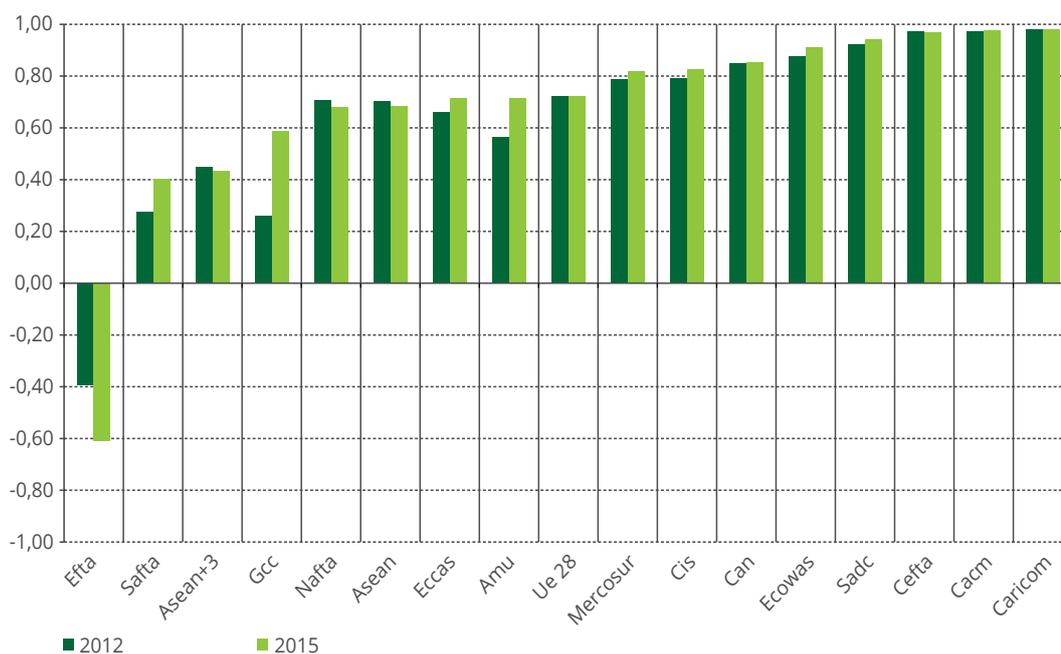
t_{ri} = commercio extra-regionale della regione i ;

t_r = commercio totale del resto del mondo.

Si veda Iapadre P.L. e Plummer M. (2011), *Statistical Measures of Regional Trade Integration*, in "The Regional Integration Manual: Quantitative and Qualitative Methods", a cura di P. De Lombaerde, R. Flores, P.L. Iapadre e M. Schulz, Abingdon, Routledge.

periodo, il grado di introversione è rimasto sostanzialmente invariato (0,72), come si vedrà più in dettaglio nel paragrafo 1.3, mentre l'Accordo nordamericano per il libero scambio (Nafta) mostra segnali di maggiore apertura (con un indice passato da 0,71 a 0,68). L'Associazione europea di libero scambio (Efta) continua infine a rappresentare un caso unico, presentando un indicatore fortemente negativo (da -0,39 a -0,61), a conferma della debole integrazione commerciale tra i paesi che ne fanno ancora parte (Svizzera, Norvegia e Islanda) ma, soprattutto, dell'intensificarsi dei legami con altri partner commerciali, in primo luogo l'Unione Europea.

Grafico 1.27 - Indici di introversione commerciale regionale per le principali aree di integrazione economica



Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Se l'andamento degli indici di intensità degli scambi tende a indicare una maggiore regionalizzazione, dal 2009 il numero di nuovi accordi appare in rallentamento, attenuando le preoccupazioni riguardanti la proliferazione dei trattati preferenziali e il loro impatto sulla regolamentazione degli scambi. Il loro rischio è infatti quello di generare un'eccessiva frammentazione normativa tra i diversi regimi, che danneggia le imprese operanti in mercati sempre più complessi e interconnessi. Si pensi, solo per fare un esempio, alle diverse regole di origine che possono agire da freno agli scambi commerciali e ostacolare il funzionamento delle catene globali del valore.

Peraltro, il rallentamento nella stipula di trattati preferenziali è attribuibile in parte alla complessità dei negoziati "di nuova generazione", che richiedono tempi più lunghi perché riguardano, tra l'altro, normative sulla liberalizzazione degli investimenti, sui diritti di proprietà intellettuale, sulla concorrenza, sugli appalti pubblici.

In base alle notifiche pervenute all'Omc, sono attualmente in vigore 304 accordi commerciali preferenziali⁴¹ (grafico 1.28), prevalentemente accordi di libero scambio, aventi per oggetto sia gli scambi di beni che di servizi. Nel 2016 e nei primi mesi del 2017 sono entrati in vigore dieci nuovi trattati preferenziali (cfr. tavola 1.11) che, a differenza degli anni passati, hanno riguardato

in larga parte unicamente la liberalizzazione degli scambi di merci: si tratta, in particolare, dei tre accordi di libero scambio stipulati dall'Ue con vari paesi africani e dell'accordo concluso tra la Turchia e la Moldavia.

Altri 34 accordi sono in fase di negoziazione: l'Unione Europea partecipa a 14 trattative bilaterali⁴² e l'Efta è coinvolta in trattative commerciali con l'India, con l'Indonesia, con il Vietnam e con Russia, Bielorussia e Kazakistan. Anche il Canada è tra i principali protagonisti degli accordi preferenziali, avendo in corso quattro negoziati (con Singapore, con la Repubblica Dominicana, con il Caricom e con Guatemala, Honduras, Nicaragua, El Salvador).

Con riguardo ai negoziati transregionali, noti all'opinione pubblica per via della loro ampia portata tematica e geografica, l'accordo sul Partenariato Trans-Pacifico (*Trans-Pacific Partnership*, Tpp⁴³), firmato nel febbraio 2016, si trova in una fase di stallo a seguito del recente ritiro degli Stati Uniti. L'amministrazione statunitense ha infatti dichiarato di ritenere preferibile perseguire nell'area asiatica una politica di accordi bilaterali piuttosto che un negoziato regionale, nonostante il rischio di una maggiore frammentazione dei mercati e degli ostacoli per l'operatività delle reti produttive internazionali, e benché l'accordo fosse considerato uno strumento di bilanciamento nei confronti della Cina. In questo contesto gli altri paesi (Tpp-11) sembrano voler procedere per attuare quanto concordato nel corso dei *round* negoziali, eventualmente ampliando il numero di partecipanti, forse alla stessa Cina.

In generale, il nuovo corso della politica commerciale statunitense fa sorgere molti interrogativi circa i suoi sviluppi futuri e da più parti si teme un'impennata protezionistica, con il rischio di un impatto negativo sulla ripresa economica mondiale, anche perché i suoi partner commerciali potrebbero decidere di rispondere con azioni di ritorsione. In concreto, il Presidente degli Stati Uniti ha emesso a fine aprile un ordine esecutivo, volto a rivedere la politica sul commercio e sugli investimenti esteri, disponendo che ogni accordo commerciale debba essere rivalutato in ordine ai suoi effetti sulla crescita economica, sul deficit commerciale, sul rafforzamento della base manifatturiera statunitense e dell'occupazione, e sul fatto di comportare eventuali violazioni o pratiche scorrette (*performance review*).⁴⁴

In particolare, l'Accordo nordamericano per il libero scambio (Nafta), stipulato con Canada e Messico dal 1994, dovrebbe essere rinegoziato entro la fine del 2017, e una notifica in tal senso è stata trasmessa al Congresso americano. Nella sostanza si dovrebbe arrivare a un adeguamento dell'accordo sui diritti di proprietà intellettuale, sugli scambi di servizi, sulle procedure doganali, sulle misure sanitarie e fitosanitarie, sull'ambiente e i diritti dei lavoratori, senza attuare un ritiro dal Nafta – come inizialmente annunciato – anche per via delle pressioni da parte di imprese statunitensi che esportano verso questi mercati o che vi hanno localizzato la loro catena di

⁴¹ Il dato include i trattati aventi per oggetto sia l'accessione di altri membri che l'estensione della copertura (per esempio ai servizi), ed è tratto dalle informazioni del "meccanismo di trasparenza" dell'Omc: <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>. Il numero effettivo di accordi preferenziali resta tuttavia incerto, in quanto molti trattati non vengono notificati all'Omc. Alcuni osservatori stimano che esistono almeno altri 100 accordi preferenziali, cfr. Lejarraga, I. (2014) *Deep Provisions in Regional Trade Agreements: How Multilateral-friendly: An Overview of Oecd Findings*, Oecd Trade Policy Papers, n. 168. Vi si aggiungono 29 regimi di preferenze unilaterali non reciproche a favore dei paesi meno avanzati, cfr. <http://ptadb.wto.org/ptaList.aspx>.

⁴² Si veda anche il paragrafo 1.3.2.

⁴³ Ne fanno parte Stati Uniti, Australia, Brunei, Canada, Cile, Giappone, Malaysia, Messico, Nuova Zelanda, Perù, Singapore e Vietnam.

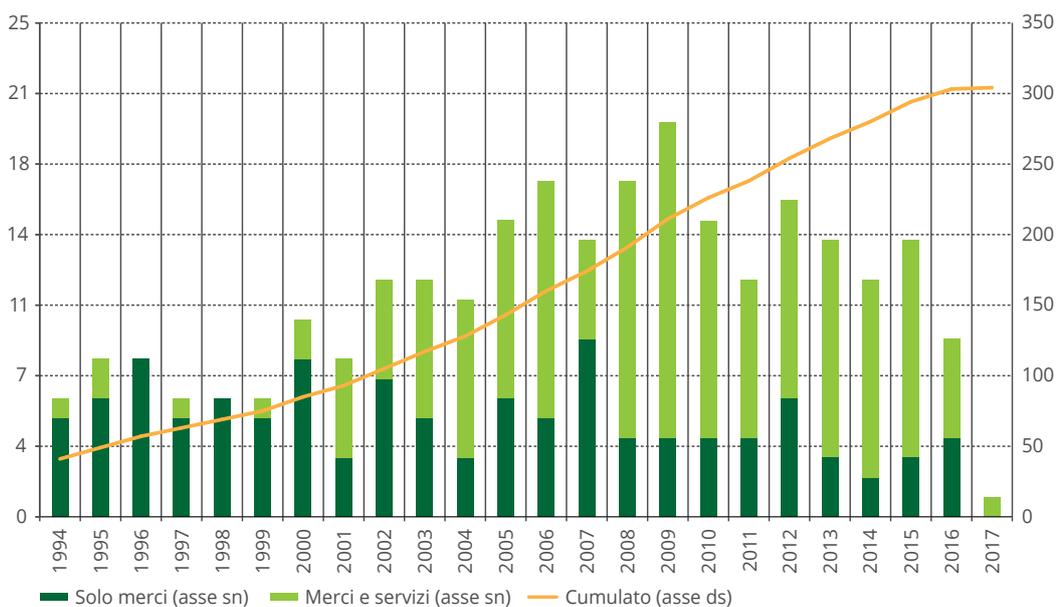
⁴⁴ Con l'ordine esecutivo *Addressing Trade Agreement Violations and Abuses* l'Us Trade Representative e il Segretario del commercio sono stati incaricati di esaminare tutti i trattati commerciali e di investimento; si veda: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2017/05/01/presidential-executive-order-addressing-trade-agreement-violations-and>.

fornitura, nel timore di un rialzo dei dazi.⁴⁵ Peraltro, secondo alcuni osservatori, il Tpp avrebbe rappresentato, di fatto, un ammodernamento del Nafta con riguardo a molti temi, avendo tra i firmatari anche il Canada e il Messico. Al momento sembra poco probabile anche una ripresa dei negoziati tra Stati Uniti e Unione Europea, volti a concludere il Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti (Transatlantic Trade and Investment Partnership, Ttip⁴⁶).

Altri importanti negoziati a livello regionale, sono la Regional Comprehensive Economic Partnership (Rcep, che nel maggio 2017 ha concluso il suo 18° round) a cui partecipano i dieci paesi dell'Asean e altri 6 stati della regione⁴⁷ e che era considerato dalla Cina un negoziato in grado di bilanciare il rafforzamento della presenza americana nell'area asiatica.

Con riguardo all'area africana, il Tripartite Free Trade Africa (Tfta, con 27 partecipanti⁴⁸) è stato ratificato solo da 8 paesi e sembra possa essere sostituito da un progetto più ambizioso, volto a istituire un'area di libero scambio sull'intero continente africano, la Continental Free Trade Area (Cfta), tra 54 paesi, anche in risposta al fatto che i grandi accordi interregionali non includono nessun paese africano.⁴⁹ Le riunioni dei comitati tecnici stanno lavorando, tra l'altro, su temi riguardanti gli scambi di servizi, le barriere non tariffarie, le regole di origine, le procedure doganali e le modalità di facilitazione degli scambi, con l'intenzione di avviare l'accordo entro il 2017.

Grafico 1.28 - Accordi commerciali preferenziali attivi, notificati all'Omc, per anno di entrata in vigore e cumulati ⁽¹⁾



⁽¹⁾ Aggiornamento al 15 giugno 2017, incluse accessioni

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

⁴⁵ Oltre al Nafta è stata annunciata l'intenzione di rinegoziare a breve anche l'accordo bilaterale con la Corea del Sud, Korus Fta, entrato in vigore nel 2012; cfr. *Trump Orders Trade Deal Review, Continues Nafta and South Korea Renegotiation Push*, Bridges, Volume 2, n. 15. Sull'accordo Nafta e le catene del valore globali si veda Amiti M., Freund C., Bodine-Smith T. (2017) *Why Renegotiating Nafta Could Disrupt Supply Chains*, Piie. <https://piie.com/blogs/trade-investment-policy-watch/why-renegotiating-nafta-could-disrupt-supply-chains>.

⁴⁶ Si veda anche il paragrafo 1.3.2.

⁴⁷ Cina, India, Australia, Giappone, Corea del Sud e Nuova Zelanda.

⁴⁸ Ne fanno parte la East African Community (Eac), la Southern African Development Community (Sadc) e il Common Market for Eastern and Southern Africa (Comesa).

⁴⁹ Per approfondire si veda il sito dell'Unione africana, <https://www.au.int/web/en/ti/cfta/about>.

Tavola 1.11 - Accordi commerciali preferenziali entrati in vigore nel 2016 e nel 2017⁽¹⁾

	Data di entrata in vigore	Copertura
Alleanza del Pacifico (Cile, Colombia, Messico e Perù)	1 maggio 2016	merci e servizi
Giappone - Mongolia	7 giugno 2016	merci e servizi
Corea del Sud - Colombia	15 luglio 2016	merci e servizi
Costa Rica - Colombia	1 agosto 2016	merci e servizi
Ue - Costa d'Avorio	3 settembre 2016	merci
Unione Economica Eurasiatica (Eaeu) - Vietnam	5 ottobre 2016	merci e servizi
Ue - Comunità di sviluppo dell'Africa meridionale (Sadc)	10 ottobre 2016	merci
Turchia - Repubblica di Moldavia	1 novembre 2016	merci
Ue - Ghana	15 dicembre 2016	merci
Ue - Colombia e Perù, estensione all'Ecuador	1 gennaio 2017	merci e servizi

⁽¹⁾ Informazioni al 15 giugno 2017

Fonte: Omc

1.2.7 Gli accordi sugli investimenti esteri

In mancanza di un trattato multilaterale completo⁵⁰, molti accordi internazionali includono delle regolamentazioni sugli investimenti diretti esteri.

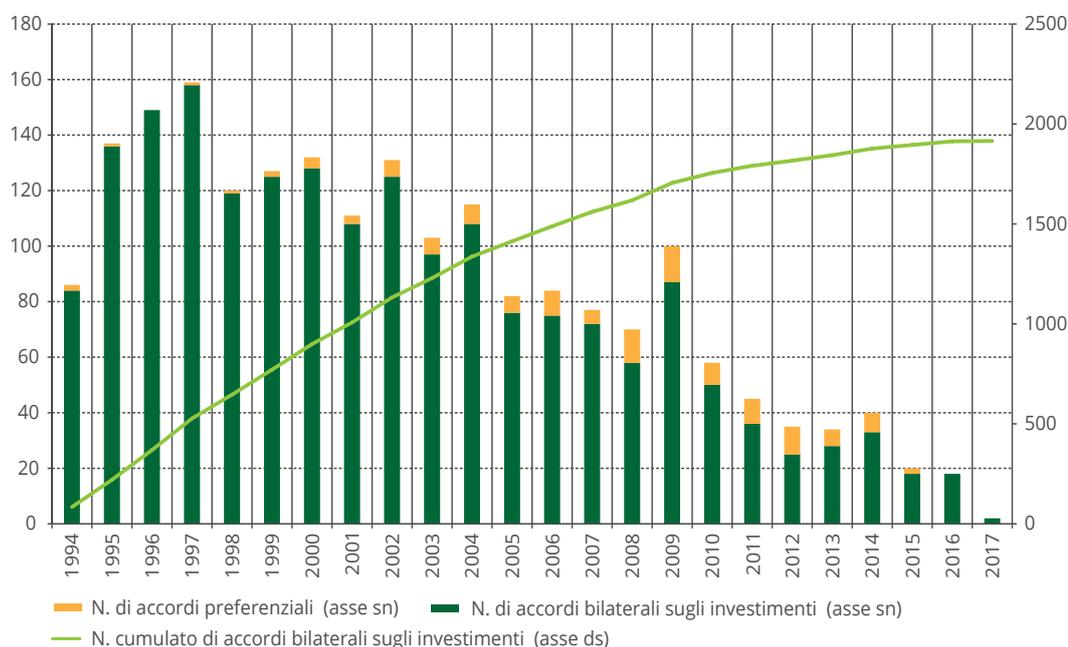
All'inizio del 2017 risultano in vigore 1.915 trattati bilaterali per la promozione e la protezione degli investimenti (Bilateral Investment Treaties, Bits). Negli ultimi anni la conclusione di questi accordi ha subito un forte rallentamento: se nel 1997 erano stati stipulati 158 trattati, nel 2016 e nei primi mesi del 2017 sono entrati in vigore appena 20 Bits (grafico 1.29 e tavola 1.12).

Questi accordi rappresentano tuttora lo strumento più utilizzato per liberalizzare gli investimenti esteri per quanto i trattati commerciali, bilaterali, regionali e, ultimamente, transregionali contengano norme simili e oltre il 40 per cento degli accordi, notificati all'Omc, comprenda un capitolo (o almeno un articolo) dedicato agli Ide. Lo scopo delle norme è quello di garantire un quadro giuridico non discriminatorio, su una base di reciprocità, e di promuovere la presenza degli investitori esteri, anche grazie a misure volte alla protezione degli investitori e a specifici meccanismi di tutela giudiziaria. Tuttavia, il contenuto normativo dei singoli accordi può essere molto diverso: gli investimenti esteri possono essere oggetto di regole sulla liberalizzazione dei servizi (la modalità 3, riferita alla presenza commerciale) oppure disciplinati in appositi capitoli di portata generale, come nel caso dei numerosi accordi bilaterali stipulati dagli Stati Uniti e dall'Ue. Peraltro, gli Stati Uniti hanno mostrato una preferenza verso trattati di libero scambio che incorporino un ampio capitolo dedicato agli investimenti, aventi una forte somiglianza con i testi giuridici dei Bits.⁵¹

⁵⁰ Va tuttavia ricordato che il Gats contiene regole multilaterali sugli Ide nei servizi e che esiste un accordo Omc sugli aspetti commerciali delle politiche per gli investimenti (Trade-related Investment Measures, Trims).

⁵¹ Gli accordi di libero scambio stipulati dagli Stati Uniti sono stati negoziati prendendo come modello il capitolo 11 del *North American Free Trade Agreement*, concluso nel 1994. Si veda L. de Benedictis e L. Spinesi, *Foreign direct investment, technology transfer and knowledge diffusion, in The global governance of knowledge creation and diffusion*, a cura di H. Hveem e L. Iapadre, Routledge 2011.

Grafico 1.29 - Accordi bilaterali sugli investimenti (Bits) e accordi preferenziali con norme sugli investimenti, per anno di entrata in vigore⁽¹⁾



⁽¹⁾Dati aggiornati a maggio 2017

Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad e Omc

Tavola 1.12 - Accordi bilaterali di investimento entrati in vigore nel 2016 e nel 2017⁽¹⁾

Paesi contraenti	Data di entrata in vigore
Mali-Marocco	2 marzo 2016
Guinea Equatoriale - Federazione Russa	3 marzo 2016
Burkina Faso - Marocco	5 marzo 2016
Grecia - Emirati Arabi Uniti	6 marzo 2016
Cambogia - Federazione Russa	7 marzo 2016
Mauritania - Spagna	7 marzo 2016
Kuwait - Messico	28 aprile 2016
Isole Mauritius, Zambia	6 maggio 2016
Isole Mauritius - Turchia	30 maggio 2016
Canada - Mali	8 giugno 2016
Repubblica Ceca - Sri Lanka	15 giugno 2016
Guatemala - Trinidad e Tobago	23 giugno 2016
Kazakistan - Slovacchia	29 giugno 2016
Danimarca - ex Repubblica Jugoslava di Macedonia	30 giugno 2016
Canada - Senegal	5 agosto 2016
Canada - Hong Kong	6 settembre 2016
Arabia Saudita - Spagna	14 dicembre 2016
Camerun - Canada	16 dicembre 2016
Canada - Mongolia	24 febbraio 2017
Giappone - Arabia Saudita	7 aprile 2017

⁽¹⁾Informazioni estratte a maggio 2017

Fonte: Unctad



Il made in Italy davanti al neo-protezionismo americano

di Claudio Colacurcio e Alessandra Lanza *

"You can't vote on your emotions alone. You also have to vote on your head; Look at what this agreement does. This makes the problems ... better, not worse". Era il novembre 1993 e con queste parole il presidente degli Stati Uniti Clinton promuoveva il *North America free trade agreement* (Nafta) prossimo all'entrata in vigore. *"Nafta has been a disaster. I think our current deals are a disaster."* Con queste altre, del giugno 2015, il candidato che sarebbe poi diventato presidente commentava lo stesso accordo e più in generale la politica commerciale americana. L'aumento di minacce protezionistiche con la salita alla Casa bianca di Donald Trump, è certamente un fenomeno preoccupante per le imprese italiane. Andrebbe infatti a pregiudicare l'accessibilità di quella che è oggi la terza destinazione per l'*export* nazionale (la prima fuori dall'Europa); un mercato che ha raccolto negli ultimi anni sempre più interesse sia da parte delle imprese italiane sia del sistema di sostegno pubblico all'internazionalizzazione.

Per passare dalle parole ai fatti, il passo non è certo breve. Oltre che sul valore economico di un ritorno al protezionismo, occorre riflettere sull'effettiva sostenibilità delle promesse elettorali. Nei mesi a venire non mancheranno certo dichiarazioni forti o casi isolati di tensione,¹ ma è difficile immaginare a livello di sistema una modifica sostanziale dell'accessibilità del mercato americano (soprattutto in termini di dazi). L'idea di fondo è infatti che da parte della nuova amministrazione alcune valutazioni potrebbero modificarsi, non tanto per un cambio di visione politica sulla globalizzazione, quanto a tutela degli stessi interessi americani. Se ricette protezionistiche possono far breccia tra gli "sconfitti" della liberalizzazione globale, è anche vero che mercati internazionali aperti hanno portato negli ultimi vent'anni benefici per l'economia americana nel suo complesso e soprattutto per quella *corporate America*, facilmente esecrabile nei dibattiti televisivi, ma assai influente all'interno delle istituzioni. Gli Stati Uniti sono oggi protagonisti attivi della globalizzazione (primo paese per investimenti all'estero, secondo e con quota in crescita nelle esportazioni di merci, primo nei servizi) e, soprattutto, tra i suoi primi beneficiari. Le imprese americane hanno organizzato sull'asse del Nafta e più in generale in un quadro degli scambi mondiali aperto le proprie filiere globali e difficilmente potrebbero rinunciarci. Di quasi 300 miliardi di import dal Messico per esempio, circa un quinto è riconducibile a filiali di case madri americane e lo stesso indicatore supera un terzo dell'import per il Canada (grafico 1). Difficilmente queste potrebbero modificare a costo zero o in tempi rapidi la propria mappa internazionale, né si può immaginare che questo passaggio risulti indolore per la competitività degli stessi investitori. Per quanto paradossale a una lettura semplicistica, la possibilità di localizzare su paesi diversi le fasi produttive di una stessa filiera rappresenta in realtà una forma di tutela, chiamando l'industria di un paese a specializzarsi solo dove è più forte e colmando proprio attraverso l'internazionalizzazione i gap di competitività. Guardando per esempio alle automobili assemblate in Messico e poi esportate negli Stati Uniti, spesso additate a simbolo della decadenza industriale americana, emerge come solo il 50 per cento del loro valore aggiunto sia attribuibile al paese ospite. L'altra metà è riconducibile a fornitori di componenti e servizi esterni e il 18 per cento del valore aggiunto è attribuibile proprio a imprese che operano e generano occupazione direttamente negli Stati Uniti. Impedire la delocalizzazione della fase più a valle, o gravarla di costi, si tradurrebbe in un calo della competitività del prodotto finale e in ultima analisi in uno svantaggio per tutte le imprese della filiera. Al tema delle catene del valore globali si aggiungono quelli delle ritorsioni da parte degli altri paesi e delle conseguenze politiche della rottura. Non

* Prometeia.

¹ Sono per esempio recenti, per quanto la questione sia vecchia di anni, le minacce ad alcuni prodotti del *Made in Italy* come *countervailing duty* della disputa alla Wto, vinta dagli Stati Uniti, e relativa al bando europeo sulle carni.



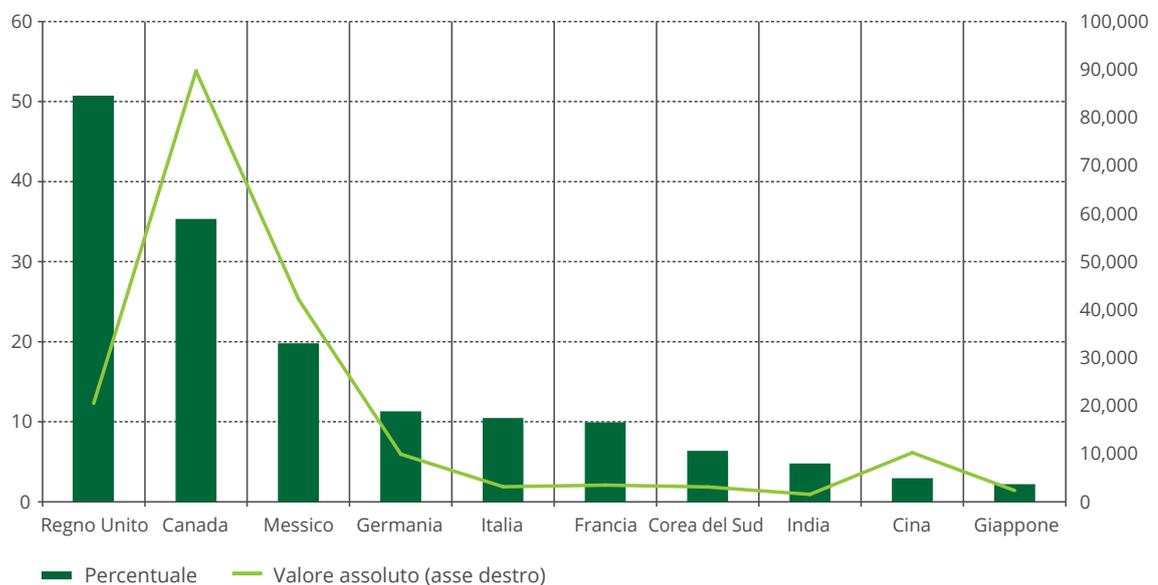


solo una strategia discriminatoria tra paesi (che viola la clausola della *Most favourite nation*) e di chiusura (contraria allo spirito stesso degli accordi che hanno portato alla Wto) sarebbe infatti il presupposto per una guerra commerciale diffusa, ma anche una profonda minaccia per quel sistema multilaterale di regole di cui gli Stati Uniti sono oggi garanti.

Un ritorno pieno al protezionismo appare quindi difficile da immaginare, almeno nel breve termine, ma certamente rimane un rischio di stringente attualità per le imprese internazionali. Già prima di Trump, la crisi ha fatto per certi versi da spartiacque tra i processi di liberalizzazione avviati negli anni novanta e una nuova stagione di maggior chiusura dei mercati, ben sintetizzata da oltre 4 mila misure restrittive agli scambi conteggiate dall'Osservatorio global trade alert dal 2008.

Grafico 1 - Importazioni degli Stati Uniti da filiali estere di imprese americane

Valori percentuali e milioni di euro, 2013

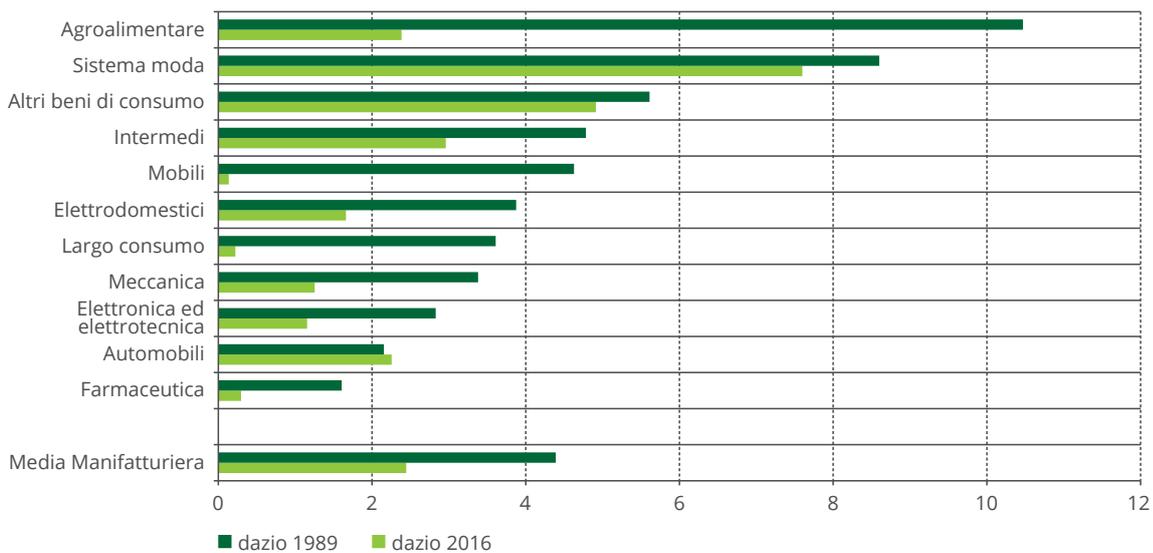


Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Bea

Nell'ottica di misurazione del rischio è quindi utile quantificare il costo per l'Italia di un shock degli scambi verso gli Stati Uniti, stimando l'effetto sull'export nel mercato di una nuova struttura delle tariffe doganali che ritorni per esempio a prima delle liberalizzazioni degli anni novanta. *Make America great again* è stato del resto il nostalgico e reaganiano slogan elettorale repubblicano, quasi a rifiutare quel processo di liberalizzazione degli scambi globali che negli ultimi 25 anni ha per esempio consentito alla quasi totalità dei settori una diminuzione del dazio medio ponderato per accedere al mercato americano. Guardando ai singoli comparti una delle riduzioni più significative, e quindi uno dei maggiori rischi in caso di ritorno al passato, ha interessato i prodotti dell'agroalimentare. Il settore è passato da essere il comparto più protetto sul mercato americano a un livello di dazio medio ponderato per l'Italia in linea con quello dell'industria manifatturiera (grafico 2). In questo settore come in altri oggi le barriere agli scambi passano sempre più attraverso sistemi non tariffari (autorizzazioni da agenzie locali, licenze, normative tecniche, etc.). Essendo però questi in ultima analisi un costo aggiuntivo per le imprese, si è ritenuto che ai fini della stima di un shock protezionistico, un ritorno ai dazi pre globalizzazione possa

rappresentare, al netto della forma effettiva che la nuova protezione assumerà, una buona approssimazione di un'altrimenti troppo indefinita nostalgia del passato. Alcune barriere non tariffarie, determinanti in passato in alcuni settori (le più note relative al settore *automotive* e ai prodotti tessili inclusi nell'Accordo multifibre) sono invece ormai esaurite o rese inapplicabili dagli accordi commerciali degli anni novanta e hanno contribuito a una maggiore apertura del mercato. La fine di queste limitazioni quantitative sull'import non traspare invece nel livello dei dazi che per esempio ha registrato un leggero aumento del grado di protezione per il settore *automotive* anche in virtù di un effetto composizione nei prodotti scambiati (tra beni finali e intermedi) all'interno del comparto. Analogamente il sistema tessile, abbigliamento, pelli e calzature e gli altri beni di consumo (dove la gioielleria è il gruppo più rilevante) hanno sperimentato miglioramenti marginali e rimangono ancora oggi tra i comparti maggiormente penalizzati sul fronte delle tariffe. Un livello ridotto di protezione invece riguardava già in passato le esportazioni della meccanica, secondo una regola generale che vede i paesi interessati a tutelare le imprese domestiche dal lato dei beni di consumo, ma vede nell'adozione di tecnologia, anche dall'estero, un fattore abilitante per la propria competitività. Tra gli altri settori mobili, elettrodomestici, farmaceutica e largo consumo (prevalentemente cosmesi) hanno invece sperimentato negli anni un calo piuttosto consistente del livello delle tariffe.

Grafico 2 - Dazio medio ponderato per settore pagato dalle imprese italiane
Livello percentuale ⁽¹⁾



⁽¹⁾ Il livello del dazio è calcolato come media ponderata per l'Italia a partire dalle tariffe e dei flussi al 6° digit Hs compresi nel settore.

Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Itc

Se la differenza nei dazi storici rappresenta l'entità delle minacce protezionistiche, una stima econometrica è necessaria per cogliere il legame attuale tra livello di protezione di un mercato e i relativi flussi di import. A questo scopo 11 modelli econometrici settoriali hanno quantificato questa relazione sul mercato degli Stati Uniti per l'Italia e per gli altri principali partner commerciali. Nel dettaglio, dalla banca dati Ice Prometeia sugli scambi mondiali (Fipice) sono state estratte le esportazioni verso il mercato americano al sesto *digit* della classificazione *Harmonized system (Hs)* dei primi quindici fornitori esteri degli Stati Uniti. A questi flussi è stato successivamente associato il dazio bilaterale (tenendo quindi

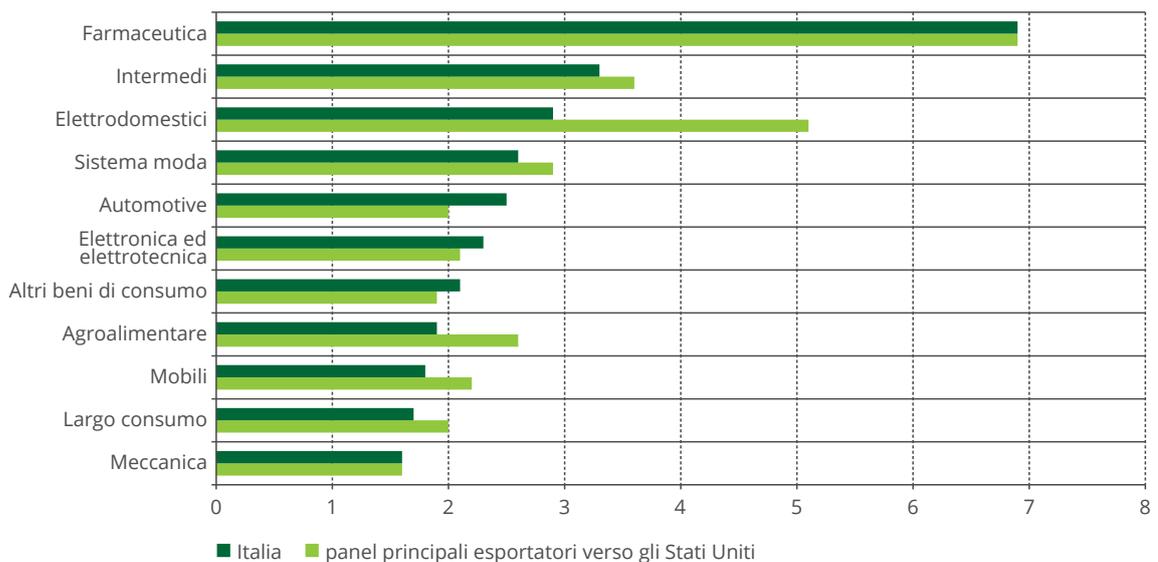


conto di accordi preferenziali sugli scambi) pagato dalle imprese estere e le variabili tipiche dei modelli gravitazionali per gli scambi (dimensione economica dei paesi, popolazione, distanza, confini e lingua comune). Per l'Italia e i suoi principali concorrenti è stata quindi stimata l'elasticità media tra l'export di un prodotto sul mercato americano e il livello del dazio associato.

I risultati sono riportati nel grafico 3 da cui emergono almeno due considerazioni generali, la prima relativa alle differenze tra i settori, la seconda nel confronto tra l'Italia e gli altri paesi. In primo luogo i comparti del *made in Italy* tradizionale (agroalimentare, moda, arredo e altri beni di consumo) si rivelano più reattivi alla componente dazio rispetto alla meccanica, un settore equivalente per entità dei flussi, ma più difficilmente sostituibile nel caso di un aumento dei prezzi. In secondo luogo l'offerta italiana appare generalmente più resiliente a uno shock sui dazi rispetto a quella degli altri paesi. Dal confronto tra esportatori appare come generalmente le imprese nazionali possano contare su una minore elasticità della domanda al livello del dazio associato al prodotto. C'è in questo differenziale tutta la forza della qualità dei prodotti italiani, che si concentrano su segmenti *premium* e produzioni a maggior valore unitario per cui il prezzo finale, così come l'incidenza del dazio, sono meno rilevanti per le scelte d'acquisto del consumatore.

Grafico 3 - Diminuzione delle esportazioni negli Stati Uniti in seguito ad un aumento di un punto di dazio

Percentuale



Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Itc

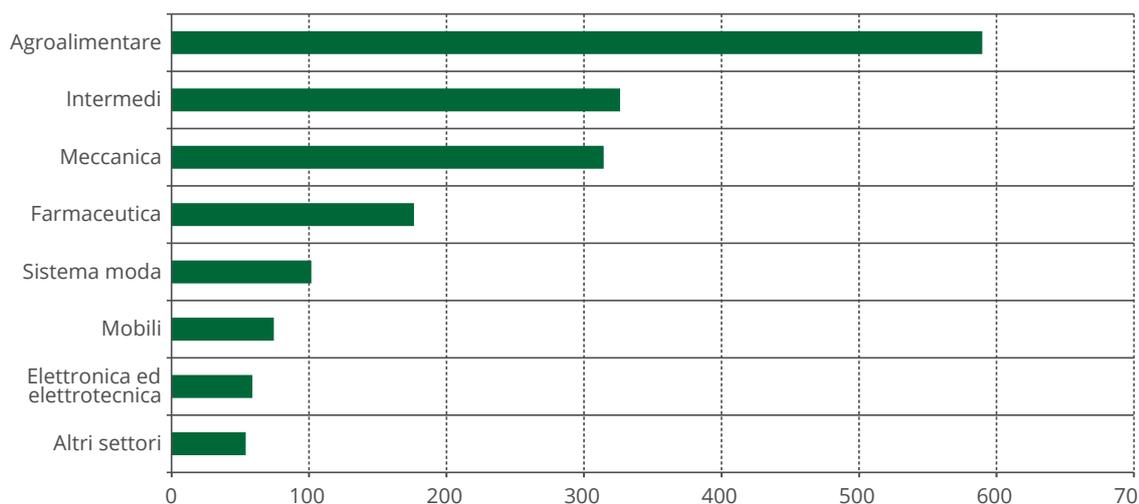
Per quanto la penalizzazione sarebbe meno intensa per l'Italia rispetto ad altri *competitors*, il ritorno al passato prospettato nello scenario di shock rappresenterebbe comunque un costo, sia che le imprese si facciano carico dei maggiori oneri (e quindi diminuiscano i profitti), sia che aumentino il prezzo finale per assorbirli (a scapito della domanda). Incrociando l'entità dei flussi di export nel 2016, i coefficienti dei modelli settoriali e la differenza (in punti percentuali) delle tariffe medie tra il 1989 e oggi, abbiamo quindi una misura del rischio a cui possono essere esposte le imprese italiane.

Si tratta ovviamente di una simulazione e non strettamente di una previsione o di uno scenario alternativo per il commercio mondiale. Al netto dei *caveat* metodologici, la stima sul costo finale di un ritorno al protezionismo vale per le imprese italiane 1,9 miliardi di euro, oltre il 5 per cento di quanto

esportato nel 2016 sul mercato americano. Il risultato per ogni settore dipende chiaramente da tutte e tre le componenti che alimentano la stima (l'elasticità media dell'export settoriale ai dazi, la dimensione assoluta degli scambi con l'Italia e il differenziale nel livello delle tariffe pagate nei due anni base). Anche per questa ragione l'agroalimentare, con quasi 600 milioni di export in meno, sarebbe uno dei settori più esposti nel nuovo scenario (grafico 4). Nonostante una certa resilienza all'aumento dei dazi, il comparto pagherebbe più di altri un ritorno al passato dei livelli di protezione. Un discorso analogo caratterizza lo scenario dei mobili che vedrebbero un calo dell'export italiano dell'8 per cento rispetto ai livelli attuali. Meno intensa in termini percentuali la flessione per il sistema moda (il 2,6 per cento, circa 100 milioni di euro) anche se occorre sottolineare come questo risultato dipende da tariffe attuali non troppo difformi dal mondo prima degli anni novanta. Negli altri principali settori il costo più alto del protezionismo in termini assoluti riguarda i prodotti intermedi e la farmaceutica (entrambi coinvolti in filiere che sono diventate sempre più globali negli ultimi 25 anni) e la meccanica che pur mostrando basse tariffe ed elasticità ai dazi, pagherebbe comunque un prezzo elevato alla luce del suo peso sull'export complessivo italiano negli Stati Uniti.

Grafico 4 - Diminuzione delle esportazioni italiane di un ritorno al passato della struttura dei dazi

Variazione assoluta in milioni di euro⁽¹⁾



⁽¹⁾ Rispetto ai livelli di export italiani negli Stati Uniti del 2016.

Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Itc



Un protezionismo che non protegge e le sue conseguenze sulla distribuzione del reddito

di Davide Suverato *

Introduzione

Durante la seconda metà del secolo scorso le economie occidentali sono state caratterizzate da un ampio processo di globalizzazione. Nello stesso periodo, la disuguaglianza nella distribuzione del reddito tra i lavoratori di questi stessi paesi è cresciuta. La tentazione di associare i due fenomeni è quindi molto forte, tanto da orientare il giudizio politico sulla globalizzazione in base ai presunti effetti di quest'ultima sulla distribuzione del reddito. In periodi di crescita economica, la globalizzazione viene vista con favore, e l'eventuale crescita della disuguaglianza tra i lavoratori di un paese viene accettata come l'effetto di redditi che aumentano, in generale, sebbene alcuni più rapidamente di altri. In fasi recessive dell'economia (quale quella che stiamo vivendo) i redditi non crescono e se si osserva una maggiore disuguaglianza questa è dovuta a lavoratori che perdono più di altri. In questo quadro, il protezionismo ha acquisito una posizione centrale nell'agenda economica e politica degli ultimi anni. Come se una inversione di tendenza, un ostacolo alla globalizzazione, fosse di per sé la risposta all'obiettivo di ridurre la disuguaglianza.

Questo approfondimento mostra come, sebbene la globalizzazione abbia favorito una maggiore disuguaglianza nella distribuzione del reddito, non vi sia ragione di pensare che il ricorso al protezionismo sia in grado di produrre l'effetto opposto. L'analisi è organizzata in tre argomenti. Primo, la globalizzazione non è la causa principale della crescita della disuguaglianza nella distribuzione del reddito, ruolo che spetta invece al cambiamento tecnologico. Quindi, una riduzione della disuguaglianza non è un obiettivo che si possa perseguire efficacemente attraverso l'applicazione di misure protezionistiche. Secondo, l'integrazione commerciale internazionale è una chiave competitiva fondamentale negli attuali modelli di impresa. In particolare, la maggior parte delle importazioni è costituita da beni intermedi che entrano nel processo produttivo delle imprese nazionali. Pertanto, ulteriori ostacoli al commercio internazionale riducono la competitività degli attuali modelli di impresa. Il che mette a rischio, invece che proteggere, le imprese, i posti di lavoro e i redditi delle famiglie. Terzo, il protezionismo non è uno strumento di redistribuzione. Al contrario, un incremento delle misure protezionistiche penalizzerebbe soprattutto le famiglie a basso reddito.

Il protezionismo non è la risposta alla crescita della disuguaglianza

La ricerca economica sulla relazione tra commercio internazionale e distribuzione del reddito è estremamente ampia e in continua espansione, man mano che la copertura e la qualità dei dati a disposizione crescono. Helpman (2016) offre una dettagliata analisi di quanto sia stato possibile osservare nei dati e di quali spiegazioni abbiano trovato conferma in essi. Quanto segue ripercorre i punti salienti di tale analisi.

Considerando il passato più recente, gli anni sessanta e settanta costituiscono sicuramente il momento in cui il commercio internazionale ha avuto maggiore impatto sul funzionamento delle economie occidentali. Dalla metà degli anni settanta si osserva contestualmente una crescita della disuguaglianza all'interno dei paesi, con i redditi dei lavoratori maggiormente qualificati che crescono più rapidamente

* Università di Monaco di Baviera e MIP Politecnico di Milano.

di quanto facciano i redditi dei lavoratori meno qualificati; fenomeno che ha preso il nome di *wage skill premium*. Stolper e Samuelson (1941) offrono una spiegazione degli effetti redistributivi del commercio internazionale che si è mostrata consistente con quanto osservato.¹ L'apertura al commercio internazionale da parte di paesi la cui forza lavoro è relativamente più qualificata rispetto ai propri partner commerciali genera una maggiore espansione della domanda di lavoro qualificato rispetto alla domanda di lavoro meno qualificato. La globalizzazione, dunque, è un fattore che aumenta la disuguaglianza, in quanto genera vincitori (i lavoratori qualificati) e vinti (i lavoratori meno qualificati). Tuttavia, le molte stime prodotte al fine di misurare il *wage skill premium* inducono a pensare che la globalizzazione non ne sia né la sola, né la principale causa. Un riferimento è il lavoro di Katz e Murphy (1992), in cui gli autori concludono che meno del 20 per cento della crescita della disuguaglianza – misurata come rapporto tra salario medio dei lavoratori qualificati e salario medio dei lavoratori non qualificati – sia attribuibile all'intensificazione degli scambi commerciali.

Un aumento della domanda di lavoratori qualificati relativamente a quella di lavoratori non qualificati si osserva ancora più marcatamente negli anni ottanta e novanta. Katz e Autor (1999) ne documentano l'effetto sui redditi dei lavoratori statunitensi: tra il 1979 e il 1995 il salario reale dei lavoratori non qualificati è diminuito di oltre il 13 per cento; il salario reale dei lavoratori qualificati è aumentato di almeno il 3,4 per cento, con un massimo del 14 per cento per lavoratori che hanno conseguito una laurea. Feenstra e Hanson (2003) documentano come nello stesso periodo la quota importata di prodotti intermedi impiegati dal settore manifatturiero statunitense sia raddoppiata, passando dal 4,1 all'8,2 per cento. L'aumento della disuguaglianza è dunque positivamente correlato con la maggiore globalizzazione, ma alla prova dei dati, altri fattori giocano un ruolo determinante. L'importazione di prodotti intermedi spiega circa il 15 per cento dell'aumento nella disuguaglianza; il maggiore impiego di macchinari spiega circa il 50 per cento, di cui oltre il 30 per cento è imputabile all'investimento in computer, rappresentativo delle tecnologie di calcolo e dell'informazione.

L'immagine che emerge in modo chiaro da questa analisi vede sì globalizzazione e disuguaglianza procedere in modo correlato, ma con un terzo fattore in gioco e dal peso via via maggiore: il cambiamento tecnologico. In particolare, un cambiamento tecnologico che favorisce dapprima la domanda di lavoratori qualificati, e poi di macchinari, a discapito della forza lavoro non qualificata. Burnstein et al. (2016) offrono una visione di insieme della terna di fattori in gioco, sempre per l'economia statunitense. Tra il 1984 ed il 2003 il rapporto tra salario medio dei lavoratori qualificati e salario medio dei non qualificati è aumentato del 15,5 per cento. Questo risultato è il saldo tra un aumento dell'offerta relativa di lavoratori qualificati (responsabile di circa -11 per cento) e un aumento ancora maggiore della domanda relativa di lavoratori qualificati (responsabile di circa +26,5 per cento). Il 60 per cento di aumento della domanda relativa di lavoratori qualificati è spiegato dall'investimento in tecnologie dell'informazione, il 18,5 per cento dal cambiamento nella tipologia di mansioni sul posto di lavoro. Se a parità di tutte le altre condizioni, gli Stati Uniti fossero stati chiusi al commercio internazionale di macchinari e beni intermedi per la produzione, il rapporto tra salario medio dei lavoratori qualificati e salario medio dei non qualificati sarebbe comunque aumentato del 14 per cento. Quindi, il protezionismo (sia pure nella sua forma estrema) avrebbe evitato solo una minima parte della crescita della disuguaglianza, pari al 2 per cento. Invece, l'impiego di tecnologie dell'informazione spiega da solo più del 15 per cento dell'aumento della disuguaglianza, ossia più di sette volte il contributo dovuto al commercio internazionale.

¹ Tuttavia, gli autori ammoniscono dal considerare questa teoria come un argomento a favore del protezionismo. Si veda Stolper e Samuelson (1941), pagina 73: *"We have shown that there is a grain of truth in the pauper labour type of argument for protection"; [However, ndr.] "...our argument provides no political ammunition for the protectionist". [We have shown that, ndr.] "...the harm which free trade inflicts upon one factor of production is necessarily less than the gain to the other. Hence, it is always possible to bribe the suffering factor by subsidy or other redistributive devices so as to leave all factors better off as a result of trade."*



Sulla base di questa evidenza, emerge con forza il ruolo del cambiamento tecnologico come prima determinante della crescita della disuguaglianza. La globalizzazione ha avuto un effetto significativo, ma secondario. Si potrebbe obiettare che la globalizzazione abbia giocato un ruolo *indiretto*, ossia abbia favorito un cambiamento tecnologico orientato a ridurre la domanda di lavoro, in particolare lavoro non qualificato. Questa tesi è controversa ed è tuttora oggetto di studio. In una recente analisi, Burstein e Vogel (2016) testano questa direzione di causalità assumendo che la globalizzazione favorisca la crescita di imprese che occupano maggiormente lavoratori qualificati. I risultati dello studio portano ad attribuire un maggior contributo della globalizzazione alla crescita della disuguaglianza, rispetto alle stime precedenti. Tuttavia, questo non raggiunge misure comparabili al contributo del solo cambiamento tecnologico. Inoltre, sotto questa ipotesi, il guadagno di efficienza consentito dalla specializzazione commerciale è maggiore rispetto al caso in cui la globalizzazione non abbia effetto sulle modalità di produzione. Questo aumenta i benefici del commercio internazionale, fino a eliminare il conflitto tra lavoratori qualificati e non qualificati, in quanto i redditi reali crescono per entrambe le categorie di lavoratori.

In ultima analisi, il protezionismo non appare uno strumento appropriato a ridurre la principale causa di disuguaglianza nei redditi, che è il cambiamento tecnologico. Sebbene sia legittimo pensare a una correlazione tra integrazione internazionale e tecnologia, non è nella facoltà di politiche protezionistiche determinare la direzione dello sviluppo tecnologico. E anche ammettendo che il protezionismo possa rallentare la velocità con cui un'economia accede alle modalità di produzione che si diffondono sul mercato internazionale, è difficile sostenere che questo possa proteggere imprese o posti di lavoro, come discusso nel prossimo paragrafo.

Il protezionismo riduce le possibilità produttive

L'effetto di politiche protezionistiche che limitino l'importazione di merci viene spesso considerato come equivalente a ridurre l'importazione di beni di consumo a favore di merci prodotte sul territorio nazionale. Tuttavia, oggi due terzi del commercio internazionale è rappresentato da beni intermedi, cioè destinati non al consumo, bensì all'impiego in un processo produttivo localizzato nel paese importatore.² Questo è il risultato del progresso nelle tecnologie dell'informazione e dei trasporti, che ha reso possibile una specializzazione dei modelli di impresa sempre più focalizzata su fasi del processo produttivo.³ Lo sviluppo della logistica va quindi ad aggiungersi alle altre forme di cambiamento tecnologico, quali automazione e informatizzazione del processo produttivo, introdotte nel precedente paragrafo. Mentre queste ultime hanno determinato cambiamenti nella domanda di lavoro che penalizzano le competenze meno qualificate, lo sviluppo tecnologico della logistica ha reso economicamente conveniente una frammentazione del processo produttivo oltre i confini nazionali. La conseguenza – economica – di tale cambiamento – tecnologico – è che il reddito di imprese e famiglie nazionali non è (più) il risultato della sola attività economica realizzata all'interno dei confini nazionali. Bensì, esso dipende sempre più dall'efficienza dell'intera catena del valore globale, in cui alcune fasi sono comandate dalle imprese nazionali (dentro i confini nazionali o all'estero) e altre impiegano il lavoro offerto dalle famiglie nazionali (presso imprese di proprietà nazionale o estera).

L'introduzione di barriere all'integrazione internazionale dei processi produttivi non riporta indietro il livello dello sviluppo tecnologico acquisito nella logistica (così come nell'automazione o nell'informatizzazione). Pertanto a parità di possibilità tecnologiche, ostacolare la partecipazione a una catena di produzione globale comporta la perdita di possibilità produttive economicamente convenienti. Grossman

² Johnson e Noguera (2016).

³ Fort (2017).

e Rossi-Hansberg (2008) hanno descritto chiaramente le implicazioni di questa condizione. Alla base del loro ragionamento vi è la constatazione che le importazioni sono un fattore produttivo utilizzato dalle imprese nazionali. Un minor costo di accesso a relazioni di fornitura internazionali ha due effetti: minaccia il lavoro (sia dell'impresa sia dei suoi fornitori nazionali) caratterizzato da competenze che sono sostituite dalle prestazioni lavorative estere; ma allo stesso tempo, aumenta la produttività del lavoro con competenze che sono complementari alle produzioni e ai servizi esternalizzati. Dunque, se l'integrazione internazionale dei processi produttivi ha ricadute negative su una parte della domanda di lavoro nazionale – spesso, e giustamente, al centro del dibattito – è altrettanto vero che vi sono anche ricadute positive sull'occupazione, sui redditi e sulla competitività delle imprese – spesso, colpevolmente, dimenticate.

Lo studio di Antràs et al. (2017) consente di comprendere come l'importazione di beni e servizi destinati al processo produttivo sia un'importante leva competitiva delle imprese del paese importatore. Gli autori testano questa conclusione analizzando lo scambio commerciale tra Stati Uniti e Cina tra il 1997 e il 2007. Questo è decisamente il terreno di scontro più favorevole a chi sostenga che lo scambio commerciale sia responsabile del peggioramento delle condizioni sul mercato del lavoro; si veda l'analisi condotta da Autor et al. (2013). Ciò nonostante, Antràs et al. (2017) mostrano quali siano le ricadute positive dell'importazione di beni intermedi su reddito e occupazione nel paese importatore.

A beneficio della discussione, i risultati dello studio possono essere riassunti in tre punti. Primo, le imprese che più intensamente importano beni intermedi da paesi a minore costo della produzione sono anche le imprese che più di altre espandono la produzione realizzata all'interno dei confini nazionali. Secondo, l'importazione di beni intermedi genera nuova domanda di lavoro. L'impresa espande l'impiego di figure professionali specializzate nelle competenze principali del proprio modello imprenditoriale e nella gestione del proprio posizionamento nella catena del valore globale. Terzo, la riduzione dei costi di produzione ottenuta grazie all'approvvigionamento su scala globale favorisce la crescita delle imprese importatrici, sia sui mercati nazionali che sui mercati esteri.

L'intuizione dietro questi risultati può essere facilmente compresa: data la stessa impresa, una strategia di approvvigionamento su scala globale non può dare risultati peggiori di una strategia limitata ai confini nazionali. Da dove arrivano dunque i rischi per i redditi ed i posti di lavoro del paese importatore? Dalle imprese che accedono con maggiore difficoltà a questa leva competitiva. Le imprese in grado di applicare strategie di approvvigionamento su scala globale sono quelle di maggiori dimensioni, dotate di maggiori risorse (quali capacità produttiva, competenze, capacità di gestione) e che pagano salari più alti.⁴ Ma vi è una larga parte di imprese che non è sufficientemente competitiva per accedere ai mercati internazionali in modo ottimale. Sono i posti di lavoro e i salari pagati da queste imprese a essere a rischio, quando la difficoltà ad approvvigionarsi sui mercati internazionali accresce il divario di competitività rispetto ai migliori produttori, nazionali o esteri. Ostacolare l'accesso a una catena di produzione globale può dunque contribuire a ridurre la disuguaglianza, ma nella misura in cui peggiora la competitività dei migliori tra i produttori nazionali (non di quelli che non importano) e riduce ulteriormente quella parte di imprese nazionali che ha le risorse per approvvigionarsi sui mercati internazionali. È dunque evidente che l'adozione di misure protezionistiche offre un tipo particolare di "protezione", che molto assomiglia a un livellamento verso il basso delle possibilità di crescita, e quindi di occupazione e reddito.

L'effetto sulla distribuzione del reddito è chiaro. I posti di lavoro e i salari *protetti* da misure che limitano lo scambio di beni per la produzione sono quelli delle imprese meno competitive, di dimensione minore e che offrono occupazioni meno qualificate a salari bassi. I posti di lavoro e i redditi *minacciati*

⁴ Bernard et al. (2007).



da una restrizione alle importazioni di beni intermedi come leva competitiva sono quelli delle imprese di maggiori dimensioni, che offrono occupazioni qualificate e pagano salari migliori. L'importanza di questi fenomeni varia per settore, classe dimensionale delle imprese e qualifica dei lavoratori. Tuttavia, le scelte di approvvigionamento da parte delle imprese di maggiori dimensioni spiegano da sole oltre il 65 per cento del totale delle importazioni di un paese.⁵ Il che porta a concludere che il valore delle possibilità di crescita perse, a causa di una restrizione sulle importazioni di beni per la produzione, supera i benefici.

Il protezionismo ha l'effetto di una tassa regressiva

Il precedente paragrafo ha mostrato come l'utilizzo di politiche protezionistiche non sia un desiderabile strumento di redistribuzione del reddito. Questa conclusione si applica a restrizioni alle importazioni di beni destinati all'impiego nel processo produttivo. Resta invece da analizzare quale possa essere l'effetto sulla disuguaglianza di restrizioni all'importazione di beni destinati al consumo finale. Questo è il caso di un protezionismo classico, su cui vi è abbondante documentazione scientifica che illustra i vantaggi, in termini di maggiori possibilità di consumo, derivanti da una liberalizzazione del commercio internazionale; Helpman (2011) offre una panoramica adatta a un pubblico non accademico. Ai fini di questo approfondimento, tuttavia, appare appropriato concentrare l'attenzione non sull'aggregato delle possibilità di consumo, bensì su quale sia l'effetto del protezionismo sulla distribuzione del consumo per livello di reddito.

Il primo elemento da sottolineare appare ovvio ma sarà estremamente importante per le conclusioni. L'applicazione di misure restrittive alle importazioni di beni finali ha un impatto sui consumi di una famiglia attraverso la spesa in merci commerciate internazionalmente. Misure tariffarie (o non tariffarie) hanno l'effetto di aumentare il prezzo di acquisto di beni importati sul mercato nazionale; come un'ulteriore tassa sui consumi. Ne consegue che maggiore è la spesa di una famiglia in beni commercianti internazionalmente e maggiore è la tassazione addizionale a cui questa famiglia è sottoposta. Ovviamente, differenze di reddito tra le famiglie determinano i livelli di spesa. Tuttavia, se la proporzione di spesa in beni commercianti internazionalmente sul totale della spesa delle famiglie non dipendesse dal reddito, allora l'incidenza delle misure protezionistiche sarebbe la stessa indipendentemente dal reddito; ma non è questo il caso.

Fajgelbaum e Khandelwal (2016) mostrano come famiglie con minore reddito spendono proporzionalmente di più nell'acquisto di beni commercianti internazionalmente, in particolare alimentari e abbigliamento. Queste evidenze sono robuste a differenze tra i paesi. In Italia ad esempio, la quota della spesa in generi alimentari nel 2015 è stata 14,7 per cento per gli imprenditori, 15,2 per cento per i dirigenti, 17,2 per cento per i lavoratori autonomi, 19,1 per cento per gli operai e 20,5 per cento per i lavoratori in cerca di occupazione.⁶ L'analisi di Fajgelbaum e Khandelwal (2016) porterebbe dunque a concludere che l'incidenza di misure protezionistiche sulla spesa delle famiglie sia maggiore per le famiglie con minore reddito. Furman et al. (2017) hanno confrontato i panieri di consumo delle famiglie statunitensi in base al reddito al fine di misurare il peso delle tariffe all'importazione su reddito e spesa, nel 2014. Per il 10 per cento più ricco delle famiglie, la percentuale della spesa dovuta a tariffe è 0,46 per cento, pari ad una incidenza sul reddito netto di 0,3 per cento. Per il 10 per cento più povero delle famiglie, la percentuale della spesa dovuta a tariffe è 0,59 per cento pari ad una incidenza sul reddito netto di 1,5 per cento. Sulla base di questa evidenza emerge chiaramente che misure di protezione dal commercio internazionale applicate ai beni di consumo agiscono come una tassa regressiva, ossia la cui incidenza aumenta minore è il reddito.

⁵ Bernard et al. (2009).

⁶ Istat (2016).

Conclusioni

Sebbene la globalizzazione concorra a spiegare l'aumento di disuguaglianza nella distribuzione del reddito, il suo contributo è marginale rispetto al cambiamento tecnologico. Pertanto, dall'adozione di politiche protezionistiche non è dato attendersi alcun contributo determinante alla riduzione della disuguaglianza nella distribuzione del reddito. Sono chiare, invece, le modalità con cui il protezionismo può ostacolare la crescita dell'economia e renderla ancora più iniqua. Da un lato, misure che ostacolano il commercio internazionale di beni per la produzione hanno l'effetto di peggiorare le possibilità produttive delle imprese più efficienti e le possibilità di impiego delle competenze più qualificate. Dall'altro, misure che ostacolano il commercio internazionale di beni destinati al consumo finale riducono in misura maggiore le possibilità di consumo delle famiglie a basso reddito.

Riferimenti bibliografici

Antràs P., Fort T. e Tintelnot F. (2017), *The Margins of Global Sourcing: Theory and Evidence from U.S. Firms*, "American Economic Review".

Autor D., Dorn D. e Hanson G. (2013), *The China Syndrome: Local Labor Market Effects of Import Competition in the United States*, "American Economic Review".

Bernard A., Jensen J., Redding S. e Schott P. (2007), *Firms in International Trade*, "Journal of Economic Perspectives".

Bernard A., Jensen J., Redding S. e Schott P. (2009), *The Margins of US Trade*, "American Economic Review".

Burstein A., Morales E. e Vogel J. (2016), *Changes in Between-Group Inequality: Computers, Occupations, and International Trade*, Mimeo.

Burstein, Ariel e Vogel J. (2016), *International Trade, Technology, and the Skill Premium*, in uscita "Journal of Political Economy".

Feenstra, R. e Hanson G. (2003), *Global Production Sharing and Rising Inequality: A Survey of Trade and Wages*, in Choi, Kwan and James Harrigan (eds), *Handbook of International Trade*.

Fajgelbaum P. e Khandelwal A. (2016), *Measuring the Unequal Gains from Trade*, "The Quarterly Journal of Economics".

Fort T. (2017), *Technology and Production Fragmentation: Domestic versus Foreign Sourcing*, "Review of Economic Studies".

Furman J., Russ K. e Shambaugh J. (2017), *US Tariffs are an Arbitrary and Regressive Tax*, VOX CEPR's Policy Portal.

Grossman G. e Rossi-Hansberg E. (2008), *Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring*, "American Economic Review".

Helpman E. (2011), *Understanding Global Trade*, Cambridge, Harvard University Press.

Helpman E. (2016), *Globalization and Wage Inequality*, Mimeo.

Istat (2016), *Spese per consumi delle famiglie*, 7 luglio 2016.

Johnson R. e Noguera G. (2016), *A Portrait of Trade in Value Added over Four Decades*, "Review of Economics and Statistics".

Stolper W. e Samuelson P. (1941), *Protection and Real Wages*, "Review of Economic Studies".



1.3 L'Unione Europea*

Partita dalla visione di Altiero Spinelli ed Ernesto Rossi nel loro manifesto *Per un'Europa libera e unita*, il 25 marzo 1957 nacque a Roma la Comunità economica europea (Cee), un mercato comune che ha gettato poi le basi dell'Unione Europea così come la conosciamo oggi. I principi di libertà, rispetto della dignità umana, democrazia, uguaglianza e solidarietà su cui è fondata hanno permesso alla gran parte degli oltre 500 milioni di cittadini europei di vivere un periodo di pace che dura dalla fine della seconda guerra mondiale. Attualmente l'Ue, composta da 28 paesi membri, sta forse vivendo il suo periodo più difficile, sia a livello economico⁵² che politico. In risposta a queste complessità e in occasione del 60° anniversario dei trattati di Roma, il 1 marzo 2017 è stato presentato a Bruxelles il *Libro bianco sul futuro dell'Europa*.⁵³ L'idea non è di offrire una sola linea d'azione, una sorta di riforma unica da "prendere o lasciare", ma di delineare le principali sfide e opportunità per l'Ue nei prossimi dieci anni ed esaminare il modo in cui essa cambierà, le scelte che si troverà a fare e le circostanze possibili per una sua evoluzione. In particolare, all'interno del documento, è possibile individuare cinque scenari, ognuno dei quali fornisce uno spaccato di quello che potrebbe essere lo stato dell'Unione da qui al 2025:

- Scenario 1: *Avanti così*

L'Ue si concentra sull'attuazione e il potenziamento del programma di riforme approvato prima nel documento *Un nuovo inizio per l'Europa* del 2014 e poi nella dichiarazione di Bratislava del 2016. Ovvero continuerà a concentrarsi sull'occupazione, la crescita e gli investimenti con l'obiettivo di consolidare il mercato unico e rafforzerà la cooperazione in materia di difesa, di ricerca e di accordi commerciali.

- Scenario 2: *Solo il mercato unico*

La difficoltà nell'agire insieme in alcuni ambiti tra cui migrazione, sicurezza e difesa, farà sì che l'Ue si concentri sempre di più sul mercato unico. Ottenere progressi dipende dalla capacità di concordare le relative politiche e norme; se questo risulta più facile per la libera circolazione delle merci e dei capitali, è invece più complesso per quella dei lavoratori e dei servizi. In questa prospettiva, le divergenze su temi rilevanti come il cambiamento climatico, la lotta all'evasione fiscale, la gestione corretta della globalizzazione e la promozione del commercio internazionale, saranno risolte sempre più a livello bilaterale, caso per caso.

- Scenario 3: *Chi vuole di più fa di più*

Pur preservando l'integrità dell'Unione Europea, potranno nascere "coalizioni dei volenterosi", ovvero raggruppamenti di stati membri che vorranno collaborare in comune in ambiti specifici quali la difesa, la sicurezza interna, la fiscalità o le questioni sociali. Gli statuti degli altri paesi saranno preservati e sarà garantito a chiunque il diritto di associarsi in un secondo momento al gruppo già formato.

- Scenario 4: *Fare meno in modo più efficiente*

L'Ue deciderà di concentrare l'attenzione e le risorse su un numero ristretto di settori, tra cui la ricerca e sviluppo, la decarbonizzazione e la digitalizzazione. Di contro smetterà di intervenire o ridurrà il suo intervento laddove non sarà in grado di portare ulteriore valore aggiunto: lo sviluppo regionale, ad esempio, o la sanità pubblica. In questo modo i cittadini europei

* Redatto da Gabriele Iannotta (Ice) con la supervisione di Giorgia Giovannetti (Università di Firenze).

⁵² Per un'analisi più approfondita cfr. l'approfondimento di S. Micossi, *Trent'anni di mercato interno europeo*, pubblicato in questo Rapporto.

⁵³ Si veda: *Libro bianco sul futuro dell'Europa*, Commissione Europea, 1 marzo 2017. Il testo è consultabile al seguente indirizzo:
https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/libro_bianco_sul_futuro_dell_europa_it.pdf.

saranno aiutati a comprendere meglio le responsabilità dell'Unione e il divario tra promesse e risultati concreti potrà essere limitato.

- **Scenario 5: Fare molto di più insieme**

Si prospetta l'intenzione di condividere in misura maggiore poteri, risorse e processi decisionali in ogni ambito. Questo nuovo livello di cooperazione non potrà che portare a un rafforzamento dell'Unione e dell'Eurozona, entrambe in grado di intervenire sulla scena internazionale con un unico indirizzo. Verrà creata un'Unione Europea della difesa e gli investimenti congiunti nell'innovazione favoriranno l'emergere di grandi poli di ricerca europei.

Ovviamente non c'è ancora la possibilità di sapere con sicurezza quale sia lo scenario più plausibile, ma in un mondo dominato dall'incertezza, l'Ue sta decidendo di seguire e perseguire la strada dell'unione e della collaborazione, piuttosto che quella della frammentazione e dell'isolamento. La conferma più recente arriva dal nuovo *Documento di riflessione sull'approfondimento dell'Unione economica e monetaria*⁵⁴, pubblicato dalla Commissione europea a fine maggio 2017. Pur riconoscendo l'eterogeneità degli stati membri, l'obiettivo condiviso è comunque quello di rafforzare la moneta unica e affrontare insieme le questioni di interesse comune. Verranno delineate una serie di azioni da valutare collettivamente e portare avanti per rafforzare il processo di integrazione europea nel prossimo futuro, in particolare in tre settori chiave: il completamento di un'autentica Unione finanziaria, la promozione di un'Unione economica e di bilancio più integrata e il rafforzamento delle istituzioni dell'Eurozona.

Naturalmente, l'incognita principale è l'impatto di *Brexit* sull'Unione. Per la prima volta, la Ue dovrà infatti negoziare con un ex stato membro il regime di regolamentazione degli scambi commerciali.⁵⁵

1.3.1 La regionalizzazione degli scambi nell'Unione Europea e nell'Eurozona

L'istituzione di un mercato unico europeo fondato sulle quattro libertà di circolazione (beni, servizi, persone e capitali) ha permesso lo sviluppo di un'area di integrazione preferenziale, dalla quale ci si attendono benefici tanto per le imprese quanto per i consumatori. Gli effetti economici delle politiche di integrazione passano principalmente per la loro capacità di suscitare un'intensificazione degli scambi e degli investimenti tra i paesi membri, senza compromettere eccessivamente i rapporti con il resto del mondo.

In questa prospettiva, appare rilevante cercare di valutare il grado effettivo di regionalizzazione degli scambi all'interno dell'Unione Europea. Le analisi svolte in precedenti edizioni di questo Rapporto⁵⁶ hanno riguardato l'entità e l'andamento del grado di regionalizzazione degli scambi internazionali, prendendo in esame tutti i principali accordi preferenziali esistenti e coprendo circa il 90 per cento dei flussi di merci. Questo paragrafo concentra l'attenzione sull'Unione Europea, considerando non soltanto l'insieme dei 28 paesi membri ma anche il sotto-insieme dei 19 paesi dell'Eurozona.

Il grafico 1.30 riporta l'*indice di introversione commerciale regionale*⁵⁷ per l'Ue (28), sia totale che

⁵⁴ Si veda: *Documento di riflessione sull'approfondimento dell'Unione economica e monetaria*, Commissione Europea, 31 maggio 2017. Il testo è consultabile al seguente indirizzo: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/reflection-paper-emu_it_0.pdf

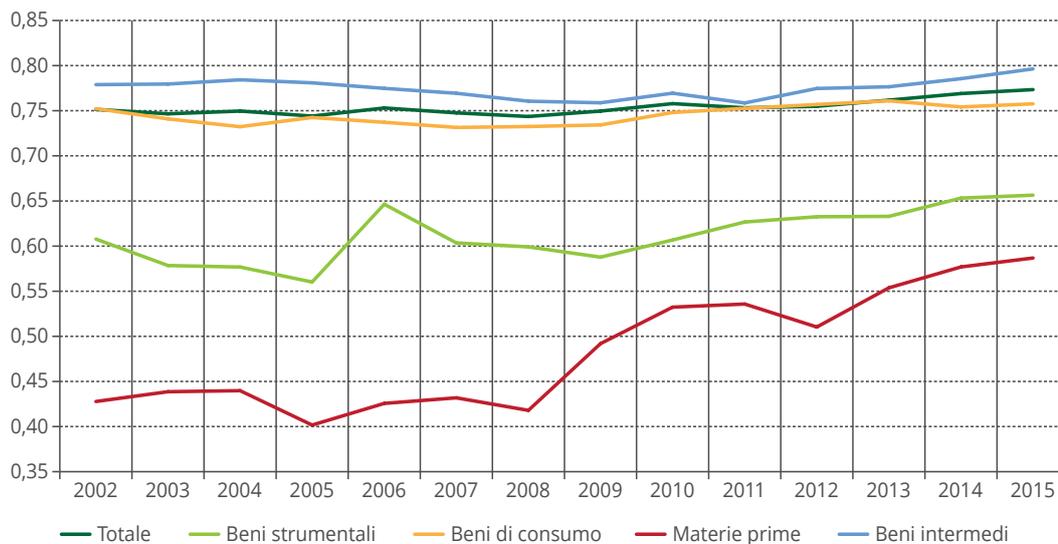
⁵⁵ Si veda l'approfondimento di R. Cappariello *Brexit: una stima dei costi tariffari per i paesi dell'Unione Europea in un nuovo regime di regolamentazione degli scambi commerciali con il Regno Unito*, pubblicato in questo Rapporto.

⁵⁶ Si veda in proposito, ad esempio, l'approfondimento di C. Castelli, *Accordi commerciali preferenziali e regionalizzazione degli scambi*, pubblicato nel Rapporto Ice, *L'Italia nell'economia internazionale 2015-2016*, pp. 81-85.

⁵⁷ Si veda il paragrafo 1.2.6.

settoriale, ovvero un indicatore che misura l'orientamento a commerciare all'interno o all'esterno di una certa area considerata. Esso misura le preferenze rivelate dei partner commerciali di una particolare regione, determinate da una serie di fattori, tra cui la vicinanza geografica, culturale, le politiche commerciali e il maggiore o minore grado di partecipazione delle imprese alle reti produttive internazionali regionali e globali.

Grafico 1.30 - Indici di introversione commerciale (totale e settoriale) per i 28 paesi membri dell'Ue



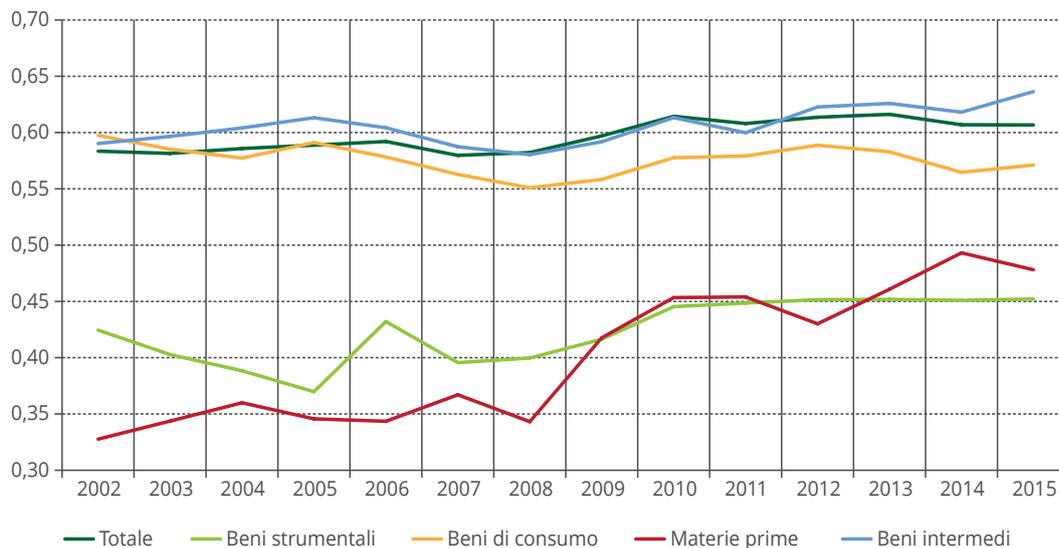
Fonte: elaborazioni Ice su dati Un Comtrade ed Eurostat

Si considerino inizialmente tutti i beni.⁵⁸ Come si può notare, l'Unione Europea rivela un'elevata propensione agli scambi intra-regionali. Tuttavia, l'indice è rimasto abbastanza stabile negli anni duemila e ha manifestato soltanto nell'ultimo triennio una lieve tendenza ascendente. Disaggregando i dati per classi di destinazione economica dei beni, si nota in primo luogo che gli indici di introversione per i beni strumentali e per le materie prime, pur essendo di segno positivo, sono molto più bassi che per le altre categorie, rivelando una maggiore intensità relativa degli scambi extra-regionali. Emerge inoltre più chiaramente, negli anni della crisi globale, la tendenza ascendente degli indici di introversione, soprattutto per le materie prime. Il fatto che gli indici raggiungano i loro livelli più elevati per i beni intermedi sembra suggerire una dimensione prevalentemente regionale delle reti produttive internazionali che alimentano gli scambi di tali beni.

Il grafico 1.31 presenta indici analoghi a quelli discussi nel grafico 1.30 ma limitatamente all'Eurozona, ovvero all'insieme degli stati dell'Ue che adottano l'euro come valuta ufficiale. Come prevedibile, i trend degli indici calcolati sulle diverse categorie di beni sono molto simili a quelli dell'Unione Europea nel suo insieme, dato che la zona euro è composta da 19 dei 28 paesi membri. Tuttavia, nell'Eurozona i livelli medi degli indici, per ciascuna classe di destinazione economica dei beni, risultano inferiori a quelli calcolati per l'insieme dell'Ue, rivelando una maggiore intensità relativa degli scambi extra-regionali.

⁵⁸ Le classi di beni seguono lo Sna (System of National Accounts) in termini della classificazione Bec (Broad Economic Activities). Per informazioni più dettagliate si rimanda al seguente link: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/other_documents/bec/BEC_Rev_4.pdf.

Grafico 1.31 - Indici di introversione commerciale (totale e settoriale) per i 19 paesi membri dell'Eurozona



Fonte: elaborazioni Ice su dati Un Comtrade ed Eurostat

Il mercato dell'Eurozona, dunque, come quello dell'Ue, è caratterizzato da una forte regionalizzazione degli scambi, ma appare comunque relativamente meglio inserito nelle relazioni commerciali con il resto del mondo. Il divario mostra indirettamente l'importanza degli scambi tra i membri dell'Eurozona e gli altri paesi dell'Ue, tra i quali si trovano, tra gli altri, i principali paesi dell'Europa centro-orientale. Si può quindi ipotizzare che i legami commerciali tra i due gruppi di paesi, riconducibili allo sviluppo delle reti produttive intra-Ue, esercitino un effetto di stimolo superiore a quello derivante nell'Eurozona dall'uso di una valuta comune.

1.3.2 La politica commerciale dell'Unione Europea

La politica commerciale dell'Unione Europea influisce sull'orientamento degli scambi e degli investimenti con i paesi terzi ed è gestita dalla Direzione generale per il commercio sotto l'autorità del Commissario europeo per il commercio.

Mantenere aperti i mercati è essenziale per favorire la ripresa dell'economia europea dopo la grave crisi degli ultimi anni. In quest'ottica, la comunicazione del 14 ottobre 2015, dal nome *Commercio per tutti - verso una politica commerciale e di investimento più responsabile*⁵⁹ mira a ridefinire la strategia di politica commerciale dell'Unione Europea, in uno scenario caratterizzato dalla crescente importanza delle reti produttive internazionali, dallo sviluppo degli scambi di servizi e dei connessi movimenti di persone e dalla rivoluzione digitale dei modi di produzione. Il documento ribadisce la necessità di rendere la politica commerciale dell'Unione più efficace nel perseguire i suoi obiettivi di apertura dei mercati, in particolare per le piccole e medie imprese. Al tempo stesso, tale politica dovrà essere più trasparente per i cittadini e più responsabile nella promozione dei valori su cui è basata l'integrazione europea, che includono il sostegno ai diritti umani e ai diritti dei lavoratori, la tutela dell'ambiente, della salute e dei consumatori, lo sviluppo economico e la lotta alla corruzione. Questi obiettivi vanno perseguiti sia all'interno del

⁵⁹ European Commission (2015), *Trade for all: towards a more responsible trade and investment policy*. Il testo integrale della comunicazione è consultabile sul sito della Commissione Europea al seguente indirizzo: http://trade.ec.europa.eu/doclib/cfm/doclib_results.cfm?docid=153846.

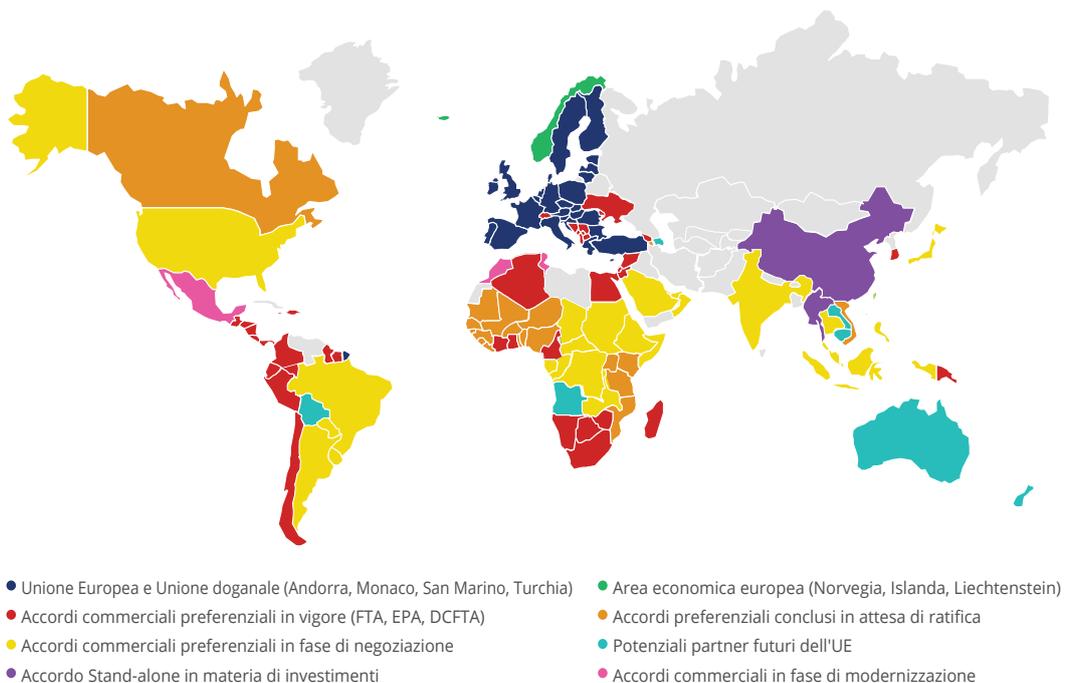
sistema multilaterale dell'Omc, sia nelle relazioni bilaterali con i partner dell'Unione ed è essenziale la massima coerenza tra le politiche commerciali e le altre dimensioni dell'azione interna ed esterna dell'Unione.

La visione che ispira il documento è basata sull'idea che mercati internazionali aperti, prevedibili ed equi siano utili per promuovere la crescita sostenibile e lo sviluppo dell'occupazione. Nello scenario globale, l'Unione Europea resta in una posizione dominante, sia negli scambi di beni e servizi, sia negli investimenti diretti esteri. Il commercio estero non è mai stato così importante per l'economia europea, con più di 30 milioni di posti di lavoro creati dalle attività di export. Il suo sviluppo, intrecciato con la crescita delle catene globali di valore, è fondamentale per facilitare lo scambio di idee, competenze e innovazione.

I recenti accordi commerciali preferenziali

Attualmente l'Unione Europea è partner di 39 accordi commerciali in vigore e ne ha conclusi 9 nel 2016.⁶⁰ Il grafico 1.32 mostra lo stato attuale dei vari trattati.

Grafico 1.32 - Mappa degli accordi commerciali dell'Ue



Fonte: European Commission, Overview of Fta and other trade negotiations, maggio 2017

⁶⁰ In particolare, sono stati conclusi accordi di diverso tipo con alcuni paesi vicini come l'Ucraina (gennaio 2016), la Georgia (luglio 2016), il Kosovo e la Moldavia (entrambi nell'aprile 2016), ma anche con paesi in Africa (Costa d'Avorio, settembre 2016, Ghana, dicembre 2016 e Comunità di sviluppo dell'Africa meridionale, Sadc, ottobre 2016), in Asia (Kazakistan, aprile 2016) e in Nordamerica (Canada, ottobre 2016).

Per avere un quadro più definito della complessa rete di accordi dell'Unione Europea, è utile ricostruire sinteticamente la sua evoluzione recente.⁶¹ Esistono tre tipologie di trattati:

- Unioni doganali, con l'intento di eliminare i dazi doganali e le altre barriere agli scambi bilaterali e stabilire tariffe doganali comuni nei confronti dei paesi terzi;
- Accordi di associazione, Accordi di stabilizzazione, Accordi di libero scambio, Accordi di partenariato economico, che hanno l'intento di rimuovere o ridurre le tariffe doganali e le altre barriere agli scambi bilaterali, senza prevedere politiche commerciali esterne comuni;
- Accordi di partenariato e cooperazione, che hanno l'intento di fornire un quadro generale per le relazioni economiche bilaterali, senza impegni specifici in campo commerciale.

Nord America

Stati Uniti: nel giugno del 2013 i governi dell'Unione Europea hanno conferito alla Commissione un mandato per negoziare il Partenariato transatlantico sul commercio e gli investimenti (Transatlantic Trade and Investment Partnership, Ttip). Si tratta di un accordo commerciale con gli Stati Uniti che ha come obiettivo quello di generare benefici per cittadini e imprese attraverso l'apertura reciproca dei mercati, la riduzione degli oneri amministrativi per le imprese e la definizione di nuove norme per rendere più agevole ed equo esportare, importare e investire oltreoceano. Finora si sono tenuti 15 incontri, di cui l'ultimo nell'ottobre del 2016. Dopo tre anni di intensi negoziati, la trattativa è tuttavia in stallo, a seguito del nuovo corso dell'amministrazione statunitense.⁶² Il negoziato si presentava complesso già prima, per via degli argomenti affrontati e per l'inclusione di molte questioni sensibili (tra cui gli effetti derivanti dall'armonizzazione e dal mutuo riconoscimento di standard alimentari e ambientali, o della ben nota clausola Investor-State Dispute Settlement, Isds), su cui anche Francia e Germania non hanno mancato di sollevare delle perplessità, ma l'Unione Europea è intenzionata a mantenere il suo impegno.

Canada: il 28 ottobre 2016 il Consiglio dell'Unione Europea ha approvato l'Accordo economico e commerciale globale (Comprehensive Economic and Trade Agreement, Ceta) con il Canada. Il trattato, dopo essere stato firmato il 30 ottobre durante il summit Ue-Canada svoltosi a Bruxelles, è stato approvato dal Parlamento europeo il 15 febbraio 2017 ed è in attesa di essere ratificato dai parlamenti nazionali per poter entrare pienamente in vigore. Il Ceta mira a sostenere la crescita e la creazione di posti di lavoro attraverso l'eliminazione dei dazi doganali, l'apertura dei mercati dei servizi, la riduzione dei costi per gli esportatori, la partecipazione delle imprese agli appalti pubblici e agevolazioni per gli investimenti, sia in entrata che in uscita. Va rilevato che uno degli aspetti più criticati, il meccanismo di risoluzione delle controversie investitore-stato (Isds), è stato sostituito da un nuovo sistema giudiziario per la protezione degli investimenti (Investors Court System, Ics).

Asia

Giappone: dal 29 novembre 2012 sono in corso i negoziati per un Accordo di libero scambio tra Giappone e Unione Europea. Entrambe le parti sono intenzionate a concludere il prima possibile ma dopo il diciottesimo incontro nella prima settimana di aprile 2017, la firma non è ancora arrivata. Il trattato prevede, tra l'altro, il riconoscimento di oltre 200 specialità europee certificate, l'apertura dei mercati dei servizi e mira a promuovere l'occupazione tramite l'incremento dell'export.

Cina: l'avvio dei negoziati per un nuovo Accordo di partenariato e cooperazione con la Cina è stato approvato dal Consiglio nel dicembre del 2005. Solo nel 2013, però, è stato formalmente

⁶¹ European Commission (2017), *Overview of Fta and other trade negotiations*. Il testo è consultabile al seguente indirizzo: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/december/tradoc_118238.pdf.

⁶² Si veda anche il paragrafo 1.2.6.

annunciato un piano per la promozione degli investimenti, basato sulla volontà di rimuovere da entrambe le parti le barriere per l'accesso ai mercati e di garantire un alto livello di protezione sia per gli investimenti che per gli investitori. L'intento è quello di sostituire i 27 accordi bilaterali per gli investimenti esistenti tra i paesi membri dell'Ue (a eccezione dell'Irlanda) e la Cina con uno solo. Le trattative sono ben avviate: nel 2016 si è arrivati alla stesura di un testo negoziale e un nuovo incontro è già stato fissato per luglio 2017. Per quanto riguarda, invece, il riconoscimento della Cina come economia di mercato, l'Ue mantiene la sua opinione contraria. Il 19° vertice bilaterale, svoltosi a Bruxelles l'1-2 giugno 2017, si è risolto con un nulla di fatto.

Paesi Asean: nel luglio del 2007 sono iniziate le negoziazioni per un Accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e 7 stati dell'Associazione delle nazioni del sud-est asiatico (Association of Southeast Asian Nations, Asean), ovvero Filippine, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Singapore, Thailandia e Vietnam. L'obiettivo iniziale di creare un unico accordo interregionale sembra di difficile attuazione, a causa dei differenti livelli di sviluppo dei paesi, del ritardo nel processo di transizione democratica del Myanmar e del golpe militare del 2014 in Thailandia. Le trattative stanno dunque procedendo in forma bilaterale e sono in dirittura di arrivo con Singapore e Vietnam.

India: Un ambizioso progetto di un ampio Accordo di libero scambio tra le parti ha preso avvio nel giugno del 2007. Dopo 12 incontri caratterizzati da una situazione di stallo, il 30 marzo 2016, durante il summit Ue-India a Bruxelles, è stata annunciata l'approvazione della Eu-India Agenda for Action-2020, una *roadmap* che guidi e rafforzi il partenariato nei prossimi anni.⁶³

America Latina

Messico: nel maggio del 2016 sono iniziate le trattative per modernizzare l'Accordo globale in vigore dal 1997. L'incontro di Bruxelles del 3-7 aprile 2017 ha portato alla presentazione di nuove proposte praticamente in ogni capitolo: mercati (beni, servizi e investimenti), barriere tecniche al commercio, regole di concorrenza, strumenti di difesa commerciale, di risoluzione delle dispute, trasparenza e sviluppo sostenibile. La visita del Commissario europeo per il commercio a Città del Messico dell'8-9 maggio 2017 non solo ha confermato gli ottimi rapporti con il governo messicano, ma anche l'intento di concludere l'accordo per la fine dell'anno.⁶⁴

Ecuador: dal 1 gennaio del 2017 l'Ecuador è entrato a far parte dell'Accordo commerciale già in vigore tra l'Unione Europea, la Colombia e il Perù. Il trattato prevede una progressiva liberalizzazione attraverso regole sugli scambi equilibrate, che favoriscano la competitività dei mercati andini.

Paesi Acp (Africa, Caraibi e Pacifico)

Con la Convenzione di Lomé prima (febbraio 1975) e di Cotonou poi (giugno 2000) si sono delineate le basi per gli Accordi di partenariato economico (Economic Partnership Agreements, Epa) tra l'Unione Europea e 79 stati tra Africa, Caraibi e Pacifico. Essi promuovono la cooperazione allo sviluppo, nei suoi aspetti politici, economici e commerciali e vengono revisionati ogni cinque anni per verificarne i risultati e stabilire nuovi obiettivi. Gli accordi mirano anche a favorire l'integrazione regionale tra i paesi partner e per questo sono stati negoziati non soltanto in forma bilaterale con i singoli paesi, ma anche a livello inter-regionale.

⁶³ Il documento è consultabile al seguente indirizzo: <http://www.consilium.europa.eu/en/meetings/international-summit/2016/03/30/>.

⁶⁴ Si veda il comunicato della Commissione: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1659>.

Trent'anni di mercato interno europeo

di Stefano Micossi *

Il quadro d'insieme

L'obiettivo dell'integrazione economica occupava un posto di primo piano nel Trattato di Roma del 1957, nella forma specifica di un mercato interno comune basato sulla libera circolazione di beni, servizi e fattori produttivi (lavoro e capitale). Oltre ad essere un'area di libero scambio e un'unione doganale con tariffa esterna comune, il modello del mercato comune aveva come obiettivo la rimozione delle barriere tecniche che derivano dalle norme nazionali a tutela della salute, della sicurezza e dell'ambiente, nonché, in misura limitata, delle barriere fiscali.

Tre profili assumono rilievo al riguardo. In primo luogo, l'integrazione non implica solo l'eliminazione delle barriere (integrazione negativa), ma anche l'armonizzazione delle norme che stabiliscono gli standard di tutela delle preminenti esigenze di interesse generale, da applicare in tutto il mercato interno (integrazione positiva). In secondo luogo, il problema di eliminare e prevenire le barriere si pone anche per i comportamenti che sono in grado di alterare la parità di condizioni tra gli operatori economici (il *level playing field*) dopo l'apertura del mercato, quali le misure protezionistiche e i sussidi pubblici concessi da uno stato alle imprese nazionali o le condotte anticoncorrenziali delle imprese. Queste distorsioni vengono affrontate con la politica di concorrenza e in particolare con il controllo degli aiuti di stato, un sistema peculiare della costruzione europea che vincola in via diretta gli stati membri. In terzo luogo, l'apertura del mercato e la liberalizzazione non precludono l'intervento pubblico, ad esempio la politica agricola comune per la tutela dell'ambiente o le politiche di coesione che aiutano le economie più deboli a sostenere l'impatto dell'apertura del mercato. Le politiche comuni sono attuate di norma dalla Commissione, spesso sotto la supervisione del Consiglio mediante comitati specializzati.

Già nei primi anni della Comunità economica europea, la Corte di giustizia si distinse come protagonista del processo di integrazione, attraverso l'attività giurisdizionale (*adjudication*) e le pronunce pregiudiziali sulle questioni di interpretazione del Trattato sollevate dai giudici nazionali. Il ruolo cruciale della Corte è emerso con le decisioni che hanno sancito l'effetto diretto del diritto comunitario¹ e la sua preminenza sulla legislazione nazionale nelle aree di competenza della Comunità,² preparando il terreno a successive pronunce di estrema importanza per l'evoluzione del quadro giuridico in tema di mercato interno, quali *Reyners*, *Dassonville* e *Cassis de Dijon*.³

Il programma del mercato interno fu formalmente lanciato dal *Libro bianco sul completamento del mercato interno*, pubblicato dalla Commissione nel giugno del 1985 e approvato dal Consiglio europeo di Milano alla fine dello stesso mese. Il messaggio principale, fondato sulla giurisprudenza *Cassis de Dijon*, era che non occorre perseguire l'armonizzazione quando gli ostacoli alla libera circolazione possono essere superati applicando la *rule of reason* della tutela equivalente. Secondo questo approccio, le misure di armonizzazione devono essere limitate alle restrizioni che potrebbero risultare giustificate in base alle ragioni imperative consentite dal Trattato e che, quindi, possono essere eliminate solo attraverso una normativa che elevi il livello comune di tutela in quel dato settore, riconoscendo le legittime preoccupazioni degli stati membri e ripristinando la libertà di circolazione.

* Direttore generale di Assonime, presidente del Consiglio scientifico della LUISS School of European Political Economy (Sep) e membro del consiglio di amministrazione della Cassa depositi e prestiti e del Centre for European Policy Studies (Ceps) di Bruxelles. Nel maggio dell'anno scorso è stato nominato Professore onorario del Collegio d'Europa, dove aveva insegnato per oltre vent'anni.

1 Van Gend & Loos (1963), *causa 26/62*.

2 Costa vs. Enel (1964), *causa 6/64*.

3 Reyners (1974), *causa 2/74*; Dassonville (1974), *causa 8/74*; Rewe-Zentrale AG (1979), *causa 120/78*.





Nel Libro bianco erano incluse proposte di modifica del Trattato volte a semplificare ed accelerare il procedimento legislativo. Nei mesi successivi una conferenza intergovernativa raggiunse rapidamente un accordo su tali proposte portando così all'Atto unico europeo, firmato nel febbraio 1986 ed entrato in vigore il 1° luglio 1987. L'Atto unico europeo conteneva la definizione di mercato interno come "uno spazio senza frontiere interne, nel quale è assicurata la libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali" (attuale articolo 24 del Tfu) e introduceva il voto a maggioranza (qualificata) nel Consiglio per le misure relative al mercato interno, nonché una nuova procedura di cooperazione con il Parlamento europeo, che in seguito avrebbe condotto al sistema di co-decisione del Trattato di Maastricht. Avvalendosi della nuova base giuridica per le misure del mercato interno (articolo 100A del Trattato Cee, oggi 114 Tfu) la Commissione elaborò il Nuovo approccio alla normativa mercato interno, nel quale le misure legislative si limitano a fissare i requisiti essenziali di tutela, rinviando le specifiche tecniche agli standard volontari sviluppati da organismi europei di standardizzazione.

Il Libro bianco elencava circa 300 misure di armonizzazione, principalmente relative ai beni, che vennero in larga misura approvate entro la scadenza prestabilita del 1992. Ulteriori direttive di armonizzazione furono adottate negli anni successivi per aprire alla concorrenza determinati servizi – specialmente nel settore dei servizi a rete (dalle telecomunicazioni all'energia, ai trasporti e ai servizi postali) e finanziari.

Nelle reti, la presenza di rendimenti crescenti e in alcuni casi di strutture di mercato caratterizzate da monopolio naturale ha inevitabilmente spinto le iniziative in tema di mercato interno oltre l'apertura del mercato, verso misure di regolazione volte ad assicurare il libero accesso dei concorrenti e un *level playing field* nella prestazione di servizi agli utenti finali. I servizi a rete sono anche, di norma, servizi di interesse generale; l'articolo 86 del Trattato Ce (oggi 106 Tfu) offriva la flessibilità necessaria per garantire che tali servizi fossero soggetti al principio di libera circolazione e alle regole di concorrenza senza che ne fosse pregiudicata la specifica missione. Le tensioni con alcuni stati membri dovute al difficile equilibrio tra istanze sociali nazionali e regole del mercato interno condussero, con i Trattati di Amsterdam e di Nizza, a una nuova disposizione – articolo 16 del Trattato Ce, oggi 14 Tfu – che riaffermava l'importanza dei servizi di interesse generale nell'ambito dei "valori comuni dell'Unione". Il protocollo 26 dei Trattati chiarisce che ciò include il rispetto dell'autonomia delle autorità nazionali, ad ogni livello di governo, nel fornire e organizzare i servizi di interesse pubblico, fermo restando il potere dell'Unione di controllare che le modalità di prestazione siano conformi alle regole del mercato interno.

Ulteriori progressi nelle politiche del mercato interno sono stati raggiunti rafforzando le "politiche di accompagnamento", in particolare con l'approvazione del Regolamento (Cee) 4064/89 sul controllo delle concentrazioni e con le nuove politiche economiche di coesione e in tema di ricerca e sviluppo, finanziate mediante cospicue risorse di bilancio. Queste misure sono complementari, in quanto garantiscono alle economie più deboli risorse aggiuntive per sostenere l'aumento della pressione concorrenziale generato dall'apertura del mercato e dall'attesa concentrazione industriale. La moneta unica fu creata per rafforzare l'integrazione e gli effetti della concorrenza sul mercato interno, migliorando la trasparenza dei prezzi, riducendo i costi delle transazioni transfrontaliere ed eliminando il rischio del tasso di cambio. Per ragioni non ancora completamente chiare, mentre vi sono stati effetti positivi sulla crescita, l'integrazione dei mercati è stata meno marcata di quanto si prevedeva e la produttività di molti paesi dell'Area dell'euro è peggiorata invece di migliorare.

Una volta completata l'adozione delle misure legislative indicate dal Libro bianco, divenne evidente che importanti attività economiche non erano coperte e che, per molti versi, le norme esistenti non riuscivano a produrre una effettiva integrazione. Inoltre, il cambiamento del contesto economico, anche in ragione della globalizzazione, lo sviluppo delle nuove tecnologie e l'accresciuto risalto delle questioni ambientali nella politica pubblica contribuivano in modo importante a definire l'agenda legislativa, con

nuove istanze provenienti dalla collettività e dagli stati membri (*widening*) e la necessità di rivedere e adattare di continuo le norme esistenti (*deepening*). Ciò si riflette nel moltiplicarsi degli esercizi di valutazione strategica e dei piani volti a completare il mercato interno. Il completamento del mercato interno è divenuto infatti un obiettivo mobile, che richiede un adattamento costante. Una sintesi delle principali iniziative incluse nel Libro bianco e dei successivi provvedimenti normativi è contenuta nella tavola 1.

Il rapporto Monti del 2010 metteva in luce alcune idee che erano progressivamente emerse nelle strategie per il mercato interno del decennio precedente, vale a dire la questione di legittimità socio-politica che accompagna l'apertura dei mercati e l'esigenza di ricostituire un consenso popolare attorno agli obiettivi del mercato interno. Il rapporto sottolineava l'importanza di sfruttare le opportunità del mercato interno a vantaggio dei consumatori, promuovendo strategie di crescita sostenibile sul piano ambientale e riesaminando il punto di equilibrio tra le libertà del mercato interno e i diritti e le aspettative dei lavoratori, dopo le tensioni provocate soprattutto dalle regole europee sul distacco dei lavoratori e le relative pronunce della Corte di giustizia, ad esempio nel caso Laval.⁴

Nel corso del tempo, questi più ampi obiettivi hanno trovato riconoscimento nel Trattato, con i nuovi titoli dedicati alla tutela dei consumatori e alla politica sociale.

Due importanti iniziative di apertura del mercato sono state intraprese nello scorso decennio nel settore dei servizi in generale e in quello specifico dei servizi finanziari. La prima è stata stimolata da un rapporto pubblicato nel 2002 dalla Commissione sullo "Stato del mercato interno dei servizi", che descriveva dettagliatamente lo scarso grado di integrazione del settore, le principali barriere giuridiche e il loro impatto sull'economia, soprattutto sulle piccole e medie imprese e i consumatori. La direttiva Servizi, 2006/123/CE approvata dal Parlamento europeo e dal Consiglio nel 2006 e che avrebbe dovuto essere applicata a partire dal 2009, costituiva una risposta adeguata, ma è rimasta largamente inattuata.

Tavola 1 - Il mercato interno europeo (1985-2015): un quadro generale

Beni	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mutuo riconoscimento (C.Giust., <i>Cassis de Dijon</i> 1979) ✓ Atto unico europeo (1986) → il mercato interno come compito della Comunità; nuova procedura legislativa maggioranza qualificata (in co-decisione con il Pe) e armonizzazione dei requisiti essenziali ✓ Standard tecnici volontari di conformità
Servizi (stabilimento e prestazione transfrontaliera)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ C. Giust.: dalle discriminazioni alle restrizioni à test dell'accesso al mercato e principio dell'interesse pubblico (<i>Vlassopoulou</i> 1989 e <i>Gebhard</i> 1994 sul diritto di stabilimento; <i>Sager</i> 1990 e <i>Gouda</i> 1989 sulla libera prestazione di servizi)
<i>Regime generale</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dir. 2006/123 → principi orizzontali applicabili a tutti i servizi, tranne quelli già armonizzati e alcune specifiche attività
<i> Mercati Finanziari</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 'Passaporto unico' basato su criteri armonizzati ✓ Vigilanza delle istituzioni finanziarie da parte del paese d'origine; controllo nel paese di destinazione per attività d'impresa, tutela del consumatore e stabilità 'sistemica' del mercato domestico ✓ Servizi di investimento e infrastrutture del mercato finanziario (MiFID II 2014/65, MiFIR 600/2014) ✓ Sistema europeo di vigilanza finanziaria che include: (i) Comitato europeo per il rischio sistemico; (ii) Autorità di vigilanza europee (Eba, Eiopa, Esma) ✓ Pacchetto sull'Unione bancaria: Meccanismo di vigilanza unico, Meccanismo di risoluzione unico e Direttive sui sistemi di garanzia dei depositi e sui sistemi di risoluzione delle banche; pacchetto CRD IV sui requisiti patrimoniali e la vigilanza prudenziale
<i>Servizi di interesse generale</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Il Trattato di Amsterdam introduce l'articolo 14 Tfu, che stabilisce una nuova base giuridica per la legislazione sui Sieg; in seguito rafforzato dal Protocollo 26 sui Sig (Trattato di Lisbona) →

⁴ Laval (2007), causa C-341/05.



APPROFONDIMENTI

<i>Industrie a rete</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Per telecomunicazioni, gas ed elettricità, servizi postali, ferrovie: apertura dei mercati (gradi diversi) e regolazione pro concorrenziale (accesso alla rete, separazione della fornitura del servizio dall'infrastruttura); in alcuni casi fissazione di obblighi di servizio universale✓ Reti di regolatori europei in funzione complementare alle autorità nazionali (es. Berec, Acer)✓ Misure di liberalizzazione per il trasporto aereo, stradale e marittimo
Capitali	<ul style="list-style-type: none">✓ Piena libertà di circolazione (Dir. 88/361)✓ Trasparenza e integrità del mercato: Prospetto (Dir. 2003/71, in fase di revisione); Trasparenza (Dir. 2004/109, modificata nel 2013); Abusi di mercato (Reg. 596/2014 e Dir. 2014/57 che armonizza le sanzioni penali); Diritti degli azionisti (Dir. 2007/36)✓ Mercato del controllo societario; Dir. OPA 2004/25✓ Mobilità delle società: Statuto della Società Europea (Dir 2001/86 sul coinvolgimento dei lavoratori; Reg. 2157/2001 su stabilimento e governo societario → approccio della 'sede effettiva', in parte riformato dalla C.Giust.)✓ Piano d'azione per l'Unione dei mercati dei capitali 2015
Persone	
<i>Lavoratori</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Circolazione dei lavoratori e diritto di residenza, parità di trattamento riguardo alle condizioni di lavoro e ai benefici sociali e fiscali (Reg. 492/2011)✓ Diritti a pensione complementare (Dir. 98/49); coordinamento dei sistemi di sicurezza sociale (Reg. 883/2004)✓ Distacco dei lavoratori Dir. 96/71 (in fase di revisione)
<i>Professionisti</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Mutuo riconoscimento delle qualifiche professionali con requisiti minimi di formazione; da direttive settoriali ad approccio orizzontale (Dir. 2005/36, modificata dalla Dir. 2013/55 → tessera professionale europea)
<i>Individui</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Trattato di Maastricht → introduzione della cittadinanza europea, che include il diritto a circolare e fissare liberamente la propria residenza nell'UE✓ Disciplina in tema di libertà di circolazione e residenza (temporanea e permanente) per cittadini europei e loro familiari nella Dir. 2004/38
Orizzontali	
<i>Contratti pubblici</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Coordinamento delle procedure di aggiudicazione dei contratti pubblici per lavori, forniture e servizi al di sopra di determinate soglie (con regole distinte per i settori delle <i>utilities</i>): Dir. 2014/24 e Dir. 2014/25✓ Nuove regole per le concessioni (Dir. 2014/23), che impongono requisiti minimi per i criteri di selezione e aggiudicazione e una durata limitata
<i>Proprietà intellettuale</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Regole armonizzate su diritto d'autore (Dir. 2001/29), marchi (Dir. 2015/2436), disegni industriali (Dir. 98/71), invenzioni biotecnologiche (Dir. 98/44), segreti commerciali (Dir. 2016/943)✓ Protezione a livello Ue: marchio Ue (Reg. 207/2009, modificato dal Reg. 2015/2424); disegni e modelli comunitari (Reg. 6/2002); brevetto unitario europeo (Reg. 1257/2012 e Reg. 1260/2012)✓ Procedure per la tutela dei Dpi dalla contraffazione e dalla pirateria (Dir. 2004/48); Tribunale unificato dei brevetti, non ancora operativo
<i>Protezione dei consumatori e tutela dei dati personali</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Salute e sicurezza: Dir. 2001/95 sulla sicurezza generale dei prodotti; Reg. 178/2002 sulla sicurezza degli alimenti✓ Interessi economici dei consumatori: armonizzazione minima sulla responsabilità da prodotto difettoso (Dir. 85/374), garanzie nelle vendite (Dir. 1999/44), credito al consumo (Dir. 2008/48), clausole vessatorie (Dir. 93/13), pacchetti turistici (Dir. 2015/2302); approccio di armonizzazione completa per pratiche commerciali scorrette (Dir. 2005/29) e diritti dei consumatori (Dir. 2011/83, compresi i contratti a distanza e il diritto di recesso)✓ Cooperazione tra le autorità nazionali a tutela dei consumatori (Reg. 2006/2004, in fase di revisione)✓ Regolamento generale sulla protezione dei dati personali 2016/679; <i>e-privacy</i> (Dir. 2002/58, in fase di revisione)
<i>Economia digitale</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ E-commerce (Dir. 2000/21): obblighi informativi per attività e contratti online, trasparenza delle comunicazioni commerciali, limiti alla responsabilità dei fornitori del servizio✓ Firma elettronica (Reg. 910/2014), <i>e-money</i> (Dir. 2009/110), servizi di pagamento (Dir. 2015/2366)✓ Strategia per un mercato interno digitale (2015) con proposte legislative su tutela del consumatore nelle vendite online, consegna dei pacchi, <i>geoblocking</i>

La seconda iniziativa consiste nel decennale tentativo di integrare i mercati finanziari e istituire una struttura regolatoria sovranazionale per i servizi finanziari, in risposta ai ripetuti episodi di instabilità. Due rapporti, l'uno preparato all'inizio dello scorso decennio da un gruppo di esperti sotto la guida di Alexandre Lamfalussy (che avrebbe portato al cosiddetto Piano d'azione sui servizi finanziari, da completare entro il 2005) e l'altro preparato da Jacques de Larosière alla fine del decennio, indicavano una serie di interventi per rimuovere le restrizioni ancora esistenti nei mercati dei valori mobiliari e creare un nuovo sistema regolatorio in grado di evitare una ripetizione della drammatica crisi finanziaria del 2008-2009. La crisi del debito sovrano e del sistema bancario nell'Area dell'euro, all'inizio del decennio, convinse i governi e i regolatori ad alzare la posta in gioco e procedere verso una piena unione bancaria (oggi in fase avanzata) e un'unione dei mercati dei capitali (ancora a un primo stadio di sviluppo).

Misure legislative orizzontali sempre più ambiziose sono state adottate nel settore dei contratti pubblici (relativi a beni, servizi, lavori e concessioni), ancora ostinatamente protetto dalle autorità nazionali, e in quello della proprietà intellettuale. Quest'ultimo è ovviamente di importanza cruciale per incoraggiare a livello europeo la circolazione delle nuove tecnologie e lo sviluppo delle applicazioni innovative, superando la tendenza tradizionale a privilegiare la protezione dell'investitore rispetto alla diffusione delle nuove idee.

Infine, più di recente, è stata intrapresa un'iniziativa globale per realizzare un mercato interno digitale, che consenta all'Unione di sfruttare appieno il potenziale economico delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Questo programma copre una vasta gamma di temi e attività, organizzate attorno a tre macro obiettivi: a) un migliore accesso di consumatori e imprese a beni e servizi offerti sui mercati online; b) un quadro normativo adeguato e un contesto favorevole alla concorrenza tra operatori; c) sicurezza e affidabilità delle infrastrutture Ict.

L'accesso al mercato

Il mercato interno è costruito su un modello di regolazione innovativo, che mira ad aprire i mercati degli stati membri alla libera circolazione rispettando, per quanto possibile, la diversità delle istituzioni e degli approcci regolatori nazionali. È un modello peculiare di integrazione nella diversità, senza precedenti nella storia della regolazione, per il quale le diverse normative nazionali in tema di sicurezza, salute e tutela del consumatore coesistono e si applicano contemporaneamente all'interno di ciascuno stato membro.

Questo approccio si fonda sulla storica sentenza della Corte di giustizia nel caso *Cassis de Dijon* del 1978, che stabilì il principio del mutuo riconoscimento delle regole nazionali. Con un solo colpo venne resa illegale una moltitudine di barriere tecniche alla libera circolazione dei beni, liberando così la Commissione europea dal compito di eliminarle per via legislativa. Successive sentenze affinarono il principio e ne estesero l'applicazione ai servizi e agli individui intenzionati a stabilirsi e lavorare in uno stato membro diverso da quello di origine.

L'altro elemento chiave per la costruzione del mercato interno era la disponibilità di una base giuridica più flessibile per l'adozione degli atti legislativi; l'esigenza fu soddisfatta con l'Atto unico europeo, che introdusse nel Trattato Cee l'articolo 100 A (oggi articolo 114 Tfu). Con la nuova base giuridica, l'armonizzazione seguì tre linee direttrici:

- (i) norme sostanziali che armonizzano le regole in tema di sicurezza, salute e tutela dei consumatori, fissando i requisiti essenziali, e standard europei applicabili su base volontaria che conferiscono una presunzione di conformità con i requisiti armonizzati;



(ii) norme di tipo procedurale volte a migliorare la trasparenza delle informazioni su regole e standard tecnici nazionali e, in seguito, sui contratti pubblici; in base alla direttiva 83/189/Cee la mancata notifica di queste misure alla rete europea di valutazione reciproca ne determina la nullità; la procedura di informazione, introdotta in origine per i beni, fu successivamente estesa alle misure tecniche per i servizi;

(iii) estensione in via legislativa del mutuo riconoscimento, in particolare nel campo delle qualifiche professionali e in quello dei servizi.

La combinazione del principio del mutuo riconoscimento con i tre ambiti dell'attività legislativa europea ha comportato una svolta radicale nella filosofia economica: l'apertura del mercato è posta al centro delle politiche economiche non solo per stimolare la crescita, ma anche per migliorare il benessere dei cittadini. Il voto a maggioranza implica che i governi possano talvolta essere costretti ad accettare un significativo distacco dalle politiche e tradizioni normative nazionali. Mentre la cultura dell'accordo, prevalente in Europa, si è normalmente tradotta nella riluttanza a decidere con il voto a maggioranza, la possibilità stessa di procedere al voto aumenta la disponibilità dei membri del Consiglio a raggiungere un compromesso.

Le politiche comuni hanno preso atto delle istanze degli stati membri e dei cittadini e sviluppato strumenti per trovare un punto di equilibrio soddisfacente tra l'obiettivo della libera circolazione e le preferenze nazionali nel definire il modello di tutela accettabile.

L'apertura dei mercati attraverso la legislazione

Negli ultimi trenta anni, enormi progressi sono stati compiuti nell'attuazione della normativa relativa al mercato interno per l'apertura dei mercati. Oramai la maggior parte delle attività economiche è coperta dalle regole per il mercato interno e un ulteriore salto nell'integrazione verrà dalla nuova strategia per il mercato digitale, che mira ad estendere ambiziosamente l'apertura del mercato alle transazioni on-line. Tuttavia, l'attuazione della legislazione non è omogenea.

Il mutuo riconoscimento svolge un ruolo importante per il funzionamento del mercato interno sia per i beni che per i servizi, in particolare nel riconoscimento delle qualifiche professionali (per i servizi, il commercio intra-europeo è inferiore rispetto ai beni - circa il 6 per cento del Pil dell'Ue contro il 22 per cento dei beni - ma è in costante aumento negli ultimi anni).

Nella pratica però, il mutuo riconoscimento è ostacolato da numerosi fattori quali le incertezze legislative, l'eccesso di burocrazia e la scarsa consapevolezza tra individui, imprese e amministrazioni pubbliche, nonostante gli sforzi per semplificarne l'applicazione con il Regolamento (Ce) 764/2008. La direttiva Servizi non ha avuto gli effetti sperati circa la rimozione dei requisiti eccessivi - se non addirittura illegali - richiesti per l'autorizzazione per l'avvio di un'attività, né riguardo alla riduzione della durata delle autorizzazioni e dei requisiti necessari per la registrazione presso le camere di commercio locali o le associazioni professionali. L'attuazione delle direttive sugli appalti non è uniforme e in alcuni paesi il numero dei contratti per appalti pubblici con procedure di gara aperte rimane ben sotto la media. In alcuni stati membri, le norme sullo stabilimento rimangono molto restrittive. La mancanza di collegamenti fisici adeguati ostacola il realizzarsi di un mercato interno funzionante per l'energia. La burocrazia eccessiva ancora ostacola l'accesso ai mercati oltre confine.

Anche la qualità della regolazione non è sempre soddisfacente. Permangono, infatti, a carico delle imprese oneri eccessivi che non rispondono a una valutazione adeguata dei benefici attesi, come nel caso del Reach, la normativa per i prodotti chimici o le regole sui test clinici. Gli sforzi della Commissione di

basare la nuova legislazione su un adeguato *impact assessment* sono spesso frustrati dalla mancanza di volontà di cooperare da parte del Consiglio e del Parlamento europeo. L'instabilità regolatoria rimane elevata, a causa delle istanze politiche contingenti degli stati membri, generando incertezza e maggiori rischi per gli investitori, specialmente per progetti di lungo termine.

Gli studi dell'Ocse hanno evidenziato anche il diffondersi di misure, a livello nazionale, che impongono il rispetto di requisiti non necessari in aggiunta al carico di regolazione esistente (*gold plating*) o che falliscono nel tentativo di rimuovere le normative contrastanti. La frammentazione normativa e le restrizioni sproporzionate nel mercato interno ostacolano le opportunità per le imprese di espandersi in alcuni settori, come per i trasporti, un settore sovraccaricato da limiti di carico e dimensione, restrizioni al traffico e procedure amministrative molto complesse.

Il nuovo programma per il mercato interno digitale si propone di abbattere le molte barriere che ancora impediscono lo sviluppo dell'*e-commerce*. A questo proposito, i requisiti di localizzazione dei dati che richiedono alle imprese di immagazzinare e processare i dati in server localizzati fisicamente all'interno di determinati stati membri sono particolarmente dannosi per lo sviluppo e la crescita delle nuove imprese. Alcuni stati membri stanno anche, ingiustificatamente, restringendo o proibendo la vendita on-line di alcuni prodotti, come quelli veterinari.

Un altro tema che merita attenzione è la scarsa mobilità transfrontaliera dei fattori produttivi, lavoro e capitale. La mobilità del lavoro rimane ancora molto bassa nell'Ue, a causa di fattori culturali e linguistici da un lato, ma anche della mancata armonizzazione delle qualifiche professionali e dei diritti pensionistici supplementari dall'altro.

In base alla nuova direttiva sulle qualifiche professionali, gli stati membri sono ora sottoposti a requisiti più stringenti per giustificare i casi in cui essi decidono di imporre limiti all'accesso alle attività professionali; tuttavia il numero di riconoscimenti rimane basso, con riferimento all'occupazione, e il processo di riconoscimento è spesso lento e complicato, con enormi differenze tra stati membri.

L'Unione Europea sembra essere piuttosto inefficiente anche nell'attrarre personale altamente qualificato da paesi terzi. La nuova Carta professionale europea (per i residenti Ue) e la Blue card (per i cittadini provenienti da paesi terzi) potrebbero contribuire a migliorare la situazione su questo fronte. Il rischio di perdere i diritti pensionistici complementari e i lunghi periodi di contribuzione necessari per acquisire i nuovi diritti sono dei forti disincentivi a cercare lavoro all'estero; la direttiva 2014/50/Ue (che dovrà essere trasposta entro il 2018) migliora in qualche modo la situazione stabilendo degli standard minimi per la protezione dei diritti dei lavoratori mobili.

In generale, schemi diversi per la protezione contro la disoccupazione, rischi per la tutela della salute e la scarsa portabilità dei diritti dei lavoratori rappresentano un importante ostacolo alla mobilità del lavoro. Su questo, l'articolo 3 del TUE include tra i valori su cui si fonda l'Unione Europea la libera circolazione delle "persone", piuttosto che dei "lavoratori"; l'articolo 45 del TFUE non viene considerato tra le priorità dal Consiglio e dal Parlamento; i lavoratori impiegati all'estero operano generalmente sotto il controllo del paese ospite e ciò ha come effetto quello di proteggere le regolamentazioni del mercato del lavoro nazionale. La protezione del mercato nazionale è il principale motivo alla base del rifiuto da parte dei parlamenti di inserire il principio del paese di origine nella direttiva Servizi – originariamente previsto nella prima proposta della Commissione europea; è anche il principale motivo alla base della crescente domanda per la revisione della direttiva sui lavoratori distaccati al fine di prevedere un'attuazione più rigorosa delle condizioni di lavoro locali (del paese ospitante). La direttiva sui lavoratori distaccati rappresenta infatti una fonte di perenne tensione tra la libertà di movimento e gli strumenti





legislativi nazionali di protezione dei lavoratori, andando a toccare il tema più sensibile della mobilità del lavoro, che rimane in Europa un tema profondamente impopolare e che incontra forti resistenze.⁵

Naturalmente, mantenere sistemi nazionali di protezione del lavoro è incoerente con la creazione di un mercato integrato. Così accade che, quando una normativa del mercato interno arriva a sfiorare le rigide istituzioni del mercato del lavoro, la sua attuazione può diventare molto lenta – come dimostrato più volte nel caso della libertà di stabilimento, dove ancora oggi prevale il controllo del paese di destinazione sulle regole di condotta delle imprese e la libertà di prestazione dei servizi transfrontalieri.

Questo è altresì, con ogni probabilità, un importante fattore che contribuisce ad ostacolare la piena realizzazione della libertà dei movimenti di capitale, come riflesso anche nelle disposizioni del Trattato e del diritto europeo sulla mobilità delle società. Ciò non ha ostacolato un significativo incremento degli investimenti diretti intra-Ue, nel contesto di un trend globale di flussi di investimenti diretti crescente, così come di operazioni di fusione e acquisizione transfrontaliere. Nei primi anni del programma del mercato interno si sono registrati flussi *cross-border* particolarmente elevati, così come dopo il 2004 per i nuovi paesi dell'allargamento, a seguito del processo di *outsourcing* delle attività manifatturiere e l'acquisizione di ampie quote delle banche nazionali da parte delle grandi multinazionali dell'Ue a 15. Tuttavia, molte imprese, specialmente nell'Ue a 15, rimangono chiuse alle acquisizioni straniere, in particolare nei servizi a rete delle *utilities*, settore in cui spesso lo stato detiene grandi fette dei monopoli nazionali e dove l'acquisizione da parte di aziende straniere dei campioni nazionali viene fortemente scoraggiata.

I mercati finanziari rimangono frammentati anche a causa delle crisi finanziarie del 2008-09 e 2011-12, che hanno lasciato in eredità elevati debiti, pubblici e privati, e una mancanza di fiducia nei sistemi bancari e nei titoli sovrani della periferia meridionale dell'Area dell'euro. L'Unione bancaria, ormai già abbastanza avanzata essendo entrati in funzione il meccanismo unico di vigilanza (*Single supervisory mechanism* - Ssm) e quello di risoluzione delle banche in crisi (*Single resolution mechanism* - Srm), con annesso Fondo di risoluzione (*Single resolution fund* - Srf) e il progetto di Unione dei mercati dei capitali dovrebbero rimuovere le segmentazioni dei mercati che tuttavia, ancora per un po' di tempo, avranno un ruolo determinante nel limitare l'accesso delle Pmi al finanziamento e deprimere la crescita.

⁵ Le profonde fratture tra il mercato interno e le istanze sociali nazionali in tema di diritti dei lavoratori emergono con evidenza dai casi all'origine di tre importanti pronunce pregiudiziali della Corte di giustizia. In *Rush Portuguesa* del 1990 (causa C-113/89) la Corte ha affermato che alla luce degli articoli 56 e 57 Tfuè uno stato membro non può vietare a un prestatore di servizi stabilito in un altro stato membro di spostarsi liberamente nel suo territorio con tutto il suo personale per eseguire un contratto; il diritto comunitario non preclude però agli stati membri di estendere l'applicazione delle loro leggi o dei contratti collettivi di lavoro a chiunque svolga un lavoro subordinato, anche temporaneo, nel loro territorio. Con la direttiva 96/71/Ce tale discrezionalità è venuta meno: lo stato membro ospitante deve limitarsi ad applicare ai lavoratori distaccati un "nucleo di norme imperative" relative al salario minimo, al periodo di lavoro e alla parità di trattamento, e i contratti collettivi che soddisfano determinate condizioni. Nel caso *Laval* del 2007 (causa C-341/05), relativo alla controversia tra un'impresa lettone incaricata di eseguire un contratto in Svezia e i sindacati svedesi, la Corte di giustizia ha stabilito che lo stato ospitante può pretendere l'applicazione delle norme nazionali solo per le materie indicate dall'articolo 3.1 della direttiva 96/71/Ce, tra le quali non rientrano componenti aggiuntivi del salario e premi assicurativi, ed è tenuto a rispettare la procedura prevista dalla direttiva per la determinazione dei minimi salariali. Nel caso di specie, le richieste dei sindacati locali ricadevano al di fuori della portata della direttiva e le azioni intraprese per ottenere l'attuazione dei contratti collettivi risultavano, quindi, incompatibili con l'articolo 56 Tfuè. Infine, il caso *Viking* (causa C-438/05) sempre del 2007 riguardava un'impresa marittima finlandese che intendeva cambiare bandiera a una nave di sua proprietà per poter applicare un contratto collettivo più favorevole e ridurre i costi del lavoro. Ancora una volta, la Corte di giustizia ha ritenuto che lo sciopero indetto dai sindacati comportasse una restrizione della libertà di stabilimento: l'obiettivo di tutelare i lavoratori non costituisce una giustificazione ammissibile quando è accertato che in concreto i posti o le condizioni di lavoro non sono compromessi o seriamente minacciati.

L'impatto economico

Sono passati circa trenta anni dall'Atto unico che, con la creazione del mercato interno europeo, ha contribuito a un forte avanzamento nel processo di integrazione dell'Unione Europea. Ciononostante la performance economica dell'Ue non è soddisfacente e l'eredità della crisi economico-finanziaria è ancora pesante. La crescita del prodotto e della produttività è scarsa, la disoccupazione rimane elevata in alcuni stati membri, gli investimenti non sono ancora tornati ai livelli pre-crisi e i mercati finanziari rimangono frammentati a causa della sfiducia derivante da debiti pubblici elevati e dubbie posizioni di capitale e attività in alcune segmenti del sistema bancario.

Ovviamente non si può ritenere responsabile il mercato interno per tutto ciò che non funziona, ma nemmeno si può attribuirgli tutto il merito per ciò che sembra funzionare bene nel processo di integrazione economica. Ci si aspettava che il mercato interno avrebbe portato benefici economici ben identificabili su una serie di fronti: la riduzione dei costi attraverso l'eliminazione delle barriere tariffarie e regolatorie; le economie di scala grazie ai processi di ristrutturazione e fusione da parte delle imprese per sfruttare mercati più ampi e ottimizzare le proprie strutture produttive e logistiche; aumenti di efficienza dovuti alla maggiore concorrenza; una maggiore mobilità del lavoro e del capitale per gli investimenti diretti transfrontalieri; minori costi di transazione finanziaria in virtù della liberalizzazione dei flussi di capitale e di una più elevata integrazione finanziaria, possibilmente con un ruolo sempre maggiore dei mercati di capitale nel finanziamento diretto delle imprese. Anche dall'euro, con la piena trasparenza nei prezzi, ci si attendeva un contributo positivo su tutti questi fronti.

Sebbene in ognuno di questi campi vi siano stati dei progressi, i benefici sembrano essere stati inferiori alle aspettative e in alcuni casi sembrano essersi distribuiti in maniera non omogenea tra paesi, regioni e settori. Tuttavia questo è un risultato che ci si poteva aspettare. I paesi più grandi sono in una posizione migliore per sfruttare a pieno le economie di scala, data la dimensione più grande delle loro imprese, mentre le piccole economie aperte beneficiano maggiormente dalla riduzione dei costi di transazione dovuta all'eliminazione delle barriere al commercio. I costi di aggiustamento sono in genere più elevati per i paesi con mercati chiusi e settori industriali protetti. Le forze gemelle della globalizzazione e del cambiamento tecnologico hanno anche avuto un ruolo nel modificare l'ambiente economico amplificando le divergenze nella capacità degli stati membri dell'Ue di affrontare le varie sfide.

Alla luce di quanto esposto, è praticamente impossibile distinguere lo specifico impatto economico del mercato interno. Un'alternativa, meno ambiziosa, potrebbe essere quella di valutare, da una parte, il successo delle politiche del mercato interno nel rafforzare le riforme per l'apertura dei mercati nei paesi dell'Ue e, dall'altra, la performance, in termini di crescita e produttività, degli stati membri al fine di identificare le debolezze più evidenti.





Brexit: una stima dei costi tariffari per i paesi dell'Unione Europea in un nuovo regime di regolamentazione degli scambi commerciali con il Regno Unito

di Rita Cappariello *

Introduzione ¹

Una delle principali implicazioni dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea (Ue) è che, per la prima volta, l'Ue dovrà negoziare con un ex stato membro il regime di regolamentazione degli scambi commerciali. Le possibilità sono teoricamente quattro.

1. L'adesione allo spazio economico europeo (*European Economic Area* – Eea), di cui fanno parte, oltre agli stati membri dell'Unione Europea, Islanda, Liechtenstein e Norvegia. L'appartenenza all'Eea assicura agli stati non-Ue la piena partecipazione al mercato unico europeo e comporta l'adesione alle "quattro libertà" (libera circolazione di persone, beni, servizi e capitali), con gli stessi diritti e obblighi degli stati membri dell'Unione, ivi compreso un contributo finanziario. Gli stati non-Ue tuttavia non concorrono a definire nell'ambito dell'Unione Europea le regole per la partecipazione al mercato unico che però devono applicare.²
2. La partecipazione a un'unione doganale con l'Ue, come nel caso della Turchia. Essa prevede la libera circolazione dei beni, l'obbligo di recepire la normativa europea in merito e la rinuncia a decidere i propri dazi doganali e alla possibilità di stringere accordi commerciali indipendenti.
3. Un accordo di libero scambio che, nel caso riguardasse anche altri aspetti della regolamentazione oltre a quello delle tariffe, come servizi, investimenti, protezione della proprietà intellettuale (cosiddetto "accordo misto"), richiederebbe la ratifica da parte di tutti gli stati membri.
4. Se non si raggiungesse alcun accordo, i rapporti commerciali sarebbero regolati dalle norme dell'Organizzazione mondiale del commercio (Omc). Si applicherebbe in tal caso la clausola della "nazione più favorita" (*Most Favoured Nation, Mfn*), che impone un divieto di discriminazione: ogni stato si impegna ad accordare a ogni altro lo stesso trattamento concesso a tutti i paesi con cui non esistono specifici accordi commerciali bilaterali.

Né la partecipazione all'Eea, né l'unione doganale, appaiono opzioni politicamente accettabili dal Regno Unito. La prima imporrebbe la libera circolazione delle persone e l'obbligo di recepimento dell'*acquis communautaire*; la seconda, oltre a stabilire comunque certi vincoli normativi, limiterebbe fortemente la sua libertà di decidere in modo indipendente sui propri rapporti commerciali con altri paesi. La negoziazione di un eventuale accordo commerciale richiederebbe invece tempi difficili da prevedere.

Pertanto, nel caso in cui non si raggiunga un qualche accordo, i rapporti commerciali tra Unione Europea e Regno Unito dopo l'uscita saranno regolati dalle norme dell'Omc, con l'applicazione della clausola Mfn. Per avere un'idea del relativo impatto economico, si può ipotizzare che il Regno Unito, almeno fino a quando non adotterà un proprio schema tariffario, applichi le tariffe attualmente in vigore per

* Banca d'Italia.

¹ L'approfondimento riporta i principali risultati del lavoro Cappariello R. (2017), *Brexit: estimating tariff costs for the EU countries in a new trade regime with the UK*, in Banca d'Italia, "Questioni di Economia e Finanza", n. 381, giugno.

² La Svizzera, stato membro dell'Associazione europea di libero scambio (Efta) come Islanda, Liechtenstein e Norvegia, non partecipa all'Eea, ma ha stipulato nel tempo una serie di accordi bilaterali con l'Unione Europea ed è tenuta al recepimento delle relative norme europee.

l'Unione Europea; in altre parole, che il Regno Unito e l'Unione Europea applichino fra loro le stesse tariffe commerciali che attualmente l'Unione applica all'esterno.

Sotto queste ipotesi, in questo lavoro si stimano le tariffe medie che sarebbero applicate dal Regno Unito sui beni importati provenienti da ciascuno degli altri 27 paesi dell'Unione Europea e, viceversa, quelle che sarebbero applicate dall'Unione sulle importazioni dal Regno Unito. Queste stime rappresentano una valutazione d'impatto che non tiene conto di come si modificherebbero i flussi commerciali in seguito all'introduzione delle tariffe.

I dati

Per la stima delle tariffe medie, vengono utilizzate le informazioni tratte dal *WTO's Integrated Data Base* sui dazi Mfn applicati dall'Unione Europea ai membri dell'Omc. La base dati fornisce le tariffe a livello di prodotto su tutti i beni scambiati. I dati per molte merci soggette a dazi non *ad valorem* o a quote, in particolare prodotti agricoli e alimentari, sono integrati con le stime delle tariffe equivalenti *ad valorem* o dell'incidenza tariffaria all'interno della quota (*Inside Quota Tariff Rate*) di fonte *International Trade Center Market Access Map* (ITC MAP).³ Le tariffe medie (per area/paese e/o per settore) sono calcolate utilizzando come pesi le importazioni a livello di prodotto (HS a 6 digit) di fonte UN Comtrade per l'anno 2015 che contiene i flussi bilaterali di commercio estero.⁴

Una stima delle tariffe medie

La tavola 1 mostra le nostre stime delle tariffe bilaterali che sarebbero applicate tra l'Ue-27 e il Regno Unito sui beni scambiati nel complesso e a livello settoriale (Classificazione SITC Rev. 4). Poiché l'esercizio si basa sull'ipotesi che lo schema tariffario applicato dall'Ue e dal Regno Unito sia identico alle tariffe Mfn attualmente applicate dall'Unione Europea, le differenze tra i due riflettono semplicemente la diversa composizione settoriale dei flussi commerciali bilaterali.

Con il passaggio a un regime basato sulle tariffe Mfn, l'incidenza media dei dazi potenzialmente imposti sulle merci esportate dai rimanenti 27 paesi dell'Ue verso il Regno Unito sarebbe del 5,2 per cento; quella per le esportazioni dal Regno Unito verso l'Ue sarebbe più contenuta e pari al 3,9 per cento.⁵

Il livello stimato delle tariffe è molto eterogeneo tra settori merceologici. Se consideriamo il 5 per cento come soglia sotto la quale l'impatto è trascurabile, è evidente che le tariffe Mfn applicate dalla Ue sono finalizzate a proteggere quattro settori: l'agro-alimentare, il settore delle bevande e del tabacco, gli autoveicoli e i comparti dell'abbigliamento e delle calzature. Poiché quasi un quinto del valore complessivo delle merci esportate dalla Ue verso il mercato britannico è costituito da autoveicoli, sui quali sarebbe potenzialmente imposto un dazio medio del 9,1 per cento, il passaggio a un regime tariffario avrebbe un impatto significativo sul livello medio dei dazi imposti agli esportatori europei, con potenziali effetti negativi sulle vendite sul mercato britannico.⁶ In altre industrie, in particolare il comparto

³ Nell'imputare tariffe *non ad valorem* o costi tariffari a merci le cui importazioni sono soggette a quote, l'esercizio ha adottato un approccio "conservativo".

⁴ L'esercizio non prende in considerazione i costi per gli scambi derivanti dall'introduzione di differenze nella regolamentazione e di altre misure non tariffarie potrebbe accrescere i costi degli scambi commerciali tra Ue e Regno Unito.

⁵ Altre recenti stime risultano solo leggermente più elevate (Protts, 2016).

⁶ È interessante rilevare che l'incidenza media dei dazi del comparto "autoveicoli" riflette livelli tariffari molto diversi sulle differenti tipologie di beni scambiati. I dazi imposti sul prodotto finito "auto e motoveicoli" (10 per cento) sono molto più elevati rispetto a quelli imposti su "parti e componenti intermedie di veicoli" (4 per cento in media).



APPROFONDIMENTI

delle macchine e della meccanica e quello della chimica, che rappresentano rispettivamente il 21 e il 16 per cento delle importazioni del Regno Unito dall'Ue, il livello delle tariffe è invece trascurabile.

Tavola 1 - Dazi sugli scambi commerciali bilaterali tra Ue-27 e Regno Unito per settore

In percentuale delle importazioni

Settori SITC Rev. 4	Tariffe medie Mfn applicate		Quota settoriale delle importazioni	
	sui beni della Ue esportati verso il Regno Unito	sui beni della Ue importati dal Regno Unito	del Regno Unito dalla Ue-27	della Ue-27 dal Regno Unito
0 Prodotti alimentari e animali vivi	15,0	12,0	10,4	6,6
1 Bevande e tabacchi	8,1	5,4	1,9	1,8
2 Materie prime non commestibili, esclusi i carburanti	1,9	0,5	2,1	1,9
3 Combustibili minerali, lubrificanti e prodotti connessi	1,8	1,1	3,4	12,8
4 Oli, grassi e cere di origine animale o vegetale	3,9	3,6	0,4	0,3
5 Prodotti chimici e prodotti connessi, n.c.a.	2,4	2,7	16,3	18,0
6 Prodotti finiti classificati principalmente secondo la materia prima	2,8	2,6	10,8	11,0
7 esclusi 7.8 e 7.9 Macchinari esclusi autoveicoli e altri mezzi di trasporto	2,0	1,9	20,8	19,0
7.8 Autoveicoli	9,1	9,0	18,9	12,3
7.9 Altri mezzi di trasporto	2,6	2,5	1,8	3,8
8 esclusi 8.4 e 8.5 Prodotti finiti diversi	2,2	2,4	9,2	8,7
8.4 Articoli di abbigliamento e accessori	11,0	11,0	2,1	1,6
8.5 Calzature	10,0	11,0	0,8	0,5
9 Articoli e transazioni non classificati altrove	0,0	0,0	1,1	1,7
Totale	5,2	3,9	100,0	100,0

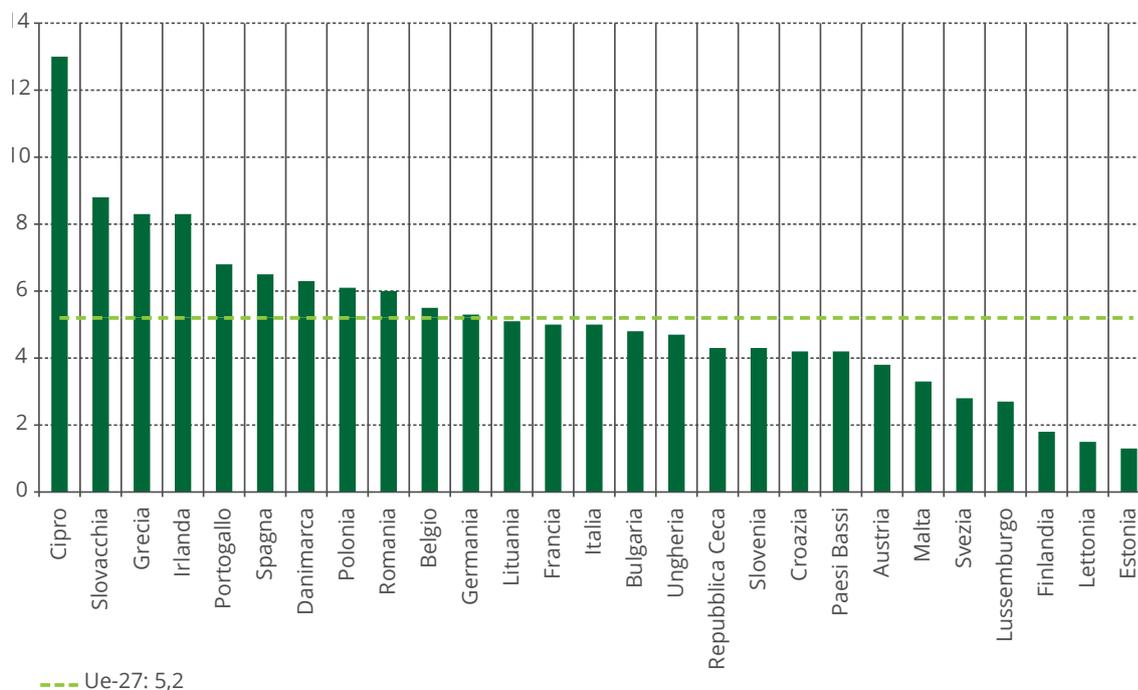
Fonte: elaborazioni sulle basi dati Wto-Idb e ITC Market access map per le tariffe e sui dati Unctad ComTrade per il valore delle importazioni dai paesi della Ue

I potenziali costi tariffari per i singoli paesi dell'Unione Europea

Il grafico 1 mostra in ordine decrescente la tariffa media imposta alle importazioni britanniche di beni da ciascuno dei 27 stati membri dell'Unione. L'ampia variabilità tra paesi riflette le differenze nella composizione settoriale dei flussi commerciali. Considerando i principali paesi europei esportatori nel Regno Unito, emerge che per la Germania la tariffa media sarebbe analoga a quella dell'Unione nel suo complesso; per Francia e Italia sarebbe leggermente più bassa; Irlanda, Spagna e Polonia si troverebbero a fronteggiare dazi medi superiori al 6 per cento.

Grafico 1 - Dazi medi sulle importazioni del Regno Unito dai 27 paesi dell'Unione Europea

In percentuale del totale delle importazioni del Regno Unito da quel paese



Fonte: elaborazioni sulle basi dati Wto-Idb e ITC Market Access Map per le tariffe e sui dati Unctad Comtrade per il valore delle importazioni dei paesi della Ue

Per un gruppo di paesi – Germania e alcuni stati dell'Europa centro-orientale – l'elevato livello medio delle tariffe dipenderebbe dalla specializzazione nell'industria degli autoveicoli; in altri casi, Portogallo e Romania, dalla rilevanza del settore abbigliamento. La specializzazione della produzione e delle esportazioni in specifici prodotti nell'industria agro-alimentare spiega invece l'elevato livello delle tariffe che sarebbero potenzialmente imposte sui beni importati da Irlanda e Danimarca ("carne"), Grecia (*ortaggi e frutta*) e Cipro (*prodotti caseari e formaggi*). Per la Spagna, oltre a una specializzazione delle esportazioni verso il Regno Unito nel comparto degli autoveicoli, un contributo rilevante all'elevato livello della tariffa media deriva dall'alta incidenza di prodotti agricoli esportati.

Le tariffe sui beni esportati dall'Italia

Per l'Italia, la transizione verso un regime commerciale basato sulle tariffe Mfn nei rapporti con il Regno Unito comporterebbe dazi elevati per il settore agroalimentare e per i comparti dell'abbigliamento e delle calzature. L'introduzione di tariffe Mfn non penalizzerebbe invece il principale settore esportatore dell'Italia nel mercato britannico, che è quello delle macchine e dei prodotti della meccanica, in quanto si tratta di beni caratterizzati da un livello potenziale di dazi relativamente basso (attorno al 2 per cento del valore). L'incidenza dei dazi sugli autoveicoli italiani esportati nel Regno Unito sarebbe elevata, e pari a circa il 9 per cento del loro valore; tuttavia, nel confronto con gli altri maggiori paesi esportatori, la quota delle esportazioni di autoveicoli verso il mercato britannico è più contenuta (quasi il 12 per cento del totale per il nostro paese contro il 33, 32 e il 26 per cento rispettivamente per Germania, Spagna e Belgio).



Tavola 2 - Dazi sulle importazioni del Regno Unito dall'Italia per settore

Valori percentuali

Settori SITC Rev.4	dazio medio	Quota settoriale
0 Prodotti alimentari e animali vivi	13,0	9,7
1 Bevande e tabacchi	5,7	4,6
2 Materie prime non commestibili, esclusi i carburanti	1,9	1,0
3 Combustibili minerali, lubrificanti e prodotti connessi	2,3	0,3
4 Oli, grassi e cere di origine animale o vegetale	0,5	0,4
5 Prodotti chimici e prodotti connessi, n.c.a.	2,3	12,7
6 Prodotti finiti classificati principalmente secondo la materia prima	3,2	14,5
7 esclusi 7.8 e 7.9 Macchinari esclusi autoveicoli e altri mezzi di trasporto	2,1	20,8
7.8 Autoveicoli	8,8	11,6
7.9 Altri mezzi di trasporto	2,7	1,6
8 esclusi 8.4 e 8.5 Prodotti finiti diversi	2,4	14,5
8.4 Articoli di abbigliamento e accessori	11,0	5,6
8.5 Calzature	9,1	2,6
9 Articoli e transazioni non classificati altrove	0,0	0,2
Totale	5,0	100,0

Fonte: elaborazioni sulle basi dati Wto-Idb e Itc Market access map per le tariffe e sui dati Unctad ComTrade per il valore delle importazioni dai paesi della Ue

Conclusioni

L'esercizio evidenzia che, nel caso non fosse raggiunto un accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e il Regno Unito, l'introduzione di tariffe Mfn dell'Unione Europea agli scambi commerciali tra le due parti implicherebbe che sulle merci europee esportate verso il mercato britannico sarebbe potenzialmente applicato un livello medio dei dazi più elevato di quello sui beni esportati dal Regno Unito verso l'Ue. Il risultato è riconducibile alla diversa specializzazione settoriale dei beni scambiati tra le due parti.

L'analisi illustra inoltre l'ampia variabilità dell'incidenza tariffaria per settore merceologico; quest'ultima risulterebbe particolarmente elevata per i produttori di autoveicoli. Considerando che quasi un quinto del valore delle merci esportate dall'Unione verso il Regno Unito è costituito da autoveicoli, il passaggio al nuovo regime comporterebbe l'applicazione di una tariffa media non trascurabile sui beni europei venduti sul mercato britannico. A causa delle ampie differenze nella struttura settoriale delle esportazioni dei 27 paesi dell'Unione Europea, l'incidenza media delle tariffe sarebbe molto diversa anche tra di loro: per la Germania la tariffa sarebbe analoga a quella media dell'Unione; per Francia e Italia sarebbe leggermente più bassa; Irlanda, Spagna e Polonia si troverebbero a fronteggiare dazi medi superiori al 6 per cento.

Riferimenti bibliografici

Cappariello R. (2017), *Brexit: estimating tariff costs for the EU countries in a new trade regime with the UK*, in Cepr (2016), *Brexit 2016. Policy analysis from the Centre for Economic Performance*, London, Aprile.

Dhingra S., Huang H., Ottaviano G., Pessoa J. P., Sampson T. e Van Reenen J. (2016), *The costs and benefits of leaving the EU: trade effects*, in "Brexit 2016: Policy analysis from the Centre for Economic Performance", London, pp. 96-131.

Norton W. (2017), *Mitigating the impact of tariffs on UK-EU trade*, Rapporto disponibile sul sito <http://www.civitas.org.uk/content/files/mitigatingtheimpactoftariffs>, Gennaio.

Ocse (2016), *The economic consequences of Brexit: a taxing decision*, Oecd Economic Policy Paper n. 16, Aprile.

Protts, J. (2016), *Potential post-Brexit tariff costs for Eu-Uk trade*, Rapporto disponibile sul sito <http://www.civitas.org.uk/content/files/potentialpostbrexittariffcostsforeuuktrade>, Ottobre.

Rollo J. e Winters L. A. (2016), *Negotiating Britain's new trade policy* in Baldwin, R.E. (ed.), (2016), "Brexit Beckons: Thinking ahead by leading economists", VoxEU.org eBook, Cepr Press, disponibile sul sito <http://voxeu.org/article/new-ebook-brexit-beckons>.

Wto Itc Unctad (2015), *World tariff profiles 2015*, disponibile sul sito https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/tariff_profiles15_e.

Wyplosz C. (ed.) (2016), *What to do with the UK? EU perspectives on Brexit*, VoxEU.org eBook, Cepr Press, disponibile sul sito <http://voxeu.org/content/what-do-uk-eu-perspectives-brexit>.



**L'ATTIVITÀ ECONOMICA
E I CONTI CON L'ESTERO
DELL'ITALIA**





L'ATTIVITÀ ECONOMICA E I CONTI CON L'ESTERO DELL'ITALIA*

2.1 Quadro macroeconomico

Il 2016 è stato caratterizzato da un rallentamento dell'attività produttiva mondiale, che ha coinvolto maggiormente le economie avanzate. Il clima economico è stato dominato dall'incertezza, derivante dall'emergere di spinte protezionistiche, dall'esito del referendum britannico del 23 giugno sull'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea e dai rischi per il futuro orientamento delle politiche economiche degli Stati Uniti.

Nel 2016 l'Italia ha registrato una crescita del Pil dello 0,9 per cento in termini reali, lievemente superiore rispetto all'anno precedente, ma ancora inferiore a quella di Francia (1,2 per cento), Germania (1,9 per cento) e Spagna (3,2 per cento). Il divario di crescita rispetto alla media dell'Area dell'euro si è comunque ulteriormente ridotto, anche per effetto della decelerazione del Pil dell'area all'1,8 per cento dal 2 nel 2015 (grafico 2.1).

Secondo le previsioni della Commissione europea per il prossimo biennio, l'Italia registrerà un tasso di crescita del Pil dello 0,8 per cento nel 2017 e dell'1,1 per cento nel 2018, ancora molto contenuto rispetto agli altri paesi dell'Eurozona.¹

Grafico 2.1 - Differenziale tra la dinamica del Pil dell'Area dell'euro e dell'Italia

Variazioni percentuali calcolate su valori concatenati al 2010



⁽¹⁾ Stima Commissione europea, *European Economic Forecast*, Spring 2017.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat

La crescita dell'attività produttiva italiana è stata trainata dal contributo positivo della domanda interna, favorita dalla riduzione del costo del credito, dalle politiche espansive e dal prezzo moderato delle materie prime. La domanda estera netta ha invece fornito un contributo marginalmente negativo alla crescita del Pil (grafico 2.2). Le esportazioni di beni e servizi hanno registrato un rallentamento rispetto all'anno precedente, più ampio rispetto a quello delle importazioni, riflettendo la debolezza del commercio internazionale.²

* Redatto da Rita Anabella Maroni (Ices) con la supervisione di Silvia Fabiani (Banca d'Italia).

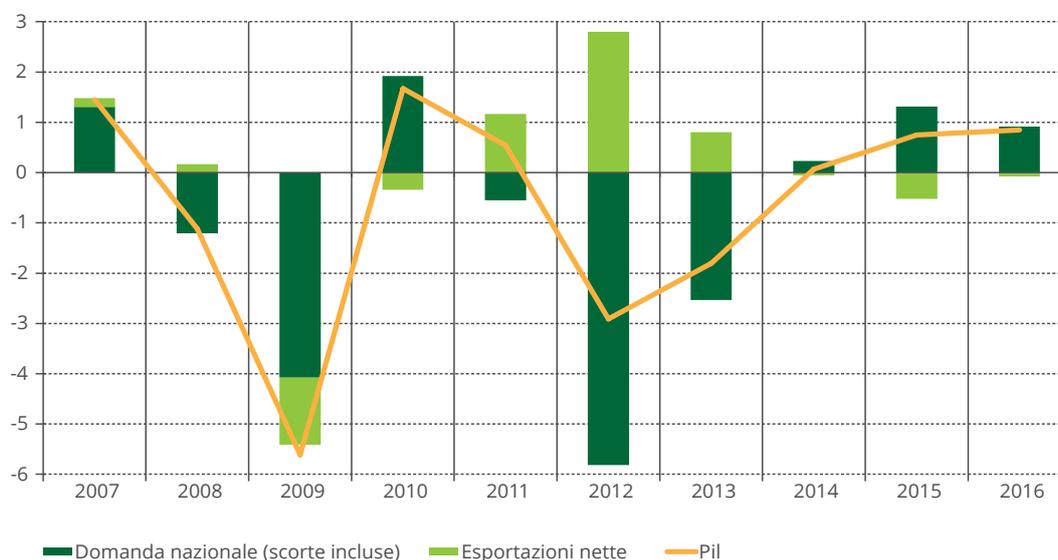
⁽¹⁾ Commissione Europea (2017), *European Economic Forecast*, Spring 2017

⁽²⁾ Cfr. il capitolo 1 di questo Rapporto.



Grafico 2.2 - Contributi della domanda nazionale e delle esportazioni nette alla variazione del Pil

Calcolati su valori concatenati, anno di riferimento 2010



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Nel 2016 la spesa per investimenti fissi lordi ha mostrato una ripresa (+2,9 per cento, da 1,6 nel 2015), sostenuta dalla dinamica molto positiva della componente dei mezzi di trasporto (+27,3 per cento; tavola 2.1). L'attività d'investimento ha beneficiato sia delle misure governative volte a incentivare l'acquisto di beni strumentali, sia degli effetti positivi sul mercato del credito della politica monetaria espansiva della Banca centrale europea (Bce), non soltanto attraverso la riduzione dei tassi ufficiali, ma anche con un ampliamento della dimensione e della composizione del programma di acquisto di attività finanziarie. Dopo otto anni di flessione, anche gli investimenti in costruzioni sono tornati a crescere (+1,1 per cento), soprattutto nel settore residenziale, grazie ai bassi tassi d'interesse e alle misure a sostegno della spesa delle famiglie. Il loro livello rimane comunque inferiore – di oltre il 30 per cento – al massimo raggiunto nel 2007, e la ripresa del settore rimane negativamente condizionata dal calo della domanda pubblica di investimenti.

La spesa per consumi delle famiglie ha registrato una lieve decelerazione rispetto all'anno precedente (1,3 per cento dall'1,5), pur continuando a crescere più del Pil in termini reali. Tale andamento è stato sostenuto dall'incremento del reddito disponibile e del potere d'acquisto, grazie alla prosecuzione della ripresa dell'occupazione, favorita anche dagli sgravi contributivi a favore delle assunzioni a tempo indeterminato. Anche i consumi delle Amministrazioni pubbliche sono tornati a registrare un tasso di variazione positivo (+0,6 per cento), dopo cinque anni di contrazione.

È proseguita l'espansione della produzione industriale (+1,1 per cento) e si è ampliato il grado di utilizzo della capacità produttiva; l'occupazione ha continuato ad aumentare (+1,4 per cento), anche se permangono ampi margini di crescita nella domanda di lavoro delle imprese. In particolare, l'aumento degli occupati nel settore terziario ha contribuito per oltre il 90 per cento all'incremento dell'occupazione totale, con tassi più elevati nei comparti dei servizi di alloggio e ristorazione, di trasporto e magazzinaggio e dei servizi alle imprese.

Il costo del lavoro per unità di prodotto (Clup) ha accelerato (+1,1 per cento) rispetto ai due anni precedenti nel complesso dell'economia, mentre ha registrato solo un lieve aumento (+0,2 per cento) nel comparto manifatturiero.

L'inflazione è stata appena negativa nella media del 2016, con un recupero nella parte finale dell'anno e nei primi mesi del 2017, sostenuto dalla dinamica dei prezzi dei prodotti alimentari (a causa delle condizioni climatiche sfavorevoli all'inizio dell'anno) e dei beni energetici importati.

Le misure espansive adottate dal Consiglio direttivo della Bce hanno aiutato a contrastare le spinte deflazionistiche, ma l'inflazione di fondo è rimasta moderata, principalmente a causa della dinamica salariale molto contenuta.

Tavola 2.1 - Quadro macroeconomico

Variazioni percentuali sull'anno precedente; valori concatenati, anno di riferimento 2010

	2012	2013	2014	2015	2016
	Contabilità nazionale				
Prodotto interno lordo	-2,8	-1,7	0,1	0,8	0,9
Importazioni di beni e servizi	-8,1	-2,4	3,2	6,8	2,9
Beni	-8,8	-2,6	3,5	8,5	2,9
Servizi	-4,9	-1,2	2,0	0,2	3,1
Domanda nazionale	-4,5	-2,8	-0,4	1,1	1,5
Consumi finali nazionali	-3,3	-1,9	0,0	1,0	1,2
<i>di cui: Spesa delle famiglie</i>	-3,9	-2,5	0,3	1,5	1,3
<i>Spesa delle Amm. Pubbliche</i>	-1,4	-0,3	-0,7	-0,7	0,6
Investimenti fissi lordi	-9,3	-6,6	-2,3	1,6	2,9
<i>di cui: Costruzioni</i>	-9,3	-8,0	-6,6	-0,4	1,1
<i>Impianti e macchinari</i>	-13,6	-8,2	1,9	4,9	7,5
<i>Mezzi di trasporto</i>	-28,0	-23,0	9,3	20,3	27,3
<i>Ricerca e sviluppo</i>	-2,3	0,6	-2,0	1,2	0,9
Esportazioni di beni e servizi	2,3	0,7	2,7	4,4	2,4
Beni	1,8	1,0	3,0	4,6	2,3
Servizi	5,0	-0,7	1,4	3,2	2,9
	Produzione, occupazione, prezzi				
Produzione industriale ⁽¹⁾	-3,5	-1,6	0,6	2,4	1,1
Grado di utilizzazione della capacità produttiva ⁽²⁾	70,8	73,9	73,8	73,8	76,1
Occupazione totale (unità di lavoro totali)	-1,4	-2,4	0,2	1,0	1,4
Costo del lavoro per unità di prodotto (Clup) ⁽³⁾	3,6	1,3	0,5	0,1	1,1
Prezzi al consumo ⁽⁴⁾	3,0	1,2	0,2	0,1	-0,1
Prezzi alla produzione ⁽⁵⁾	3,6	-1,1	-1,4	-2,6	-1,9

⁽¹⁾ Valore aggiunto ai prezzi base del settore dell'industria in senso stretto (comprende solo attività manifatturiere). Valori concatenati, base 2010.

⁽²⁾ Totale imprese industriali, valori percentuali. Fonte: Banca d'Italia.

⁽³⁾ Indici per totale economia.

⁽⁴⁾ Indice generale per l'intera collettività nazionale (Nic), al lordo dei tabacchi (base 2010).

⁽⁵⁾ Indice generale dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali (base 2010).

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat



Nel 2016 le esportazioni di beni e servizi si sono attestate al 30,7 per cento del Pil, in progressivo aumento dal 2010, quando il rapporto era pari al 25,2 per cento. Il livello e la dinamica recente della propensione a esportare sono in linea con quanto registrato dai principali paesi dell'Area dell'euro, fatta eccezione per la Germania, che prevale con una quota del 48,8 per cento nel 2016 (grafico 2.3).

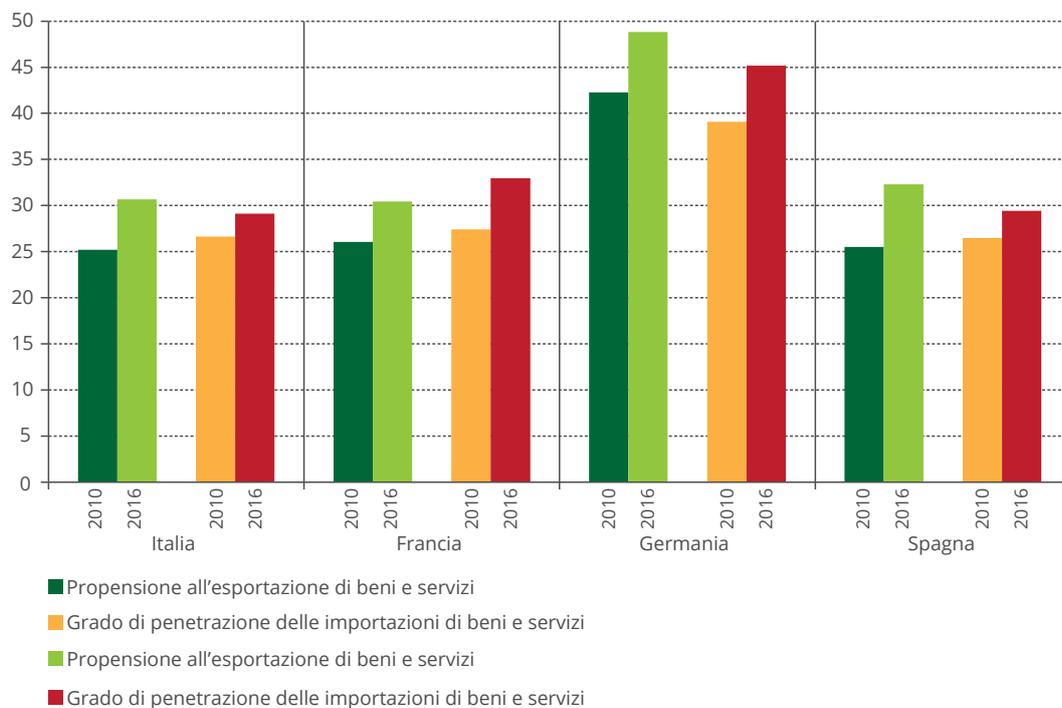
L'incidenza delle importazioni di beni e servizi sulla domanda nazionale dell'Italia nel 2016 si è attestata al 29 per cento, facendo registrare il più basso grado di penetrazione delle importazioni tra i principali paesi dell'Area dell'euro. Dopo il calo generalizzato nel 2009 per la crisi del commercio internazionale, in Italia e Spagna questo indicatore è tornato a crescere meno intensamente rispetto agli altri paesi.

Nel compiere questi confronti non va dimenticato che gli indicatori di apertura sono influenzati anche dal diverso grado di partecipazione dei paesi alle reti produttive internazionali. Ad esempio, la forte propensione all'esportazione della Germania è strettamente correlata al suo elevato grado di penetrazione delle importazioni, perché l'industria tedesca esporta beni con un alto contenuto di input intermedi importati.

Considerando gli investimenti diretti esteri, l'Italia mostra le consistenze più basse, in rapporto al Pil, tra i principali paesi dell'Eurozona. Nel 2016, secondo dati provvisori, gli stock in uscita erano pari al 33 per cento sul Pil, con una crescita di cinque punti percentuali dal 2010, la più contenuta nel confronto con gli altri tre paesi. Le consistenze di investimenti diretti in entrata nel 2016 incidevano solo per il 27 per cento sul Pil italiano, registrando una crescita di sette punti percentuali dal 2010, in linea con la dinamica di Francia e Germania (grafico 2.4).

Grafico 2.3 - Propensione all'esportazione e grado di penetrazione delle importazioni di beni e servizi nei principali paesi dell'Area dell'euro - Anni 2010 e 2016

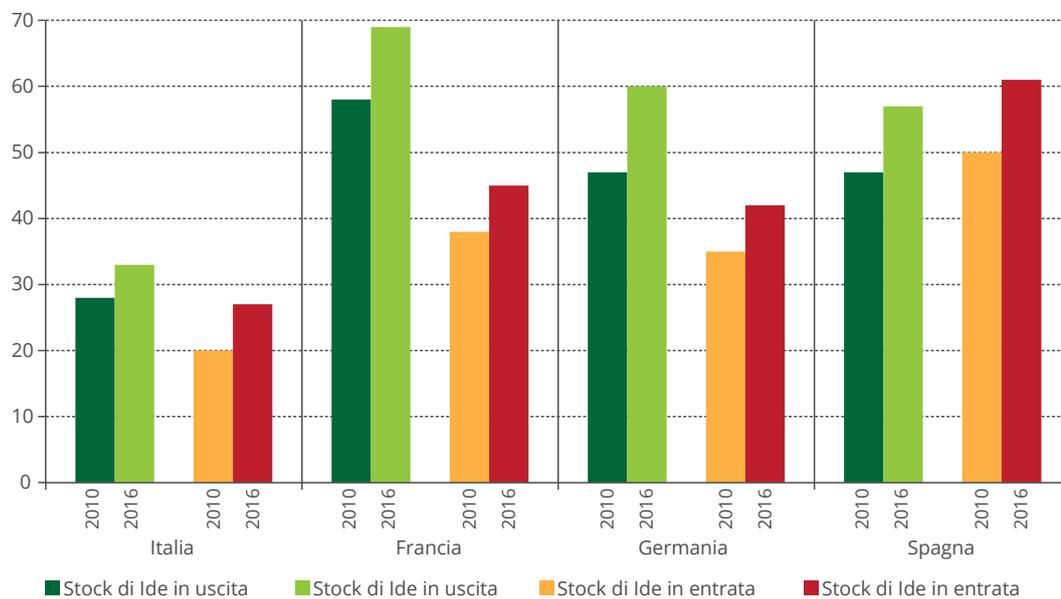
Rapporti percentuali a prezzi 2010



Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat

Grafico 2.4 - Investimenti diretti esteri nei principali paesi dell'Area dell'euro - Anni 2010 e 2016

Rapporti percentuali tra stock⁽¹⁾ e prodotto interno lordo, a prezzi correnti



⁽¹⁾ Dati elaborati secondo il principio Asset/Liability del *Balance of Payments and International Investment Position Manual* del Fmi (sesta edizione).

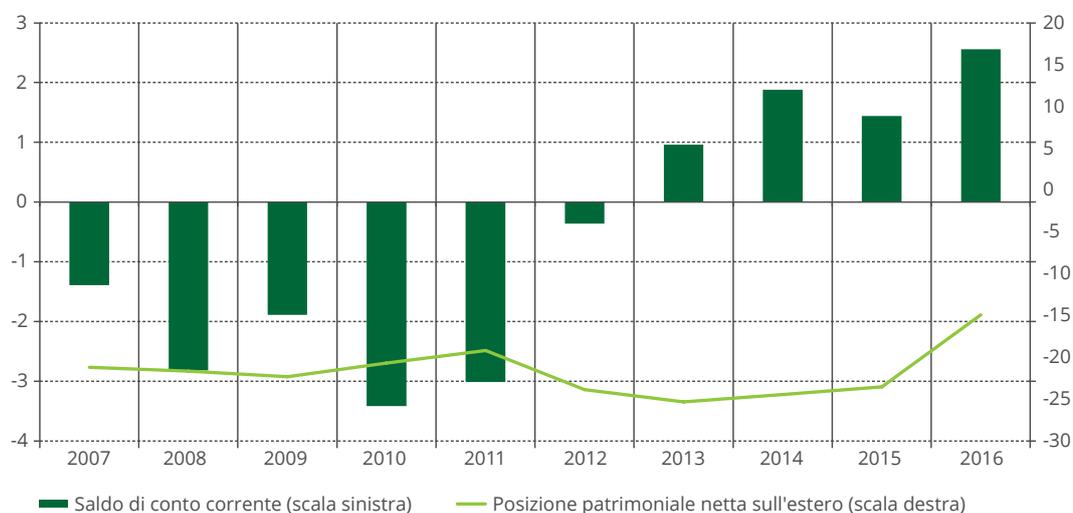
Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca centrale europea

2.1.1 I saldi della bilancia dei pagamenti e la posizione patrimoniale sull'estero dell'Italia

Il saldo di conto corrente dell'Italia ha registrato un progressivo miglioramento dal 2011, tornando su valori positivi dal 2013; nel 2016 ha raggiunto un avanzo pari al 2,6 per cento del Pil (grafico 2.5). Il surplus di parte corrente ha contribuito significativamente alla riduzione del saldo debitorio della posizione patrimoniale sull'estero, che nel 2016 è scesa al 14,9 per cento del Pil, oltre 10 punti in meno rispetto al livello del 2013.

Grafico 2.5 - Saldo di conto corrente e posizione patrimoniale netta sull'estero dell'Italia

In percentuale del prodotto interno lordo



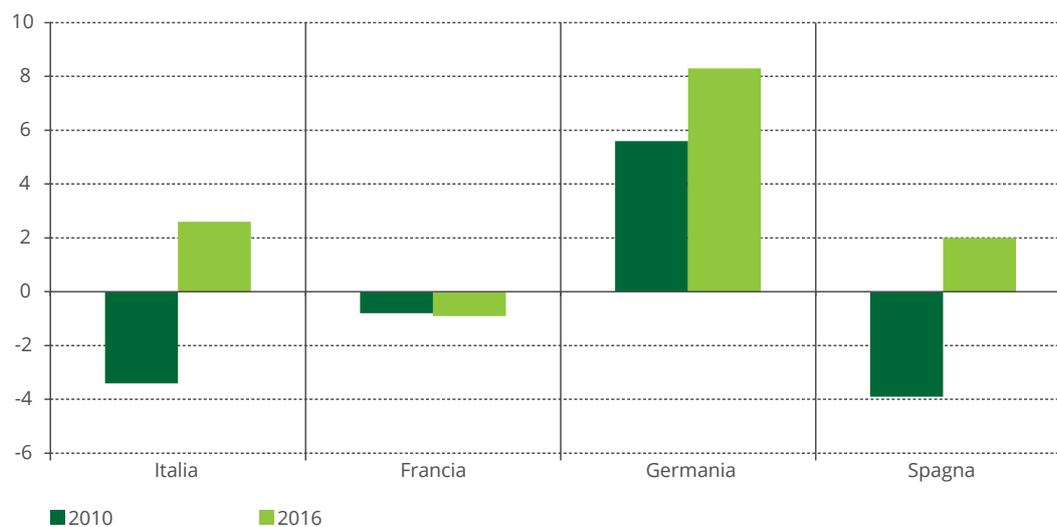
Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia e Istat

Il recente aggiustamento dei conti con l'estero appare di dimensioni molto consistenti anche quando venga calcolato al netto degli effetti del ciclo economico.³

Tra i principali paesi dell'Area dell'euro, la Germania si conferma l'economia con il più ampio surplus di conto corrente (oltre 261 miliardi di euro nel 2016, pari all'8,3 per cento del Pil). La Spagna, come l'Italia, ha segnato un consistente miglioramento dal 2010, raggiungendo un surplus di circa il 2 per cento del Pil, mentre la Francia ha continuato a registrare un lieve disavanzo (grafico 2.6).

Grafico 2.6 - Saldi di conto corrente dei principali paesi dell'Area dell'euro

In percentuale del prodotto interno lordo



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Nel 2016 il saldo di conto corrente dell'Italia ha registrato un surplus di 42,8 miliardi di euro, in forte aumento rispetto ai 23,7 miliardi dell'anno precedente (tavola 2.3). Il miglioramento è in larga parte spiegato dall'aumento dell'avanzo delle merci e dal passaggio in surplus dei redditi primari. Quest'ultimo è dipeso dalla marcata riduzione del deficit dei redditi da capitale, a causa della flessione dei rendimenti sui titoli di debito italiani (prevalentemente pubblici) detenuti da non residenti e – in misura inferiore – dalla ricomposizione dei portafogli dei residenti a favore di attività sull'estero più redditizie.⁴

L'incremento del surplus delle merci, che è passato da 50,7 a 59,9 miliardi di euro, è stato in larga parte determinato dalla riduzione del disavanzo dei prodotti energetici (-7,1 miliardi di euro nell'ultimo anno), favorita dall'ulteriore diminuzione dei loro prezzi. Gli scambi di servizi hanno fatto registrare un lieve peggioramento del deficit complessivo. La diminuzione del disavanzo dei servizi di trasporto e l'incremento del saldo positivo dei viaggi sono stati più che compensati dall'ampliamento del saldo negativo degli altri servizi, in particolare quelli assicurativi e pensionistici.

Il conto finanziario nel 2016 ha registrato un aumento delle attività nette per investimenti di portafoglio (pari a 153,9 miliardi di euro), che è stato in parte compensato dagli incrementi delle passività nette per altri investimenti e, in misura minore, da quelle per investimenti diretti (tavola 2.2).

³ Cfr. l'approfondimento di S. Fabiani, S. Federico e A. Felettigh, *L'aggiustamento dei conti con l'estero: fattori ciclici e il conto corrente dell'Italia*, pubblicato in questo Rapporto.

⁴ Banca d'Italia (2017), *Relazione annuale*, anno 2016.

Tavola 2.2 - Bilancia dei pagamenti dell'Italia

Saldi in milioni di euro

Voci	2012	2013	2014	2015	2016
Conto corrente	-5.822	15.406	30.482	23.734	42.755
Conto capitale	3.959	-369	3.036	2.609	-2.117
Conto finanziario	-10.166	12.753	43.818	27.440	63.851
Investimenti diretti	5.293	650	2.331	2.691	-5.569
<i>All'estero</i>	5.241	15.288	15.259	14.397	19.462
<i>In Italia</i>	-52	14.638	12.928	11.706	25.032
Investimenti di portafoglio	-24.384	-13.190	-3.551	89.492	153.937
<i>Attività</i>	-59.972	22.030	94.152	112.020	78.727
<i>Passività</i>	-35.589	35.220	97.704	22.528	-75.210
Altri investimenti	1.625	20.731	49.573	-68.639	-86.505
<i>Attività</i>	32.901	-25.038	17.508	-21.351	6.342
<i>Passività</i>	31.276	-45.769	-32.065	47.288	92.847
Derivati	5.839	3.035	-3.581	3.362	3.163
Variazione riserve ufficiali	1.461	1.528	-953	535	-1.175
Errori e omissioni	-8.303	-2.283	10.300	1.097	23.213

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

Tavola 2.3 - Bilancia dei pagamenti dell'Italia. Conto corrente

Saldi in milioni di euro

Voci	2012	2013	2014	2015	2016
Merci (Fob-Fob)	16.829	36.099	47.407	50.728	59.931
Servizi	-123	443	-1.017	-2.750	-3.187
Trasporti	-8.223	-7.934	-8.286	-8.406	-8.306
Viaggi all'estero	11.543	12.755	12.528	13.544	13.813
Altri servizi	-3.443	-4.377	-5.259	-7.888	-8.695
Redditi primari	-3.012	-3.035	-46	-9.217	2.772
Da lavoro dipendente	3.677	2.988	3.579	4.284	4.314
Da capitale	-9.704	-9.332	-7.523	-15.667	-4.246
Altri	3.015	3.309	3.898	2.166	2.705
Redditi secondari	-19.516	-18.101	-15.861	-15.028	-16.761
Amministrazioni pubbliche	-13.597	-15.405	-13.692	-11.715	-14.019
Altri settori	-5.918	-2.697	-2.170	-3.313	-2.742
<i>di cui: rimesse dei lavoratori</i>	-6.347	-5.059	-4.729	-4.608	-4.428
Conto corrente	-5.822	15.406	30.482	23.734	42.755

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

2.2 Le esportazioni

Nel 2016 le esportazioni italiane hanno rallentato rispetto all'anno precedente (tavola 2.4), risentendo della debolezza del commercio internazionale. Le vendite all'estero di beni sono cresciute del 2,3 per cento in volume e dell'1,2 in valore, trainate dall'espansione verso i paesi dell'Unione Europea, a fronte di una sostanziale stagnazione sul complesso dei mercati extra-Ue. Incrementi elevati si sono registrati verso Spagna, Germania e Francia; all'esterno dell'Unione Europea verso Giappone e Cina.

I comparti che hanno contribuito maggiormente all'aumento delle esportazioni sono la farmaceutica, la chimica, l'industria dei prodotti alimentari, bevande e tabacco, gli autoveicoli e gli altri mezzi di trasporto.

Tavola 2.4 - Esportazioni ⁽¹⁾

Beni	2013	2014	2015	2016
Milioni di euro	379.080	389.510	405.419	410.438
<i>Variazioni percentuali</i>	0,4	2,8	4,1	1,2
<i>Prezzi delle esportazioni ⁽²⁾</i>	-0,6	-0,3	-0,5	-1,1
<i>Volumi</i>	1,0	3,0	4,6	2,3
Esportazioni Fob, valori doganali (milioni di euro)	390.233	398.870	412.291	417.077
Servizi				
Milioni di euro	84.049	85.791	88.515	91.034
<i>Variazioni percentuali</i>	0,3	2,1	3,2	2,8
<i>Prezzi delle esportazioni ⁽²⁾</i>	1,1	0,7	-0,1	-0,0
<i>Volumi</i>	-0,7	1,4	3,2	2,9

⁽¹⁾ Dati di contabilità nazionale.

⁽²⁾ Deflatori impliciti.

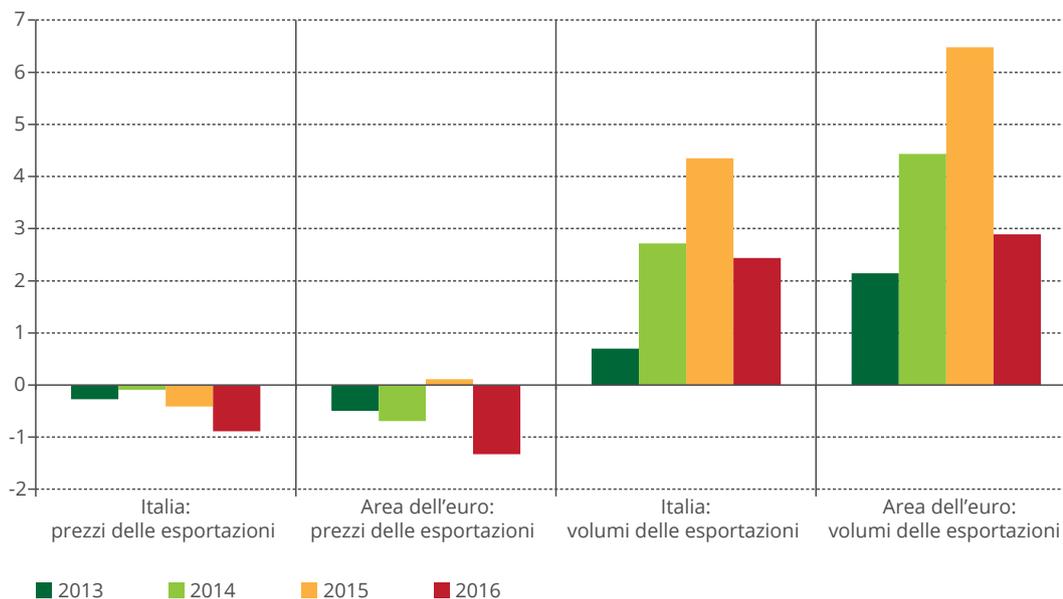
Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

I prezzi dei beni e servizi esportati (desunti dai deflatori impliciti delle esportazioni) sono calati dello 0,9 per cento, con un aumento dei volumi del 2,4 per cento. Tali variazioni sono risultate meno intense rispetto alla media dell'Area dell'euro (rispettivamente -1,3 per cento e +2,9 per cento) (grafico 2.7).

Le esportazioni di manufatti hanno risentito anche degli effetti del leggero apprezzamento del tasso di cambio effettivo dell'euro. Dopo la ripresa nell'anno precedente, la competitività di prezzo delle imprese italiane (misurata dal tasso di cambio effettivo reale basato sui prezzi alla produzione dei manufatti) ha segnato nel 2016 un lieve peggioramento (circa un punto percentuale; tavola 2.5). La perdita di competitività dei manufatti italiani è stata più intensa rispetto a quella registrata da Francia e Spagna, ma inferiore a quella della Germania. Tra gli altri partner commerciali, il Regno Unito ha beneficiato del forte deprezzamento della sterlina, mentre il Giappone ha risentito di un significativo calo della competitività come risultato del rafforzamento dello yen.

Grafico 2.7 - Esportazioni di beni e servizi in Italia e nell'Area dell'euro

Variazioni percentuali sull'anno precedente dei volumi e dei prezzi⁽¹⁾ delle esportazioni, base 2010



⁽¹⁾ Deflatori impliciti di contabilità nazionale.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Tavola 2.5 - Competitività di prezzo in alcuni paesi industriali

Variazioni percentuali sull'anno precedente di indici in base 1999=100⁽¹⁾

Indici di competitività basati sui prezzi alla produzione dei manufatti	2012	2013	2014	2015	2016
Italia	-2,4	2,1	1,0	-2,8	1,2
Francia	-2,2	1,8	0,5	-3,8	0,6
Germania	-3,1	2,5	1,5	-2,3	2,3
Regno Unito	8,2	1,1	-0,9	4,1	-6,9
Spagna	-1,3	1,7	0,1	-2,8	0,6
Stati Uniti	3,8	1,7	3,4	9,8	1,6
Giappone	-0,7	-17,7	-3,6	-4,1	12,4

⁽¹⁾ Variazioni negative indicano un miglioramento di competitività, e viceversa.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

Nel 2016 i prezzi dei prodotti industriali non energetici venduti nel mercato estero si sono ridotti nei quattro principali paesi dell'Area dell'euro. Il calo osservato per l'Italia (-0,5 per cento) è stato in linea con quello della Germania e inferiore a quello di Spagna (-0,9 per cento) e Francia (-1,6 per cento) ed è stato generalmente più ampio, con l'eccezione della Francia, nei mercati esterni all'area (tavola 2.6). I prezzi alla produzione hanno continuato a flettere anche sul mercato interno, più intensamente in Italia (-0,5 per cento) che in Germania e Spagna.



Tavola 2.6 - Prezzi alla produzione dei prodotti industriali (escluso il raggruppamento energia) nei principali paesi dell'Area dell'euro

Variazioni percentuali sull'anno precedente di indici in base 2010=100

	2012	2013	2014	2015	2016
Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero					
Francia	0,9	-0,1	-0,4	1,1	-1,4
Italia	1,3	-0,2	0,0	0,4	-0,6
Germania	1,5	-0,3	0,0	1,3	-0,5
Spagna	2,2	-0,9	-1,3	0,9	-1,0
Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero - Area dell'euro					
Francia	1,2	-0,3	-0,9	-0,8	-1,6
Italia	1,0	-0,7	-0,2	0,0	-0,5
Germania	1,1	0,0	-0,5	0,0	-0,5
Spagna	1,5	-0,7	-1,6	-0,1	-0,9
Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero - paesi extra-Area dell'euro					
Francia	0,6	0,1	0,1	2,8	-1,4
Italia	1,5	0,2	0,1	0,9	-0,8
Germania	1,8	-0,5	0,4	2,2	-0,6
Spagna	3,5	-1,2	-0,7	2,5	-1,6
Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato interno					
Francia	1,4	0,6	-0,6	-0,9	-1,0
Italia	1,2	0,2	0,2	-0,1	-0,5
Germania	1,2	0,3	0,0	-0,4	-0,2
Spagna	1,6	0,7	-0,7	0,3	-0,4

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

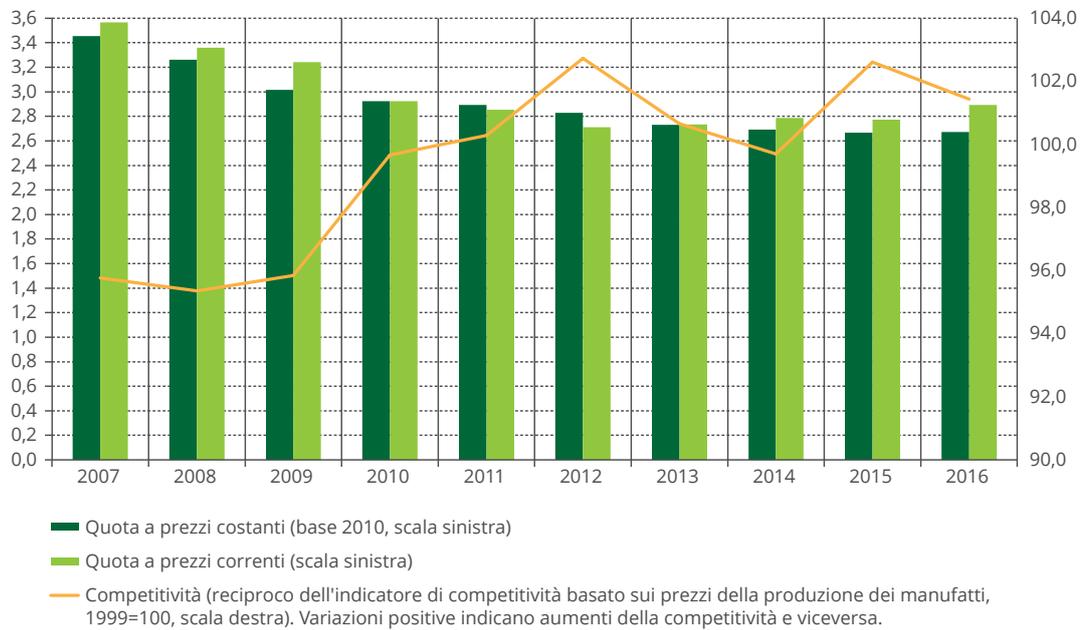
Nel 2016 le esportazioni di beni dell'Italia sono cresciute in volume sostanzialmente in linea con il commercio mondiale; la quota di mercato sulle esportazioni mondiali ha registrato un lieve aumento a prezzi correnti, passando dal 2,8 al 2,9 per cento, mentre in volume è rimasta invariata al 2,7 per cento (grafico 2.8). Le vendite all'estero dell'Italia sono riuscite anche a tenere il passo della domanda proveniente dai mercati di sbocco (grafico 2.9)⁵, confermando una tendenza favorevole in atto da circa un quinquennio, durante il quale l'espansione delle esportazioni, calcolata in volume, è stata nel complesso anche superiore a quella della domanda potenziale.

Nei dati a prezzi correnti, l'analisi *constant-market-shares* (Cms)⁶ indica che il lieve recupero di quota in corso dal 2013 è dovuto esclusivamente al contributo positivo dell'effetto di composizione merceologica e - in misura minore - di quello geografico. In altre parole, l'aumento della quota aggregata è stato sostenuto dal fatto che la domanda mondiale si è orientata maggiormente verso prodotti e mercati nei quali le esportazioni italiane sono relativamente più forti.

⁵ Calcolata come media ponderata delle importazioni in volume dei partner commerciali dell'Italia pesata per le rispettive quote sulle esportazioni italiane in valore (fonte: Banca d'Italia (2017), *Relazione annuale*, anno 2016).

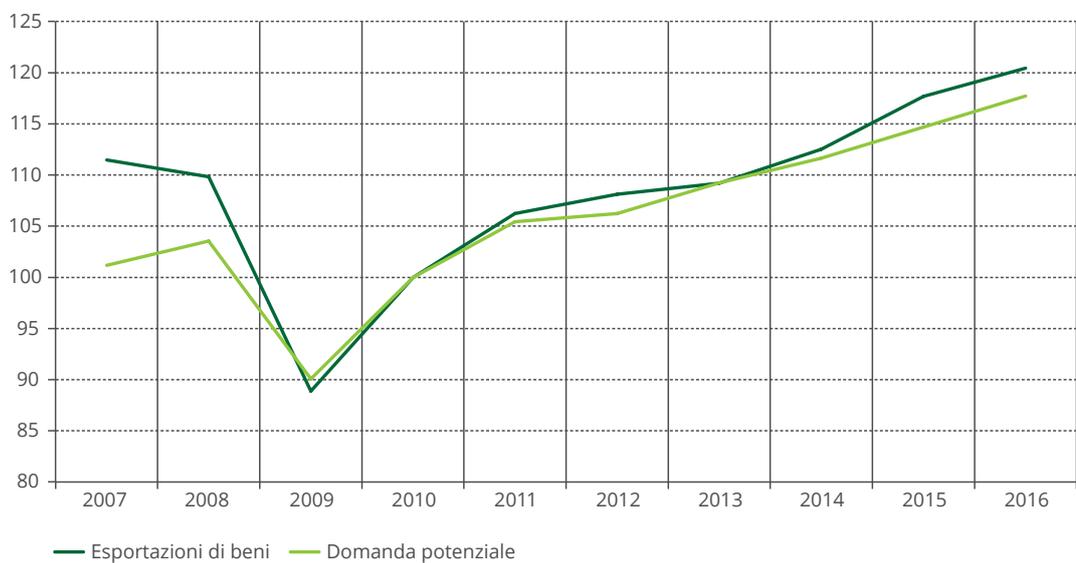
⁶ Cfr. l'approfondimento di R. Di Pietro (2017), *Le quote di mercato delle esportazioni italiane: un'analisi constant-market-shares*, pubblicato in questo Rapporto.

Grafico 2.8 - Competitività e quote di mercato delle esportazioni italiane di merci
 Quote percentuali e indici in base 1999=100



Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia e Omc

Grafico 2.9 - Esportazioni di beni in volume e domanda potenziale⁽¹⁾
 Indici 2010=100



⁽¹⁾ Esportazioni di beni di contabilità nazionale. La domanda potenziale è calcolata come media ponderata delle importazioni in volume dei partner commerciali dell'Italia, pesate per le rispettive quote sulle esportazioni italiane in valore.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

2.3 Le importazioni

Nel 2016 le importazioni di beni e servizi dell'Italia hanno registrato un incremento in volume del 2,9 cento, in forte rallentamento rispetto al 6,8 per cento dell'anno precedente (grafico 2.10). Inoltre, la crescita dell'Italia è risultata meno intensa rispetto alla media dell'Area dell'euro (+4 per cento nel 2016). È proseguita la caduta dei prezzi (calcolata tramite i deflatori impliciti), che per l'Italia (-3,4 per cento) è risultata più marcata sia rispetto all'anno precedente sia nel confronto con la media dell'Area dell'euro (-2,4 per cento).

Considerando le sole importazioni di beni, la caduta dei prezzi appare ancora più evidente e prolunga una tendenza in corso da diversi anni (tavola 2.7), dovuta principalmente alla flessione dei prezzi dei prodotti del comparto energetico; in particolare, le importazioni di gas naturale e petrolio greggio hanno evidenziato nel 2016 diminuzioni di oltre il 20 per cento rispetto ai valori dell'anno precedente. In volume gli acquisti di beni dall'estero sono cresciuti del 2,9 per cento.

Le importazioni di servizi in volume sono aumentate del 3,1 per cento, facendo registrare un tasso di crescita più elevato rispetto agli anni precedenti, mentre la dinamica in valore si è attestata sul 2,8 per cento.

Tavola 2.7 - Importazioni ⁽¹⁾

Beni	2013	2014	2015	2016
Milioni di euro	343.018	342.108	354.695	349.652
Variazioni percentuali	-4,9	-0,3	3,7	-1,4
<i>Prezzi delle importazioni ⁽²⁾</i>	-2,3	-3,7	-4,5	-4,2
<i>Volumi</i>	-2,6	3,5	8,5	2,9
Importazioni Cif, valori doganali (milioni di euro)	361.002	356.939	370.484	365.579
Servizi				
Milioni di euro	83.870	86.918	91.346	93.938
Variazioni percentuali	-0,9	3,6	5,1	2,8
<i>Prezzi delle importazioni ⁽²⁾</i>	0,2	1,6	4,9	-0,2
<i>Volumi</i>	-1,2	2,0	0,2	3,1

⁽¹⁾ Dati di contabilità nazionale.

⁽²⁾ Deflatori impliciti.

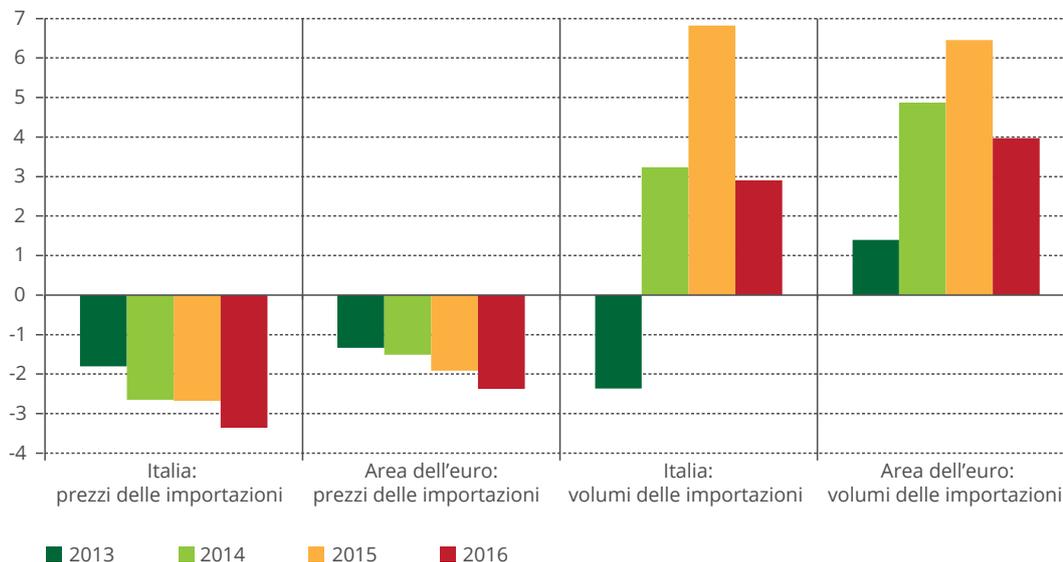
Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Il calo delle importazioni in valore è da ascrivere esclusivamente all'area extra Ue, che ha fatto registrare una diminuzione del 5,8 per cento – per lo più determinata dalla Russia - mentre gli acquisti dall'Unione Europea sono aumentati dell'1,8 per cento, trainati dalle dinamiche positive in Germania, Spagna e Repubblica Ceca.

Per quanto riguarda i settori, hanno segnato incrementi gli acquisti dall'estero di autoveicoli, di macchine e apparecchi e di articoli farmaceutici, in contrasto con la media degli altri comparti.

Grafico 2.10 - Importazioni di beni e servizi in Italia e nell'Area dell'euro

Variazioni percentuali sull'anno precedente dei volumi e dei prezzi⁽¹⁾ delle importazioni, base 2010



⁽¹⁾ Deflatori impliciti di contabilità nazionale.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

2.4 Il commercio estero per classi di destinazione economica dei beni

Per quanto riguarda i quattro principali raggruppamenti di beni per destinazione economica, nel 2016 si è registrato un incremento delle esportazioni di beni consumo, strumentali e intermedi, mentre per il comparto dell'energia si è osservato un ampio calo sia in valore (-18,2 per cento) sia in volume (-7,4 per cento) (deflazionato con i prezzi all'esportazione dei prodotti industriali) (grafico 2.11).

Solo per i beni di consumo si osserva contemporaneamente un incremento dei prezzi (+0,4 per cento) e dei volumi esportati (+2,3 per cento).

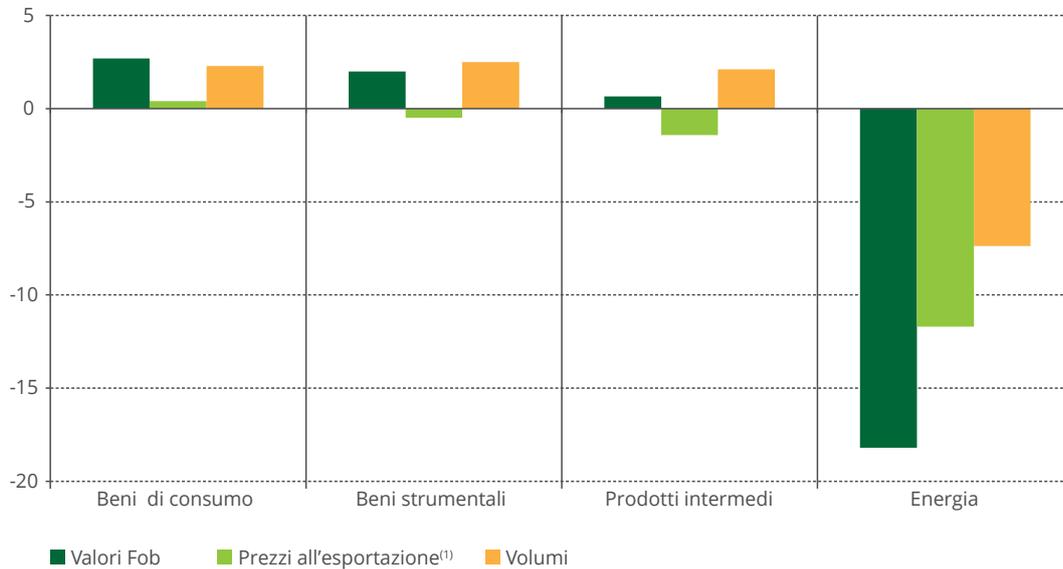
Considerando le importazioni, la crescita dei volumi è stata trainata principalmente dalla componente dei beni strumentali (+7,1 per cento), grazie alla ripresa degli investimenti e dell'attività produttiva, e dai beni di consumo (+2,1 per cento) (grafico 2.12). Nel dettaglio, sono stati i settori della meccanica e dei mezzi di trasporto a fornire il maggiore contributo positivo alla dinamica degli acquisti dall'estero.

Il comparto energetico ha fatto registrare un calo dei prezzi (-13,2 per cento) e dei volumi importati (-9,3 per cento). Il valore delle importazioni al netto di tale componente energetica è aumentato dell'1,6 per cento.



Grafico 2.11 - Esportazioni dell'Italia per principali categorie merceologiche, 2016

Variazioni percentuali sull'anno precedente

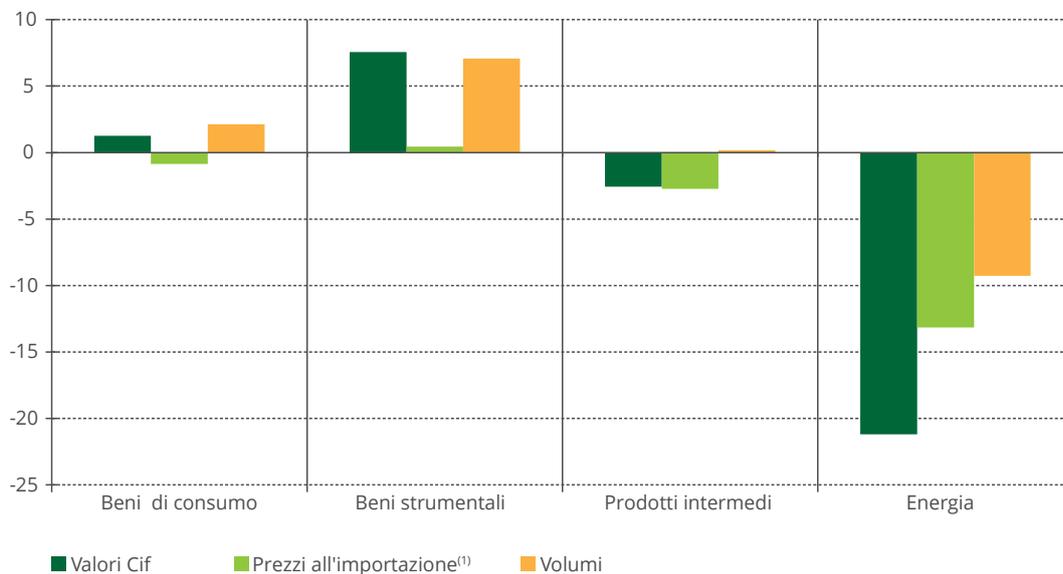


⁽¹⁾Indici dei prezzi alla produzione sul mercato estero, base 2010.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Grafico 2.12 - Importazioni dell'Italia per principali categorie merceologiche, 2016

Variazioni percentuali sull'anno precedente



⁽¹⁾Indici dei prezzi all'importazione dei prodotti industriali, base 2010.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat



L'aggiustamento dei conti con l'estero: fattori ciclici e il conto corrente dell'Italia

di Silvia Fabiani, Stefano Federico e Alberto Felettigh*

Introduzione

Il saldo del conto corrente della bilancia dei pagamenti dell'Italia ha registrato un consistente miglioramento negli ultimi sei anni, passando da un disavanzo pari al 3,4 per cento del Pil nel 2010 a un surplus del 2,6 nel 2016.¹ L'aggiustamento dei conti con l'estero ha avuto luogo in una fase di protratta debolezza dell'economia, contraddistinta da una marcata flessione della domanda interna. Una valutazione corretta della natura di tale riequilibrio, e in particolare della componente legata all'andamento del ciclo economico e quindi probabilmente destinata a venir meno con il consolidarsi della ripresa, è pertanto rilevante per le sue implicazioni riguardo alla sostenibilità futura dei conti con l'estero.

Il lavoro analizza il peso dei fattori ciclici, domestici e internazionali, nel recente miglioramento del saldo di conto corrente dell'Italia. L'analisi si basa su un semplice modello che calcola quali sarebbero i valori delle importazioni e delle esportazioni nel caso in cui il prodotto, interno e dei partner commerciali, fosse al suo livello potenziale, nello spirito della metodologia adottata dalla Commissione Europea. Il modello si distingue da quest'ultima, tuttavia, sotto due importanti aspetti: i) tiene conto della diversa intensità con cui le varie componenti della domanda attivano le importazioni, dando pertanto rilievo agli effetti di composizione; ii) deriva endogenamente il livello potenziale della domanda interna, delle esportazioni e delle importazioni a partire da una stima esogena del prodotto potenziale.

Il modello

Stime del saldo di conto corrente corretto per gli effetti ciclici sono prodotte periodicamente dalle organizzazioni internazionali, con una varietà di metodi. Il Fondo monetario internazionale (Fmi), per esempio, nell'ambito della valutazione degli squilibri esterni, stima una componente strutturale del conto corrente sulla base di regressioni panel che includono tra l'altro alcune variabili di natura ciclica (Phillips et al., 2013). La metodologia della Commissione europea (Salto e Turrini, 2010) considera invece separatamente esportazioni e importazioni e calcola il conto corrente di un paese al netto dei fattori ciclici come quello che si determinerebbe qualora la produzione domestica e quella dei partner commerciali fossero al loro livello potenziale, in altre parole se in entrambi i casi l'*output gap* fosse nullo. Ad esempio, se chiudere l'*output gap* richiedesse un Pil dell'1 per cento superiore rispetto a quello effettivo, l'ipotesi è che anche le importazioni sarebbero proporzionalmente più alte, in base a un'elasticità fissata esogenamente.

Il modello utilizzato in questo lavoro estende l'approccio della Commissione europea (Ce) incorporando effetti di composizione, riconoscendo cioè che le diverse componenti della domanda aggregata (esportazioni e domanda interna) attivano le importazioni con differente intensità. Inoltre, contrariamente all'approccio adottato dalla Ce, il modello determina endogenamente (e in modo internamente coerente) il livello potenziale della domanda interna, delle esportazioni e delle importazioni a partire da una stima esogena del prodotto potenziale.

* Banca d'Italia.

¹ L'approfondimento riporta i principali risultati del lavoro di Fabiani, Federico e Felettigh (2016).



Nel dettaglio, si ipotizza che le esportazioni potenziali siano una funzione lineare del prodotto potenziale estero. Viceversa, le importazioni dipendono da una misura di domanda costruita, nello spirito della *Import intensity-Adjusted Demand* (Iad) di Bussière et al. (2013), come media ponderata di esportazioni e domanda interna; i pesi riflettono la diversa attivazione di importazioni da parte di ciascuna componente. In particolare, le esportazioni sono caratterizzate da un contenuto di importazioni più elevato, in ragione della crescente frammentazione internazionale della produzione: la calibrazione delle elasticità nel modello è tale che a una pari variazione (assoluta) di esportazioni e di domanda interna, la corrispondente attivazione di importazioni è circa 1,6 volte superiore nel caso delle esportazioni. Infine, i livelli potenziali di esportazioni, importazioni e domanda interna (X^{pot} , M^{pot} e DJ^{pot} , rispettivamente) devono essere coerenti con il Pil potenziale (Y^{pot}):

$$Y^{pot} = DJ^{pot} + X^{pot} - M^{pot},$$

dove X^{pot} è determinato dal Pil potenziale estero, mentre M^{pot} è una funzione lineare di DJ^{pot} e di X^{pot} . Si tratta pertanto di risolvere un semplice sistema di tre equazioni simultanee.

Il modello proposto, così come quello della Commissione europea, di fatto corregge per gli effetti del ciclo solo la bilancia commerciale, mentre nessuna rettifica viene apportata ai redditi primari e secondari.

La variabile esogena cruciale per la stima del modello è il prodotto potenziale, da cui discende la misura dell'*output gap*; la sua valutazione quantitativa varia a seconda della metodologia adottata ed è tipicamente soggetta a un ampio margine di incertezza. Nel lavoro si utilizza, come indicatore dell'*output gap* italiano, quello calcolato dalla Banca d'Italia.² Nel confronto con le misure calcolate dalle principali organizzazioni internazionali, esso delinea per gli anni più recenti una fase ciclica intermedia tra quella tendenzialmente più negativa prospettata dalle stime dell'Ocse e quella, più positiva, che traspare dalle stime della Commissione europea e del Fmi. Per il resto del mondo si considera una media ponderata degli *output gap* di 45 partner commerciali, a loro volta ottenuti come medie degli indicatori stimati dalla Commissione europea, dall'Ocse e dal Fmi.

I risultati per l'Italia

Secondo le nostre stime, il saldo di conto corrente dell'Italia corretto per gli effetti ciclici ha registrato un graduale deterioramento dalla metà degli anni novanta, divenendo negativo all'inizio della scorsa decade e raggiungendo il suo punto di minimo nel 2010 (grafico 1). Successivamente ha segnato un graduale recupero, tornando positivo nel 2014. Lo scorso anno era in surplus per circa l'1,4 per cento del Pil. Gli effetti del ciclo economico, relativamente marginali fino alla crisi dei debiti sovrani del 2011, sono stati rilevanti nell'ultimo quinquennio, sostenendo l'avanzo del conto corrente di un ammontare pari a 1,2 punti percentuali di Pil in media. Nel complesso, tuttavia, il ribilanciamento dei conti con l'estero avvenuto tra il 2010 e il 2016 è stato consistente anche tenendo conto degli effetti ciclici: al netto di questi ultimi, il saldo ha registrato un miglioramento di 5,1 punti percentuali di Pil; la componente non ciclica spiega quindi oltre i quattro quinti della variazione del saldo effettivo (6 punti).

² L'indicatore è ricavato come media delle stime basate su quattro approcci differenti: un metodo bayesiano a componenti inosservate, un modello univariato autoregressivo a coefficienti variabili, un approccio basato sulla funzione di produzione e un Var strutturale (Bassanetti et al. 2010). L'approfondimento riporta i principali risultati del lavoro di Fabiani, Federico e Felettigh (2016).



Grafico 1 - Correzione per il ciclo: saldo del conto corrente

In percentuale del Pil⁽¹⁾



⁽¹⁾ Il minimo e il massimo indicano l'intervallo dei valori ottenuti sulla base di modelli di stima alternativi.

Fonte: elaborazioni su dati Ameco, Banca d'Italia, Fmi, Istat, Ocse

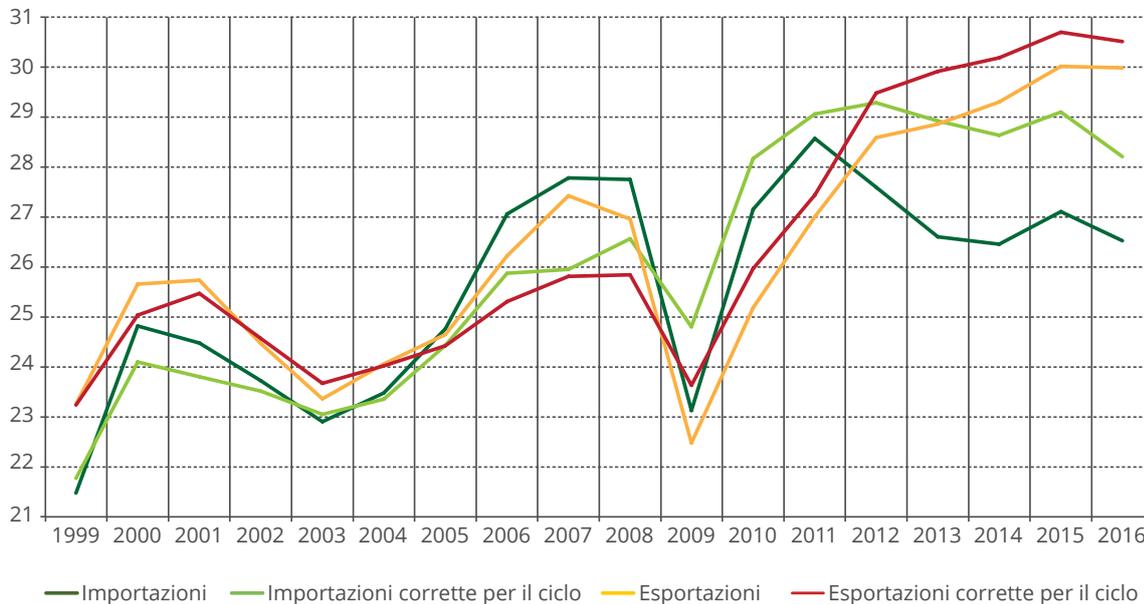
Tenendo conto dei risultati di una serie di esercizi di robustezza basati su ipotesi, calibrazioni e modelli alternativi, il saldo corretto per il ciclo si collocherebbe comunque in avanzo nel 2016, in un intervallo compreso tra lo 0,4 e il 2,6 per cento del Pil; all'ampiezza di tale intervallo contribuisce soprattutto l'incertezza delle valutazioni sull'*output gap*.

La metodologia utilizzata consente di quantificare separatamente il contributo delle esportazioni e delle importazioni alla correzione del conto corrente al netto degli effetti ciclici: questi ultimi sono stati generalmente più ampi dal lato delle importazioni, in particolare nell'ultimo quinquennio, riflettendo la fase recessiva molto più intensa nel nostro paese che nel complesso dei partner commerciali. Ciò nonostante, il ribilanciamento in atto dal 2010, al netto degli effetti ciclici, è attribuibile soprattutto (per 4,5 punti percentuali di Pil) alla buona performance delle esportazioni, mentre il contributo delle importazioni è stato sostanzialmente nullo e quello dei redditi primari e secondari è stato di 0,5 punti percentuali (grafico 2).

Nel periodo considerato vi sono state rilevanti fluttuazioni dei prezzi dei prodotti energetici. Per isolare il loro impatto sul saldo di conto corrente corretto per il ciclo, si può sottrarre da quest'ultimo il valore delle importazioni di beni energetici.³ Escludendo tale componente, tra il 2010 e il 2016 il saldo di conto corrente corretto per il ciclo è aumentato da 0,5 a 3,7 punti di Pil. Il miglioramento si è concentrato tra il 2010 e il 2012; nel successivo biennio il saldo è rimasto pressoché invariato, mostrando un lieve peggioramento nel 2015 e un rimbalzo nel 2016.

³ Ciò equivale implicitamente a ipotizzare che, in caso di chiusura dell'*output gap*, l'aumento delle importazioni di beni energetici sarebbe in proporzione alla loro quota sul Pil.

Grafico 2 - Correzione per il ciclo: esportazioni e importazioni
In percentuale del Pil



Fonte: elaborazioni su dati Ameco, Banca d'Italia, Fmi, Istat, Ocse

Alcune evidenze per gli altri maggiori paesi dell'area

Dall'applicazione del nostro modello alle altre tre maggiori economie dell'Area dell'euro emergono effetti eterogenei tra paesi: nel 2016, il saldo di conto corrente della Germania al netto dei fattori ciclici sale dall'8,8 per cento del Pil stimato dalla Commissione europea al 9,6 per cento delle nostre stime, un valore ben oltre la soglia di allerta previste dalla *Macroeconomic Imbalance Procedure* (6 per cento). Viceversa, il notevole aggiustamento del disavanzo spagnolo, in atto dal 2008, viene in parte ridimensionato e il saldo corretto per gli effetti del ciclo economico diventa positivo solo nel 2016. La correzione ha invece un impatto modesto per il perdurante disavanzo della Francia.

Conclusioni

Si analizza il ruolo dei fattori ciclici nel miglioramento del conto corrente dell'Italia dal 2010, sulla base di un modello che deriva il livello potenziale di domanda interna, importazioni ed esportazioni da una stima esogena del prodotto potenziale, considerando effetti di composizione. Secondo i risultati, nel 2016 il saldo italiano di conto corrente corretto per gli effetti ciclici era l'1,4 per cento del Pil. L'aggiustamento dei conti con l'estero dal 2010 è stato in larga parte (5,1 punti di Pil su 6,0) di natura non ciclica; anche considerando l'ulteriore correzione per la discesa dei prezzi energetici, il riequilibrio rimane significativo (3,2 punti di Pil). Vi ha contribuito in larga parte la buona dinamica delle esportazioni, che segnala un'accresciuta capacità delle imprese italiane di misurarsi sui mercati internazionali, anche grazie al recupero di competitività di prezzo.

L'applicazione del modello agli altri maggiori paesi dell'area segnala che nel periodo recente gli squilibri esterni sono più ampi se valutati al netto degli effetti del ciclo economico.



Nota bibliografica di approfondimento

Bassanetti A., Caivano M. e Locarno A. (2010), *Modelling Italian potential output and the output gap*, Banca d'Italia, "Temi di discussione", n. 771.

Bussière M., Callegari G., Ghironi F., Sestieri G. e Yamano N. (2013), *Estimating Trade Elasticities: Demand Composition and the Trade Collapse of 2008-2009*, "American Economic Journal: Macroeconomics", vol. 5(3), pp. 118-151.

Fabiani S., Federico S. e Felettigh A. (2016), *Adjusting the external adjustment: cyclical factors and the Italian current account*, Banca d'Italia, "Questioni di economia e finanza", n. 346.

Phillips S., Catão L., Ricci L., Bems R., Das M., Di Giovanni J., Unsal D.F., Castillo M., Lee J., Rodriguez J. e Vargas M. (2013), *The External Balance Assessment (EBA) Methodology*, IMF "Working Paper series", n. 272.

Salto M. e Turrini A. (2010), *Comparing alternative methodologies for real exchange rate assessment*, European Economy, "Economic Papers", n. 427.

Le quote di mercato delle esportazioni italiane: un'analisi *constant-market-shares*

di Raffaele Di Pietro*

L'analisi *constant-market-shares* (Cms) scompone, per un dato intervallo temporale, la variazione della quota di mercato delle esportazioni di un paese in tre distinti effetti: *effetto competitività*, *effetto struttura* ed *effetto adattamento*. L'effetto struttura è a sua volta scomponibile in una componente merceologica, una geografica e in un termine di interazione strutturale.¹ In questo approfondimento sono illustrati i risultati dell'analisi Cms per l'Italia, utilizzando i dati di importazione a prezzi correnti e considerando come mercato mondiale un aggregato composto da 48 paesi, rappresentanti circa il 94 per cento delle importazioni mondiali nel 2016.² La quota delle esportazioni italiane è calcolata mettendo a rapporto

* Ice.

1 La formula di scomposizione della quota di un paese della nostra analisi Cms è la seguente:

$$S^t - S^{t-1} = Ec + Esm + Esg + Eis + Ea$$

in cui S è la quota di mercato aggregata di un paese esportatore e i cinque termini generati dalla sua scomposizione sono:

$$Ec = \sum_i \sum_j (s_{ij}^t - s_{ij}^{t-1}) w_{ij}^{t-1}$$

$$Esm = \sum_i (p_i^t - p_i^{t-1}) s_i^{t-1}$$

$$Esg = \sum_i (g_{.j}^t - g_{.j}^{t-1}) s_j^{t-1}$$

$$Eis = \sum_i \sum_j (w_{ij}^t - w_{ij}^{t-1}) s_{ij}^{t-1} - Esm - Esg$$

$$Ea = \sum_j (s_j^t - s_j^{t-1}) (w_{.j}^t - w_{.j}^{t-1})$$

In queste formule il pedice j si riferisce a ciascuno degli m paesi che compongono il mercato d'importazione e il pedice i a ciascuno degli n beni importati; s_{ij} è la quota di mercato detenuta dal paese esportatore sulle importazioni del prodotto i -mo da parte del j -mo paese; w_{ij} è il peso relativo delle importazioni del prodotto i -mo da parte del j -mo paese sul totale delle importazioni mondiali; p_i il peso del bene i -mo sul totale delle importazioni mondiali; $g_{.j}$ il peso del j -mo paese sul totale delle importazioni mondiali.

L'effetto competitività (Ec) rappresenta quindi la media ponderata delle variazioni delle quote elementari in ognuno dei segmenti mercato-prodotto, a parità di struttura della domanda. Si può dunque ritenere che questa parte della variazione della quota rifletta i fattori di prezzo e di qualità che determinano la competitività dei prodotti offerti dal paese esportatore.

L'effetto struttura merceologica (Esm) cattura la variazione della quota del paese esportatore dovuta a mutamenti nella sola struttura merceologica della domanda d'importazione (alcuni prodotti acquistano maggior peso a discapito di altri). Questo effetto sarà positivo se i prodotti in cui il paese è maggiormente specializzato (detiene quote relativamente più elevate) acquistano peso sulle importazioni mondiali.

L'effetto struttura geografica (Esg) misura quanta parte della variazione della quota di mercato è il riflesso di cambiamenti intervenuti nella struttura geografica delle importazioni mondiali. A parità di tutte le altre condizioni, la quota di mercato aggregata di un paese migliora se i mercati più dinamici sono quelli verso cui maggiormente si orientano le sue esportazioni (in cui quindi detiene quote più elevate).

L'effetto di interazione strutturale (Eis) descrive il modo in cui si combinano reciprocamente i cambiamenti della struttura geografica e merceologica della domanda ed è positivo quando, a parità di struttura geografica della domanda, aumenta in ciascun mercato il peso relativo dei prodotti in cui il paese esportatore è specializzato e/o quando, a parità di struttura merceologica della domanda, aumenta in ciascun prodotto l'importanza relativa dei mercati in cui il paese esportatore è relativamente più forte.

Infine, l'effetto di adattamento (Ea) dipende dalla correlazione tra le variazioni delle quote elementari del paese esportatore e le variazioni dei pesi di ciascun prodotto e mercato sulle importazioni mondiali. Esso cattura quindi la capacità del modello di specializzazione internazionale del paese esportatore di reagire ai cambiamenti intervenuti nella composizione della domanda. In questo senso si può parlare di una misura della flessibilità del sistema. Da un'altra prospettiva, Ea può essere considerato una seconda misura di competitività, nel senso che è positivo se i guadagni di quota di un paese tendono a concentrarsi nei prodotti e nei mercati più dinamici.

Per ulteriori approfondimenti si rimanda a: Iapadre L. e Memedovic O. (2010), *Industrial Development and the Dynamics of International Specialization Patterns*, Unido Research and Statistics Branch, "Working Paper 23/2009", United Nations Industrial Development Organization, Vienna, marzo.

2 I 48 paesi considerati sono: i 28 dell'Unione Europea e Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia, Malaysia, Messico, Russia, Singapore, Stati Uniti, Svizzera, Taiwan, Thailandia e Turchia. Nell'analisi sono prese in considerazione le importazioni disaggregate in 1.792 prodotti, secondo la classificazione *Harmonized system* a quattro cifre (Hs-4).



Le importazioni dell'aggregato dall'Italia con le loro importazioni dal mondo e dall'Area dell'euro, con un orizzonte temporale che spazia dal 1999 al 2016.

I risultati, in entrambi gli esercizi di analisi, evidenziano una contrapposizione di due periodi, 1999-2010 e 2010-2016, caratterizzati l'uno da una forte riduzione della quota dell'Italia, l'altro da un leggero recupero. Nel primo periodo anche i risultati della decomposizione sono simili tra i due esercizi, con gli effetti competitività e struttura negativi, mentre quello di adattamento è lievemente positivo. Negli ultimi anni, invece, l'effetto competitività è diventato positivo soltanto rispetto all'Eurozona, mentre l'effetto struttura è risultato favorevole in entrambi gli esercizi.

Emerge in particolare che il recupero delle quote di mercato dell'Italia rilevato negli ultimi anni è dovuto principalmente al maggior peso sulle importazioni mondiali dei prodotti nei quali l'Italia è specializzata (effetto struttura merceologica).

Tavola 1 - Analisi *constant-market-shares* della quota mondiale delle esportazioni italiane ⁽¹⁾

	1999	2010	1999-2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2010-2016
Quota di mercato	3,82	2,78		2,75	2,64	2,67	2,75	2,79	2,90	
variazione assoluta	-	-	-1,04	-0,03	-0,11	0,03	0,08	0,04	0,11	0,12
Effetto competitività			-0,55	0,00	0,01	-0,02	-0,01	-0,06	0,02	-0,05
Effetto struttura			-0,55	-0,03	-0,11	0,05	0,08	0,12	0,11	0,22
merceologica			-0,56	-0,05	-0,03	0,04	0,07	0,16	0,07	0,26
geografica			-0,11	-0,01	-0,08	0,01	0,04	-0,00	0,04	0,00
interazione			0,11	0,04	0,01	0,00	-0,03	-0,04	-0,01	-0,04
Effetto adattamento			0,06	-0,01	-0,01	-0,01	0,00	-0,01	-0,02	-0,06

⁽¹⁾ Nell'analisi in luogo del mondo si utilizza un aggregato costruito con le importazioni di 48 paesi: i 28 dell'Unione Europea e Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia, Malaysia, Messico, Russia, Singapore, Stati Uniti, Svizzera, Taiwan, Thailandia e Turchia. Al 2016, le importazioni di questi paesi rappresentavano circa il 94 % delle importazioni mondiali.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

Nei primi dodici anni analizzati la quota di mercato mondiale delle esportazioni italiane è complessivamente diminuita di poco più di un punto percentuale, passando dal 3,82 al 2,78 per cento. La perdita è dovuta in parti uguali agli effetti competitività e struttura, quest'ultimo largamente identificabile con la componente merceologica. La flessione è pertanto ascrivibile sia a problemi di competitività, rivelati da perdite diffuse in molti mercati e prodotti, sia al fatto che il modello di specializzazione delle esportazioni italiane è risultato negativamente correlato con le tendenze della domanda mondiale, soprattutto da un punto di vista merceologico, ma anche geografico. Ha invece fornito un lieve contributo positivo l'effetto adattamento.

Dopo aver inizialmente registrato ulteriori perdite, la quota italiana ha manifestato una tendenza positiva a partire dal 2013. L'aumento complessivo tra il 2010 e il 2016, pari a 0,12 punti percentuali, è interamente dovuto a un effetto struttura positivo, il quale ha più che compensato l'apporto negativo degli altri effetti. In media, la *performance* dei prodotti italiani nei singoli mercati di sbocco è stata stazionaria, risentendo negativamente della perdita del 2015, presumibilmente per l'impatto nominale sfavorevole del deprezzamento dell'euro. L'effetto struttura merceologica positivo si è progressivamente rafforzato a partire dal 2013 e ha apportato un contributo totale di 0,26 punti percentuali.



Le tendenze della domanda mondiale si sono dunque orientate in direzioni più favorevoli alla distribuzione dei vantaggi comparati dell'economia italiana. Certamente ha pesato il calo dei prezzi delle materie prime, che ha ridotto l'importanza di prodotti nei quali l'Italia non è specializzata, ma un apporto positivo potrebbe essere stato arrecato anche dalla crescente domanda di prodotti tradizionali del *made in Italy* proveniente dai mercati emergenti. Inoltre il modello di specializzazione delle esportazioni italiane si è modificato rispetto alle sue caratteristiche tradizionali, estendendosi verso comparti dinamici della farmaceutica e dei mezzi di trasporto.

Il recupero delle esportazioni italiane si è accentuato nel 2016, quando la loro quota ha fatto registrare il livello più elevato dal 2008 (2,9 per cento). Il contributo principale è giunto nuovamente dall'effetto struttura, soprattutto merceologica, ma anche l'effetto competitività ha dato un lievissimo contributo positivo, interrompendo un ciclo di variazioni negative durato tre anni.

Analizzando la quota di mercato dell'Italia sulle importazioni dall'Eurozona dei 48 paesi considerati, si notano, come già accennato, tendenze simili a quelle già osservate per la quota mondiale.

A un periodo di declino negli anni duemila ha fatto seguito un recupero quasi ininterrotto tra il 2010 e il 2016 (tavola 2).

Tavola 2 - Analisi *constant-market-shares* della quota dell'Italia sulle esportazioni dell'Eurozona ⁽¹⁾

	1999	2010	1999-2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2010-2016
Quota di mercato	12,29	10,56		10,58	10,68	10,63	10,74	10,75	10,89	
variazione assoluta	-	-	-1,74	0,02	0,09	-0,05	0,11	0,02	0,14	0,33
Effetto competitività			-0,82	-0,05	0,13	-0,08	0,04	-0,02	0,09	0,12
Effetto struttura			-1,07	0,08	0,05	0,05	0,14	0,10	0,08	0,51
merceologica			-1,09	0,02	-0,04	0,09	0,07	0,10	0,09	0,33
geografica			0,27	0,04	0,07	-0,01	-0,02	0,01	-0,01	0,09
interazione			-0,25	0,02	0,02	-0,04	0,09	-0,01	0,00	0,10
Effetto adattamento			0,15	-0,01	-0,09	-0,01	-0,07	-0,07	-0,04	-0,29

⁽¹⁾ Nell'analisi in luogo del mondo si utilizza un aggregato costruito con le importazioni di 48 paesi: i 28 dell'Unione Europea e Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia, Malaysia, Messico, Russia, Singapore, Stati Uniti, Svizzera, Taiwan, Thailandia e Turchia. Al 2016, le importazioni di questi paesi rappresentavano circa il 94 % delle importazioni mondiali.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

La marcata contrazione della quota italiana nel periodo 1999-2010 è il risultato sia dei problemi manifestati dalle esportazioni nei singoli prodotti e mercati di sbocco, riassunti in un forte effetto competitività negativo, sia di un considerevole influsso sfavorevole della loro struttura merceologica, relativamente più orientata, rispetto a quelle dell'Eurozona, verso prodotti a domanda mondiale lenta. L'effetto struttura geografica e l'effetto adattamento hanno invece arrecato un leggero contributo positivo.

L'influenza propizia della composizione geografica della domanda è l'unico effetto che si è mantenuto anche negli ultimi anni, denotando che, rispetto alla media dell'Eurozona, le esportazioni italiane sono relativamente più orientate verso mercati dinamici. Tutti gli altri termini generati dalla decomposizione Cms hanno invece invertito il proprio segno. Il recupero di quota è stato quindi sostenuto sia da un effetto competitività complessivamente positivo, anche se altalenante nel corso degli anni, sia e soprattutto da un sensibile apporto positivo della struttura merceologica, che ha caratterizzato l'intero quadriennio 2013-16, accresciuto dall'effetto di interazione con la struttura geografica.

LE AREE E I PAESI





3.1 Gli scambi di merci

L'incremento del surplus commerciale italiano, determinato in buona misura anche nel 2016 dal calo dei prezzi delle materie prime energetiche, riflette un miglioramento dei saldi con quasi tutte le aree geografiche (cfr. tavola 3.1). L'attivo più consistente si conferma quello con l'America settentrionale, che raggiunge quota 25,2 milioni di euro, crescendo tuttavia in misura contenuta rispetto al 2015.

Aumenta invece in maniera rilevante il surplus con l'Unione Europea, che si attesta a 11,6 milioni di euro, per effetto di una crescita dell'export più sostenuta di quella dell'import, e quello con i Paesi europei extra Ue, per lo più a causa della forte contrazione delle importazioni dalla Russia.

In attivo e in miglioramento, anche se meno marcato rispetto al 2015, i saldi nei confronti del Medio Oriente e dell'Africa settentrionale, che continuano a risentire della caduta delle quotazioni delle materie prime energetiche, ma con effetti in parte controbilanciati dalla parallela diminuzione dell'export. Permane invece il disavanzo della bilancia commerciale con l'Asia orientale e centrale, seppure in ridimensionamento rispetto all'anno precedente.

Le esportazioni verso i paesi partner dell'Unione Europea raggiungono nel 2016 i 233 milioni di euro, grazie a una crescita sull'anno precedente (3,1 per cento) significativamente superiore alla media (1,2 per cento), seppure leggermente ridimensionata rispetto a quella osservata nel 2015. Più contenuta la dinamica dell'import, comunque superiore a quella complessiva, di segno negativo. La ripresa della quota dell'Ue come area di destinazione dell'export è determinata soprattutto dal recupero della domanda in Germania e Francia e dalla dinamica sostenuta, sebbene in flessione rispetto al 2015, delle vendite in Spagna. I saldi con i tre principali partner dell'area migliorano. Si riduce leggermente, dopo il deciso incremento del 2015, il disavanzo con la Germania, che rimane tuttavia tra i più significativi a carico dall'Italia, il secondo per dimensioni dopo quello con i Paesi Bassi. Il miglioramento è dovuto alla ripresa dell'export e al ritmo meno sostenuto dell'import, cui contribuiscono prevalentemente i prodotti della metallurgia e i farmaceutici, a fronte di un peggioramento dei saldi delle due principali voci dell'export italiano verso il mercato tedesco, la meccanica e gli autoveicoli. Cresce il già consistente attivo con la Francia (11,4 miliardi di euro), grazie soprattutto al buon andamento dei comparti della meccanica e degli altri mezzi di trasporto, le voci principali dell'export italiano verso questo mercato. Resta invece invariato rispetto allo scorso anno il surplus con il Regno Unito, il più elevato nell'interscambio italiano con l'area. In aumento l'attivo con la Spagna, attestato su valori tuttavia decisamente più contenuti (1,4 miliardi di euro), in virtù della robusta crescita delle esportazioni (superiore al 6 per cento), riconducibile in buona misura alla positiva performance della meccanica, primo settore dell'export italiano nel paese.

Positiva anche la dinamica dell'export verso la Polonia, che supera quota 11 miliardi di euro, portando il saldo a 2,5 miliardi di euro, e, in misura anche maggiore, quelle nei confronti della Repubblica Ceca e dell'Ungheria, che fanno registrare tassi superiori al 6 per cento, e della Slovacchia (8,4 per cento). Nel caso della Repubblica Ceca, tuttavia, l'aumento delle esportazioni si accompagna a una ancora più robusta crescita dell'import (15 per cento), imputabile sostanzialmente al settore degli autoveicoli. Da rilevare il deciso balzo in avanti delle esportazioni verso l'Irlanda (+37,9 per cento), ascrivibile essenzialmente ai prodotti farmaceutici, di cui tuttavia l'Italia è importatore netto nei confronti del paese, e, in misura minore, ai prodotti chimici. Sempre alla farmaceutica è riconducibile anche la forte contrazione dell'import e il conseguente netto miglioramento del consistente deficit commerciale rispetto al 2015.

* Redatto da Stefania Spingola (ICE) con la supervisione di Lucia Tajoli (Politecnico di Milano)

Tavola 3.1 - Il commercio estero dell'Italia per aree e principali paesi

Valori in milioni di euro e percentuali

Aree /Paesi	Esportazioni				Importazioni				Saldi	
	2016	Peso 2016	Variazione 2015-16	Tcma ⁽¹⁾ 2012-16	2016	Peso 2016	Variazione 2015-16	Tcma ⁽¹⁾ 2012-16	2015	2016
Unione Europea	232.977	55,9	3,1	1,8	221.347	60,5	1,8	0,4	8.585	11.630
Germania	52.713	12,6	3,8	1,4	59.454	16,3	3,2	-1,0	-6.827	-6.742
Francia	43.923	10,5	3,0	0,2	32.547	8,9	1,2	-0,6	10.491	11.377
Spagna	20.968	5,0	6,1	1,1	19.535	5,3	5,1	1,5	1.179	1.433
Regno Unito	22.478	5,4	0,5	5,1	10.996	3,0	1,0	0,1	11.476	11.482
Belgio	13.504	3,2	-0,1	7,0	17.799	4,9	4,0	4,1	-3.600	-4.295
Paesi Bassi	9.726	2,3	1,7	1,3	20.154	5,5	-2,0	-0,9	-11.005	-10.429
Polonia	11.230	2,7	3,0	3,6	8.730	2,4	1,7	3,0	2.315	2.500
Austria	8.829	2,1	2,8	0,2	8.305	2,3	-2,1	-2,5	100	524
Romania	6.609	1,6	-1,2	1,5	6.246	1,7	-2,7	3,4	265	362
Repubblica Ceca	5.380	1,3	6,5	5,2	6.368	1,7	15,0	5,4	-485	-988
Ungheria	4.392	1,1	6,2	4,6	4.579	1,3	2,7	4,6	-323	-187
Svezia	4.210	1,0	1,3	1,6	3.613	1,0	3,5	0,2	665	597
Grecia	3.841	0,9	3,4	-4,3	2.542	0,7	0,0	3,8	1.171	1.299
Slovenia	3.642	0,9	-1,9	-1,8	2.592	0,7	-1,5	0,4	1.081	1.050
Slovacchia	2.722	0,7	8,4	2,6	3.316	0,9	7,2	3,2	-584	-594
Portogallo	3.512	0,8	4,5	1,1	1.587	0,4	5,2	0,4	1.853	1.925
Irlanda	1.733	0,4	37,9	13,1	3.340	0,9	-18,8	1,4	-2.859	-1.607
Paesi europei non Ue	43.429	10,4	-2,4	-1,9	35.336	9,7	-8,9	-3,3	5.749	8.094
Svizzera	19.015	4,6	-1,1	-1,6	10.600	2,9	-1,5	-1,3	8.467	8.415
Russia	6.720	1,6	-5,3	-6,3	10.617	2,9	-26,3	-8,9	-7.315	-3.897
Turchia	9.599	2,3	-3,8	-0,1	7.474	2,0	12,4	4,6	3.330	2.125
Africa settentrionale	12.444	3,0	-5,0	3,0	10.702	2,9	-7,1	-9,9	1.574	1.742
Algeria	3.710	0,9	-10,5	4,2	4.269	1,2	41,4	-12,5	1.127	-559
Tunisia	2.924	0,7	-3,7	-0,8	2.243	0,6	-2,4	-2,7	738	681
Altri paesi africani	4.899	1,2	-14,1	-1,3	6.060	1,7	-20,8	-9,1	-1.948	-1.161
Sud Africa	1.600	0,4	-15,9	-1,6	1.331	0,4	-24,4	-7,8	142	269
America settentrionale	40.633	9,7	2,5	9,7	15.395	4,2	-1,7	1,0	24.002	25.238
Stati Uniti	36.927	8,9	2,6	10,1	13.915	3,8	-2,0	1,3	21.782	23.013
Canada	3.704	0,9	0,7	6,5	1.480	0,4	1,4	-2,2	2.220	2.224
America centro-meridionale	12.917	3,1	-6,2	-1,8	8.789	2,4	-7,3	-6,1	4.287	4.128
Brasile	3.207	0,8	-17,1	-7,7	3.233	0,9	1,0	-4,9	667	-26
Medio Oriente	20.040	4,8	-6,7	1,7	13.464	3,7	-11,6	-14,2	6.245	6.577
Arabia Saudita	4.191	1,0	-18,0	2,4	2.561	0,7	-23,6	-18,3	1.759	1.630
Emirati Arabi Uniti	5.410	1,3	-12,4	2,7	947	0,3	11,3	1,9	5.327	4.463
Asia centrale	5.982	1,4	6,0	-0,2	8.444	2,3	-3,9	-4,1	-3.145	-2.462
India	3.278	0,8	-2,1	-2,6	4.239	1,2	6,0	-2,4	-650	-961
Asia orientale	35.689	8,6	2,4	4,5	44.287	12,1	0,2	-0,9	-9.319	-8.598
Cina	11.078	2,7	6,4	2,1	27.282	7,5	-3,4	-1,6	-17.819	-16.205
Giappone	6.033	1,4	9,6	5,0	4.018	1,1	28,7	-1,0	2.385	2.015
Corea del Sud	3.997	1,0	-11,2	6,4	2.968	0,8	-7,2	-1,8	1.301	1.029
Hong Kong	5.781	1,4	-2,1	6,7	239	0,1	-23,8	-6,4	5.592	5.542
Oceania	4.570	1,1	11,0	5,0	844	0,2	-9,2	-11,3	3.187	3.727
Australia	3.575	0,9	0,1	3,5	486	0,1	-4,0	-15,3	3.067	3.089
Altri territori	3.496	0,8	1,0	5,3	912	0,2	4,6	5,3	2.591	2.584
Mondo	417.077	100,0	1,2	2,1	365.579	100,0	-1,3	-1,9	41.807	51.498

L'ordine in cui compaiono i paesi è basato sul valore dell'interscambio con l'Italia nel 2016.

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2011.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat



Cresce solo moderatamente, dopo il balzo registrato nel 2015, l'ampio surplus con l'America settentrionale, grazie a una dinamica dell'export superiore alla media, sebbene nettamente inferiore rispetto all'anno precedente, e alla flessione dell'import. L'attivo con gli Stati Uniti, terzo mercato di destinazione dell'export italiano, raggiunge infatti la cifra record di 23 miliardi di euro, in buona parte riconducibile alla meccanica, settore di punta dell'export italiano nel mercato, su cui incide per il 20 per cento circa, seguito dal comparto degli autoveicoli, le cui vendite subiscono tuttavia una flessione dopo il balzo dello scorso anno; da segnalare anche la positiva performance dell'export degli altri mezzi di trasporto (+30 per cento), da ricondurre alla nautica.

Cresce in misura significativa il saldo attivo nei confronti dell'aggregato dei paesi europei non Ue, seconda area per rilevanza nell'interscambio dell'Italia, soprattutto a seguito del forte calo delle importazioni dalla Russia (-26 per cento) che, insieme a una flessione dell'export più contenuta (-5 per cento), produce un deciso ridimensionamento del disavanzo a carico del nostro paese. A incidere sul calo delle esportazioni sono soprattutto le vendite di macchinari, primo comparto dell'interscambio italiano con il mercato russo, a fronte di una ripresa delle esportazioni dell'abbigliamento e dei prodotti chimici. Complessivamente, la riduzione delle vendite è meno pesante rispetto all'andamento marcatamente negativo del biennio precedente, legato all'indebolimento del quadro macroeconomico russo e alle sanzioni seguite alla crisi politica con l'Ucraina.¹ La pesante contrazione dell'import è pressoché interamente ascrivibile ai prodotti energetici (-31 per cento sul 2015), per effetto del calo dei prezzi; se misurata in volume la flessione degli acquisti risulta infatti decisamente più contenuta (-6 per cento). Si riduce invece l'attivo con la Turchia, con cui si registra una forte crescita delle importazioni, riconducibile soprattutto agli autoveicoli, e una flessione dell'export, mentre rimane stabile il rilevante saldo positivo con la Svizzera, che si conferma sesto mercato di destinazione del nostro export.

Analogamente, il saldo con il Medio Oriente migliora lievemente, soprattutto grazie al forte calo del valore delle importazioni di prodotti energetici, sul quale pesa in particolare la contrazione degli acquisti dall'Arabia Saudita (-24 per cento). Tuttavia, si registra anche una forte riduzione delle esportazioni nell'area, con flessioni rilevanti sia in Arabia Saudita sia negli Emirati Arabi Uniti, che fanno seguito al forte aumento rilevato nel 2015. Il calo delle vendite riguarda in particolare i beni di lusso, soprattutto per il mercato degli Emirati, e i macchinari, voce nettamente prevalente dell'interscambio con l'Arabia Saudita, ed è riconducibile alla riduzione della domanda dei paesi dell'area generata dal calo dei redditi petroliferi. Nonostante ciò, il nostro attivo con l'area si conferma consistente (6,6 milioni di euro).

Anche con l'Africa settentrionale, altra area tradizionalmente fornitrice di prodotti energetici, la flessione dell'import, accompagnata da un più contenuto calo delle esportazioni, determina un leggero miglioramento del saldo. L'andamento osservato nel 2016 conferma la tendenza in atto già da qualche anno al progressivo ridimensionamento dell'interscambio con l'area, il cui peso sul commercio estero del nostro paese si è via via ridotto. Ancora più marcata la contrazione dei flussi osservata per gli altri paesi del continente africano, particolarmente sul fronte dell'import, per cui il deficit dell'Italia risulta ridimensionato. Si riduce pesantemente il valore delle importazioni di materie prime, soprattutto greggio, in prevalenza da Angola e Nigeria e diminuiscono contestualmente le vendite di macchinari, prima voce dell'export italiano nell'area, anche in Sudafrica, dove il calo dell'export è consistente e ancor più rilevante quello dell'import, a causa soprattutto della riduzione degli acquisti di metalli preziosi. Il continente africano nel suo complesso ha pertanto gradualmente visto ridurre la propria incidenza sull'interscambio italiano, divenendone partner poco più che marginale.

¹ Cfr. Maroni R. (2016), "Le sanzioni contro la Russia e le esportazioni italiane", in *L'Italia nell'economia internazionale, Rapporto ICE 2015-16*. Il miglioramento nelle relazioni commerciali con il paese appare confermato dai dati relativi al primo trimestre 2017, che evidenziano, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, una crescita dell'export del 27 per cento.

Continua a decrescere anche l'interscambio con l'America latina, con una flessione ancora più marcata rispetto all'anno precedente, sia sul fronte dell'export che dell'import. Sul dato, soprattutto per quanto riguarda le esportazioni, continua a pesare la situazione del Brasile, in cui la domanda interna continua a calare. Anche quest'anno, la performance fortemente negativa delle vendite verso il paese sudamericano (-17 per cento), è in parte compensata dall'ulteriore crescita dell'export verso il Messico che, per la prima volta, supera il valore di quello verso il mercato brasiliano. Sostanzialmente invariato il surplus tradizionalmente detenuto dal nostro paese nei confronti dell'area.

Prosegue il miglioramento del saldo negativo con i paesi dell'Asia centrale, dovuto all'ulteriore riduzione delle importazioni in valore di prodotti petroliferi provenienti prevalentemente dal Kazakistan, e alla dinamica ancora positiva delle esportazioni. Tuttavia, diversamente da quanto rilevato lo scorso anno, l'aumento dell'export non interessa l'India (primo partner commerciale dell'area per il nostro paese), con cui le vendite registrano anzi una lieve contrazione, bensì gli altri mercati della regione (Kazakistan, Bangladesh e soprattutto Pakistan).

Dopo il brusco peggioramento dello scorso anno, nel 2016 si ridimensiona invece, anche se in misura contenuta, il deficit nei confronti dell'Asia orientale, imputabile sostanzialmente all'interscambio con la Cina. La forte ripresa delle nostre vendite verso il grande mercato asiatico (+6 per cento), dopo la battuta d'arresto del 2015, determina infatti, insieme al calo delle importazioni, una riduzione dello storico deficit a carico del nostro paese, che rimane però tuttora il passivo di maggiore entità nell'interscambio dell'Italia (16,2 miliardi di euro). A determinare la dinamica positiva dell'export verso il mercato cinese è soprattutto la performance degli autoveicoli, le cui vendite crescono del 57 per cento, e, a seguire, quella dei prodotti farmaceutici e chimici. Marginale invece la crescita della meccanica, il comparto di punta dell'export italiano in Cina, su cui incide per il 30 per cento. Si determina quindi, con il contributo di una robusta crescita dell'import, un'ulteriore contrazione dell'unico surplus di rilievo detenuto dall'Italia, ora notevolmente ridimensionato e superato da quello degli autoveicoli. Includendo nell'analisi riferita al mercato cinese anche l'interscambio con Hong Kong – in ragione del suo ruolo come ri-esportatore di beni in entrata e in uscita dalla Cina – le esportazioni italiane si confermano in crescita, sebbene a un tasso più contenuto di quello rilevato per la Cina in senso stretto. Il saldo complessivo, che appare in deciso miglioramento rispetto all'anno precedente, resta comunque fortemente negativo, nonostante la scarsa rilevanza del flusso di import proveniente da Hong Kong. Altra performance molto positiva per l'Italia è quella registrata in Giappone, verso cui l'export, dopo la moderata ripresa dello scorso anno, torna a crescere a tassi decisamente sostenuti (vicini al 10 per cento), grazie soprattutto agli autoveicoli, che fanno segnare l'incremento più rilevante, anche se il più consistente aumento dell'import porta il saldo in passivo, agli articoli in pelle e all'abbigliamento, per i quali, invece, si amplia il tradizionale surplus del nostro paese. Per contro, si interrompe bruscamente la crescita delle esportazioni verso la Corea del Sud, che subiscono un vistoso calo, analogamente a quanto avviene per l'import.

Si conferma infine sostanzialmente invariato, anche per quest'anno, il consueto saldo attivo nei confronti dell'Oceania, in gran parte determinato dall'interscambio con l'Australia, verso cui le esportazioni italiane restano stabili, a fronte di un flusso di import di scarso rilievo.

La sostanziale stabilità dell'interscambio commerciale dell'Italia del 2016 si è riflessa anche nella graduatoria dei primi dieci partner commerciali del nostro paese, rimasta praticamente invariata rispetto all'anno precedente. Dal lato dell'export, gli incrementi più rilevanti registrati nei flussi, osservati per la Spagna e la Cina (con una crescita superiore al 6 per cento), non hanno determinato cambiamenti di posizione dei due mercati di destinazione, collocati al sesto e al nono posto rispettivamente. L'unica variazione da registrare riguarda l'uscita dalla graduatoria della Turchia, sostituita al decimo posto dai Paesi Bassi. Ai vertici della classifica sono rima-

ste saldamente Germania e Francia, che si sono confermate i principali partner anche dal lato dell'import. Nella graduatoria dei paesi di origine delle importazioni l'unico dato di rilievo da registrare è l'ulteriore perdita di posizioni da parte della Russia, scesa dal settimo al nono posto a vantaggio di Stati Uniti e Regno Unito.

In continuità con quanto rilevato lo scorso anno, nel complesso si evidenzia una progressiva accentuazione della concentrazione degli scambi con i primi dieci partner, che nel 2016 hanno assorbito il 58 per cento delle esportazioni e generato il 61 per cento delle importazioni del nostro paese.

Tavola 3.2 - I primi 10 paesi dell'interscambio commerciale dell'Italia

Valori in milioni di euro e percentuali

Graduatoria in base alle esportazioni					
Paesi	2016	Variazioni 2015-2016	Pesi		
			2011	2016	
1 Germania (1)	52.713	3,8	13,1	12,6	
2 Francia (2)	43.923	3,0	11,6	10,5	
3 Stati Uniti (3)	36.927	2,6	6,1	8,9	
4 Regno Unito (4)	22.478	0,5	4,7	5,4	
5 Spagna (5)	20.968	6,1	5,3	5,0	
6 Svizzera (6)	19.015	-1,1	5,5	4,6	
7 Belgio (7)	13.504	-0,1	2,6	3,2	
8 Polonia (8)	11.230	3,0	2,5	2,7	
9 Cina (9)	11.078	6,4	2,7	2,7	
10 Paesi Bassi (11)	9.726	1,7	2,4	2,3	
Somma dei 10 paesi	241.562	2,7	56,4	57,9	
Mondo	417.077	1,2	100,0	100,0	

Graduatoria in base alle importazioni					
Paesi	2016	Variazioni 2015-2016	Pesi		
			2011	2016	
1 Germania (1)	59.454	3,2	15,5	16,3	
2 Francia (2)	32.547	1,2	8,4	8,9	
3 Cina (3)	27.282	-3,4	7,4	7,5	
4 Paesi Bassi (4)	20.154	-2,0	5,2	5,5	
5 Spagna (5)	19.535	5,1	4,5	5,3	
6 Belgio (6)	17.799	4,0	3,6	4,9	
7 Stati Uniti (8)	13.915	-2,0	3,2	3,8	
8 Regno Unito (9)	10.996	1,0	2,7	3,0	
9 Russia (7)	10.617	-26,3	4,2	2,9	
10 Svizzera (10)	10.600	-1,5	2,8	2,9	
Somma dei 10 paesi	222.900	-0,7	57,7	61,0	
Mondo	365.579	-1,3	100,0	100,0	

Il numero tra parentesi indica la posizione occupata dal paese nella graduatoria 2015.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

L'evoluzione dell'orientamento geografico degli scambi dell'Italia con l'estero negli ultimi 15 anni ha rispecchiato prevalentemente i mutamenti avvenuti nel contesto internazionale; le variazioni osservate non ne hanno tuttavia alterato in maniera sostanziale la struttura (tavole 3.3 e 3.4).

Tavola 3.3 - Distribuzione delle esportazioni italiane per aree geografiche

Pesi percentuali sui valori a prezzi correnti

Aree	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Unione europea	62,1	62,0	57,9	56,6	54,3	53,8	54,9	54,8	55,9
Paesi europei non Ue	7,4	9,8	11,4	12,7	13,4	13,0	11,8	10,8	10,4
Africa settentrionale	2,3	2,5	4,0	2,9	3,5	3,8	3,5	3,2	3,0
Altri paesi africani	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,6	1,4	1,2
America settentrionale	11,1	8,8	6,7	6,8	7,6	7,7	8,2	9,6	9,7
America centro-meridionale	3,9	2,8	3,3	3,8	3,9	3,7	3,5	3,3	3,1
Medio Oriente	3,3	3,9	4,8	4,9	4,9	5,1	5,0	5,2	4,8
Asia centrale	0,7	1,0	1,7	1,6	1,4	1,3	1,3	1,4	1,4
Asia orientale	6,6	6,4	7,3	7,6	7,8	8,3	8,5	8,5	8,6
Oceania	0,9	1,0	0,9	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	1,1
Altri territori	0,5	0,4	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Mondo	100,0								

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

L'Unione Europea si è confermata nettamente come primo partner commerciale, sia dal lato dell'export (55,9 per cento del totale) che da quello dell'import (60,5 per cento), con un peso che si è tendenzialmente ridimensionato nell'arco del periodo considerato, per poi tornare a crescere negli ultimi anni. Questo parziale recupero è stato più marcato sulle importazioni, per effetto del contestuale ridimensionamento di altre aree di approvvigionamento, quali il Medio Oriente, l'Africa settentrionale e i paesi europei extra Ue (in particolare la Russia). Dopo la progressiva flessione degli anni duemila, anche il peso dell'America settentrionale ha mantenuto nel 2016 la tendenza alla crescita in corso dall'inizio di questo decennio, grazie alla ripresa economica in atto, benché a un ritmo più moderato rispetto agli anni precedenti.

È continuato invece il calo di peso dei paesi europei non Ue, dovuto soprattutto al crollo delle vendite verso la Russia, che ha interrotto la lunga fase di crescita in corso dall'inizio del periodo. In ridimensionamento nell'ultimo anno anche la quota di export destinata al Medio Oriente, dopo che l'area aveva guadagnato progressivamente importanza in tutto il periodo considerato, analogamente a quanto avvenuto per l'Asia orientale, che però ha confermato nel 2016 il trend di crescita. È ulteriormente diminuita, inoltre, l'incidenza dell'America centro-meridionale, su cui continua a gravare la caduta delle vendite in Brasile.

L'evoluzione del peso delle aree geografiche come mercati di approvvigionamento dell'Italia negli anni più recenti, come già indicato, è stata in misura sostanziale condizionata dalla riduzione del valore delle importazioni di materie prime energetiche, per le quali il nostro paese dipende dall'estero. Si sono infatti notevolmente ridimensionate nell'ultimo quinquennio, dopo essere tendenzialmente cresciute nel primo decennio degli anni due mila, le quote sull'import italiano del Medio Oriente e dell'Africa settentrionale. In calo negli anni più recenti anche le importazioni dall'area dei paesi europei extra Ue, su cui ha pesato in maniera determinante il crollo degli acquisti dalla Russia.



Tavola 3.4 - Provenienza delle importazioni italiane per aree geografiche

Pesi percentuali sui valori a prezzi correnti

Aree	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Unione Europea	61,3	59,9	55,2	54,1	53,3	55,4	57,1	58,7	60,5
Paesi europei non Ue	8,4	10,1	9,9	10,4	10,9	12,1	11,5	10,5	9,7
Africa settentrionale	5,8	6,3	6,8	4,5	7,1	5,3	3,8	3,1	2,9
Altri paesi africani	1,9	1,6	1,5	2,4	2,2	2,1	2,1	2,1	1,7
America settentrionale	6,0	3,9	3,4	3,7	3,8	3,6	4,2	4,2	4,2
America centro-meridionale	2,5	2,5	2,7	3,0	2,6	2,5	2,7	2,6	2,4
Medio Oriente	3,6	4,0	5,7	7,2	6,6	5,6	4,7	4,1	3,7
Asia centrale	1,3	1,7	2,1	2,6	2,8	2,7	2,6	2,4	2,3
Asia orientale	8,5	9,5	12,0	11,5	10,3	10,1	10,9	11,9	12,1
Oceania	0,7	0,5	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Altri territori	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Mondo	100,0								

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

La crescita di peso dell'Unione Europea è proseguita per il quarto anno consecutivo a un ritmo piuttosto sostenuto, dopo la progressiva riduzione registrata in tutto il periodo precedente, analogamente a quanto avvenuto per l'export. Più contenuto è stato l'incremento del peso dell'Asia orientale, che, dopo una fase di progressiva anche se lieve decrescita, è tornata alla posizione raggiunta all'inizio del decennio. Stabile per il terzo anno consecutivo il peso dell'America settentrionale, dopo la fase di ripresa seguita alla flessione degli anni duemila.

Tavola 3.5 - Operatori all'export e valore medio delle esportazioni per operatore per area geografica

Valori in unità, milioni di euro e percentuali

	2016		Variazione 2015-16		TCMA ⁽¹⁾ 2012-16	
	Presenze degli operatori	Valore medio delle esportazioni per operatore	Presenze degli operatori	Valore medio delle esportazioni per operatore	Presenze degli operatori	Valore medio delle esportazioni per operatore
Unione Europea	158.672	1.465	0,7	2,3	0,5	1,3
Paesi europei non Ue	82.439	500	-0,5	-2,3	0,6	-2,5
Africa settentrionale	23.856	499	-7,3	2,0	-0,7	3,1
Altri paesi africani	23.367	202	-3,9	-10,6	0,7	-2,1
America settentrionale	43.945	891	2,5	-0,4	3,5	5,7
America centro-meridionale	25.830	482	-2,2	-4,9	0,1	-2,2
Medio Oriente	35.443	526	-1,1	-5,6	1,6	-0,3
Asia centrale	16.774	347	2,0	4,2	1,7	-2,1
Asia orientale	43.152	804	0,4	1,9	2,4	1,9
Oceania	16.856	265	2,3	8,2	2,0	2,7
Mondo	215.708	1.884	0,3	0,7	0,8	1,2

⁽¹⁾Tasso di crescita medio annuo

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Confrontando, parallelamente a quella dei flussi, anche la distribuzione degli esportatori nelle aree geografiche di destinazione delle merci, si conferma sostanzialmente la maggiore incidenza delle aree più vicine come aree di destinazione dell'export, accompagnata, negli ultimi anni, da una crescita delle presenze in alcune aree più distanti e maggiormente dinamiche (America settentrionale e Asia orientale in particolare) (tavola 3.5). È infatti in Unione Europea che si concentra il maggior numero di operatori (circa 159 mila presenze), sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente; nel contempo, l'Ue rappresenta anche l'area in cui risulta più elevato il valore medio di esportazioni per operatore (circa 1,5 milioni di euro), in aumento sul 2015. Decisamente più contenuta la presenza al di fuori dell'Ue: 82 mila circa gli esportatori nella seconda area per numero di presenze, quella dei paesi europei non Ue, con un valore medio esportato tuttavia pari a circa un terzo di quello registrato in Unione Europea, in flessione rispetto al 2015 prevalentemente a causa del calo sul mercato russo.

A seguire l'America settentrionale e l'Asia orientale, con una presenza più contenuta (circa 43 mila operatori), che nel continente nord-americano ha fatto registrare la crescita più elevata rispetto all'anno precedente (+2,5 per cento, a fronte di una media pari a 0,3 per cento). In entrambe le aree tale presenza si caratterizza però per un più alto valore medio esportato, compreso tra 800 e 900 mila euro. Da segnalare, per contro, il forte ridimensionamento del numero di esportatori nel continente africano, particolarmente marcato in Africa settentrionale, e accompagnato, per gli altri paesi africani, da un drastico calo del valore medio esportato, a conferma della progressiva marginalizzazione della regione nell'interscambio dell'Italia.

Analizzando l'evoluzione delle presenze in un'ottica di medio periodo, nell'ultimo quinquennio si evidenzia la forte crescita negli Stati Uniti (+3,5 per cento), che si è accompagnata anche a un rilevante aumento del valore medio esportato. Sono cresciute a un tasso significativo anche l'Asia orientale e l'Oceania, a fronte di una sostanziale stabilità o di incrementi poco rilevanti nelle altre aree, mentre si è contratta la presenza in Africa settentrionale. Nelle altre aree caratterizzate da un calo dell'export, questo è da ricondurre sostanzialmente alla flessione del valore medio esportato per operatore (paesi europei non Ue, altri paesi africani, America centro-meridionale e Asia centrale).

Anche per il 2016 si evidenzia una sostanziale tenuta della quota di mercato delle esportazioni italiane, passata, in rapporto alle esportazioni mondiali, dal 2,8 al 2,9 per cento a prezzi correnti (cfr. capitolo 2) e rimasta invariata all'11,1 per cento in rapporto alle esportazioni dell'Area dell'euro. Appare confermata pertanto l'inversione di tendenza rispetto alla fase di declino in atto negli anni duemila.

L'andamento delle quote nei vari mercati è risultato differenziato, anche se, nella maggior parte dei casi, in continuità con le tendenze osservate lo scorso anno (tavola 3.6).

In Unione Europea – è il primo elemento di novità rispetto allo scorso anno – a fronte della ripresa della domanda, la quota italiana è tornata a crescere, anche nei confronti dei concorrenti dell'Area dell'euro, dopo un lungo periodo di progressivo declino. La crescita conseguita a livello di area riflette un miglioramento della performance in tutti i principali mercati, a partire da Germania, Francia e soprattutto Spagna. Positivo anche l'andamento in Repubblica Ceca, in Ungheria e in Slovacchia, Portogallo e Irlanda, con un guadagno di quota anche in rapporto agli altri paesi dell'Area dell'euro. In arretramento, invece, la presenza italiana in Romania, soprattutto a causa della concorrenza dei partner europei, e in Slovenia.

Nel mercato dei paesi europei non Ue la quota italiana ha subito invece un lieve ridimensionamento, più marcato in rapporto ai partner dell'Area dell'euro. A determinare tale flessione soprattutto la perdita di posizioni in Svizzera, che è proseguita dallo scorso anno e, in maniera più contenuta, in Russia, mentre la crescita della quota in Turchia è stata resa possibile dal miglioramento della prestazione competitiva rispetto ai paesi extra europei, a fronte di un arretramento nei confronti dei *competitors* europei.

Tavola 3.6 - Dimensione dei mercati e quote delle esportazioni italiane

Percentuali a prezzi correnti

Aree e paesi	Peso del paese sull'import mondiale ⁽¹⁾				Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni mondiali ⁽²⁾				Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni dell'Area dell'euro ⁽³⁾			
	2000	2010	2015	2016	2000	2010	2015	2016	2000	2010	2015	2016
Unione Europea	37,8	34,6	31,6	32,4	6,0	4,9	4,7	4,9	11,3	9,8	9,6	9,7
Germania	7,5	6,8	6,3	6,5	7,5	5,7	5,4	5,6	14,8	11,9	11,9	12,2
Francia	5,1	4,0	3,5	3,5	9,5	8,3	8,1	8,4	16,0	14,1	13,7	14,0
Spagna	2,3	2,1	1,9	1,9	9,7	8,1	7,2	7,7	16,0	15,5	14,1	14,4
Regno Unito	5,2	3,8	3,8	3,9	4,9	4,0	3,9	3,9	9,5	8,9	8,1	8,2
Belgio	2,7	2,5	2,3	2,3	4,0	3,1	4,2	4,2	6,8	5,3	7,8	7,8
Paesi Bassi	3,3	3,3	3,1	3,1	2,8	2,0	2,0	2,1	6,8	5,8	5,5	5,6
Polonia	0,7	1,2	1,2	1,2	7,8	6,2	5,8	5,8	12,6	10,6	9,7	9,6
Austria	1,1	1,0	0,9	1,0	8,0	7,1	6,4	6,5	11,1	9,9	9,5	9,5
Romania	0,2	0,4	0,4	0,5	20,3	11,8	10,6	10,0	33,2	22,8	19,4	17,8
Repubblica Ceca	0,5	0,8	0,9	0,9	5,0	4,0	4,2	4,4	7,0	6,3	6,8	6,9
Ungheria	0,5	0,6	0,6	0,6	7,2	4,9	5,0	5,2	10,9	9,1	8,6	8,9
Svezia	1,1	1,0	0,8	0,9	3,3	3,3	3,5	3,5	6,5	6,3	6,3	6,2
Grecia	0,5	0,4	0,3	0,3	15,2	12,1	8,7	8,7	28,8	25,0	20,8	20,9
Slovenia	0,2	0,2	0,2	0,2	19,7	17,9	13,9	12,9	27,3	28,3	25,6	24,4
Slovacchia	0,2	0,4	0,4	0,5	5,5	4,2	3,8	4,2	11,5	10,3	8,7	9,2
Portogallo	0,6	0,5	0,4	0,4	7,9	6,0	5,5	5,7	11,0	8,9	8,4	8,5
Irlanda	0,8	0,4	0,5	0,5	3,4	1,9	1,9	2,7	13,6	6,9	6,7	8,7
Paesi europei non Ue	3,6	5,3	5,1	5,3	6,8	6,2	6,0	5,9	14,0	14,6	15,3	14,7
Svizzera	1,2	1,1	1,5	1,7	8,4	9,1	8,5	8,1	13,5	17,0	16,9	16,2
Russia	0,5	1,4	1,1	1,1	5,3	4,7	4,3	4,2	13,7	11,7	12,4	12,0
Turchia	0,8	1,2	1,2	1,2	8,5	6,3	5,8	6,0	18,1	16,6	16,2	15,9
Africa settentrionale	0,7	1,1	1,1	1,1	11,0	10,2	7,8	7,5	21,1	23,7	19,6	18,7
Algeria	0,1	0,3	0,3	0,3	8,9	10,0	9,6	8,6	14,7	20,1	20,6	20,3
Tunisia	0,1	0,1	0,1	0,1	21,0	21,4	17,7	17,4	27,6	32,7	30,6	30,3
Altri paesi africani	1,2	2,0	2,2	1,9	3,5	1,9	1,7	1,7	11,1	9,0	8,9	8,7
Sud Africa	0,4	0,6	0,5	0,5	3,2	1,9	2,3	2,2	11,1	8,4	9,5	8,8
America settentrionale	22,5	15,5	16,2	16,2	1,9	1,4	1,7	1,8	15,5	11,3	12,8	13,3
Stati Uniti	18,6	12,8	13,5	13,5	2,1	1,5	1,9	2,0	15,4	11,1	12,7	13,2
Canada	3,8	2,7	2,7	2,6	0,9	0,8	1,0	1,0	17,3	12,8	13,8	14,1
America centro-meridionale	6,0	5,8	6,3	5,8	2,6	1,7	1,5	1,6	19,2	14,0	13,6	13,4
Brasile	0,9	1,2	1,1	0,9	3,8	2,7	2,6	2,4	17,1	14,5	13,3	12,1
Medio Oriente	2,3	3,9	5,1	4,9	5,2	3,7	3,1	3,2	18,6	18,5	17,8	17,5
Arabia Saudita	0,5	0,7	1,0	0,8	4,4	3,6	3,5	3,5	18,3	14,5	16,8	16,5
Emirati Arabi Uniti	0,4	1,2	1,7	1,7	4,7	2,9	2,9	2,7	19,6	17,4	17,2	15,7
Asia centrale	1,3	3,1	3,4	3,3	1,9	1,5	1,1	1,2	12,0	14,6	12,6	13,3
India	0,8	2,3	2,4	2,2	2,0	1,3	1,0	1,0	11,1	12,3	11,2	10,6
Asia orientale	23,1	27,1	27,5	27,6	1,1	0,8	0,9	0,9	13,5	10,4	10,9	10,7
Cina	3,4	9,0	9,7	9,8	1,0	0,9	0,8	0,9	11,5	9,0	7,9	8,0
Giappone	5,7	4,5	3,9	3,7	1,2	0,8	1,0	1,2	12,6	11,5	12,1	13,0
Corea del Sud	2,4	2,8	2,6	2,5	1,2	0,8	1,2	1,1	13,8	10,9	11,9	11,2
Hong Kong	3,2	2,8	3,1	3,2	1,6	1,0	1,0	1,1	21,9	17,9	24,6	23,1
Oceania	1,4	1,6	1,6	1,6	2,5	1,9	1,9	2,2	17,6	13,0	14,2	15,2
Australia	1,1	1,3	1,3	1,2	2,8	2,0	2,1	2,2	19,1	13,4	15,6	14,8
Altri territori	0,1	0,1	0,1	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	3,8	3,0	2,8	2,9	12,5	11,1	11,1	11,1

⁽¹⁾ Rapporto tra le importazioni dei mercati dal mondo e il totale delle importazioni mondiali.

⁽²⁾ Rapporto tra le esportazioni dell'Italia e le esportazioni del mondo verso i mercati.

⁽³⁾ Rapporto tra le esportazioni dell'Italia e le esportazioni dell'Area dell'euro verso i mercati.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots e, per Taiwan, Taiwan Directorate General of Customs

Ha continuato a ridursi la presenza italiana in Africa settentrionale, dove la quota in rapporto all'Area dell'euro ha perso 5 punti percentuali rispetto al 2010, soprattutto a causa dell'arretramento in Libia, oltre che in Algeria e Tunisia. Si è mantenuta stabile la quota italiana in Africa subsahariana, anche se con una flessione rispetto all'Eurozona, particolarmente significativa in Sudafrica.

È proseguito nel 2016 il rafforzamento della posizione competitiva dell'export italiano in America settentrionale, soprattutto nei confronti dei concorrenti dell'Area dell'euro, in presenza di un rallentamento della domanda rispetto ai tassi di crescita dello scorso anno. L'incremento di quota è stato più evidente negli Stati Uniti, mentre sul mercato canadese l'Italia ha guadagnato posizioni solo in rapporto ai concorrenti europei.

Nella regione centro-meridionale del continente, dopo un periodo di progressivo ridimensionamento, dovuto soprattutto alla crisi in Brasile, principale partner italiano dell'area, sono emersi segnali di ripresa della quota italiana. A fronte, infatti, dell'arretramento nel mercato brasiliano, che è proseguito anche nel 2016, si registra un rafforzamento negli altri paesi dell'area, in particolare Argentina, Messico e Cile. Tale ripresa è riconducibile alla positiva prestazione competitiva del nostro paese nei confronti dei concorrenti extra europei, mentre è continuata la perdita di posizioni a vantaggio degli altri paesi dell'Area dell'euro, che ha portato la quota italiana al 13,4 per cento (era pari al 19,2 nel 2000).

Anche in Medio Oriente si registra una lieve ripresa, che non è stata tuttavia determinata dai risultati ottenuti nei più importanti mercati dell'area, Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti, ma da altri, in primo luogo l'Iran ed il Kuwait. Anche in questo caso, tuttavia, l'Italia è riuscita, nel complesso, a guadagnare posizioni solo sui concorrenti esterni all'Area dell'euro, mentre ha perso terreno rispetto ai *competitors* europei, soprattutto negli Emirati, dove invece aveva incrementato la propria quota l'anno precedente.

In Asia centrale le esportazioni italiane sono riuscite ad accrescere, anche se in misura contenuta, la propria quota, grazie soprattutto al miglioramento nei confronti dei paesi dell'Area dell'euro, che ha interessato praticamente tutti i mercati della regione, ad eccezione del principale, l'India.

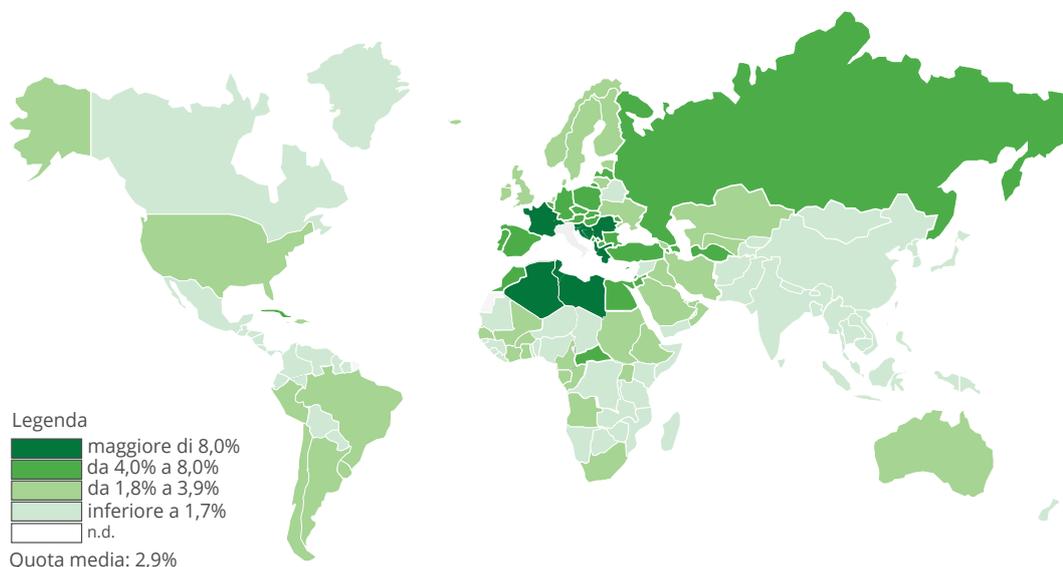
Inalterata rispetto al 2015 la quota italiana sulle esportazioni mondiali in Asia orientale, nonostante l'arretramento osservato in rapporto alle esportazioni dell'Area dell'euro. Tale andamento tuttavia nasconde dinamiche differenziate a livello di mercati, dal momento che in Cina e in Giappone l'Italia ha guadagnato posizioni, seppure in misura contenuta, mentre in Corea del Sud è arretrata leggermente; in relazione ai concorrenti dell'Area dell'euro le differenti performance nei mercati sono più evidenti: se in Cina si è registrata una crescita moderata (a cui corrisponde però un lieve ridimensionamento se si include anche il dato di Hong-Kong, in cui l'Italia ha perso terreno), in Giappone, ma anche in Thailandia e Malaysia l'incremento a scapito dei concorrenti europei è stato più consistente, mentre in altri mercati di non secondaria rilevanza – oltre alla Corea del Sud, Singapore e Vietnam – l'Italia ha ceduto posizioni.

In Oceania, infine, si registra un recupero della quota italiana, soprattutto nei confronti dei *competitors* europei, dopo la flessione dello scorso anno. A incidere sul dato, tuttavia, quest'anno è stato soprattutto l'andamento in mercati minori, la Nuova Zelanda e altri, mentre in Australia la quota italiana ha subito un'ulteriore erosione.

Osservando la mappa del grafico 3.1 si può avere una visione d'insieme della distribuzione delle quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni mondiali. Si conferma la concentrazione della presenza italiana nei mercati geograficamente più vicini: la fascia di paesi in cui l'Italia detiene quote superiori all'8 per cento comprende infatti molti paesi dell'area balcanica (con l'Albania primo mercato con una quota pari al 31 per cento del totale, seguita da Croazia e Slovenia con il 13 per cento), parte dell'Africa settentrionale (in cui si evidenziano le Tunisia e la Libia, con quote pari rispettivamente al 13 e al 12 per cento), la Svizzera e due paesi Ue, la Grecia e la Francia.

Grafico 3.1 - Quote di mercato delle esportazioni italiane nei principali mercati (2016)

Quote percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots e, per Taiwan, Taiwan Directorate General of Customs

Del raggruppamento inferiore, che include paesi in cui la quota di mercato delle esportazioni italiane è compresa tra il 4 e l'8 per cento, dunque ancora molto elevata rispetto alla media, fanno parte molti paesi dell'Unione Europea, Spagna in testa, alcuni paesi del Medio Oriente, a partire dal Libano (7 per cento), unitamente agli altri mercati nordafricani non rientranti nel primo raggruppamento e alla Turchia, alcuni mercati dell'Asia centrale, tra cui si segnala il Turkmenistan con una quota in crescita superiore al 5 per cento, la Russia, Cuba e infine due paesi dell'Africa subsahariana di nuovo ingresso in questo raggruppamento, la Repubblica centrafricana e l'Eritrea.

Nella fascia in cui sono inclusi paesi in cui la quota dell'Italia è vicina alla media, più ampia ed eterogenea, si collocano i restanti paesi Ue e quelli delle zone limitrofe all'Unione, i paesi dell'area del Golfo, una parte dei paesi dell'Asia centrale e dell'America centro-meridionale e alcuni paesi africani, oltre all'Australia e agli Stati Uniti, con una quota (2 per cento) che li colloca ancora in coda al raggruppamento.

Infine, nell'ultimo gruppo, che riunisce i mercati caratterizzati da una presenza marginale del nostro paese, figurano la maggior parte dei paesi dell'Africa subsahariana, i paesi dell'America latina non ricompresi nel gruppo precedente e praticamente tutti i paesi dell'Asia orientale, dove la quota italiana rimane ancora su livelli molto contenuti, arrivando, nei mercati con presenza più forte, a superare di poco l'1 per cento.

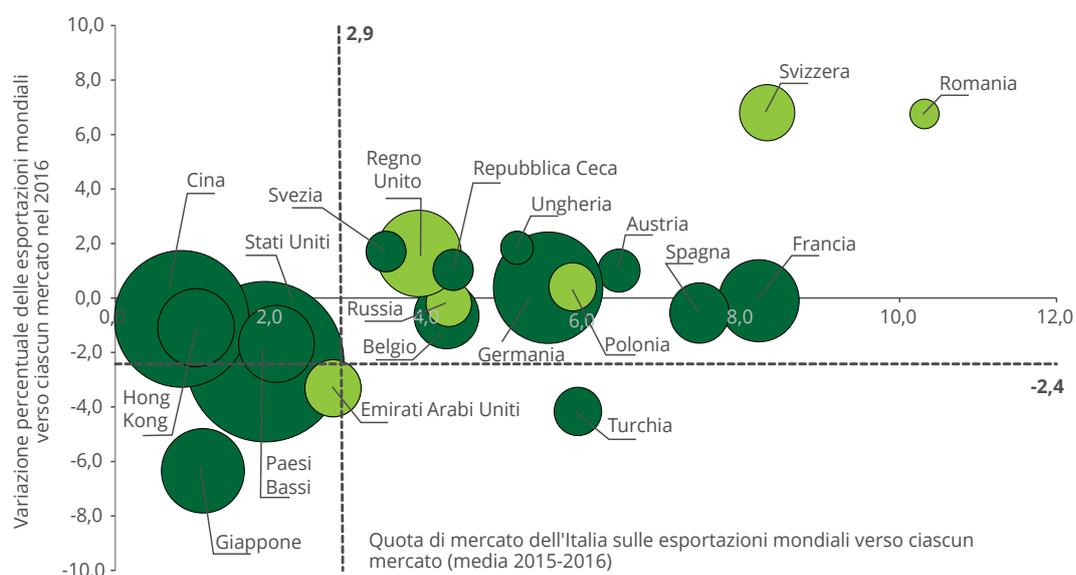
Il grafico 3.2 focalizza invece l'attenzione sulla presenza italiana e la sua evoluzione nell'ultimo anno nei primi venti mercati di destinazione del nostro export, in rapporto alla dinamica della domanda in ciascuno di essi nel 2016. Dal grafico emerge che, rispetto al 2015, l'Italia evidenzia un posizionamento relativo migliore in molti dei mercati che si sono mostrati più dinamici, collocati nel quadrante in alto a destra, con l'unica eccezione della Turchia, che ha avuto un andamento negativo più marcato della media mondiale.² Nella maggior parte di questi mercati,

² La correlazione positiva tra quote di mercato delle esportazioni italiane e dinamica della domanda ha un riscontro più completo nei risultati dell'analisi *constant-market-shares*, che evidenziano per il 2016 un effetto positivo della struttura geografica della domanda mondiale (cfr. il riquadro di R. Di Pietro, *Le quote di mercato delle esportazioni italiane: un'analisi constant-market-shares*, pubblicato in questo Rapporto).

inoltre, la quota italiana è risultata in crescita sull'anno precedente; si evidenzia, in particolare, il forte posizionamento delle nostre esportazioni nei due mercati risultati più dinamici nel gruppo di paesi considerati, ossia la Romania e la Svizzera, dove tuttavia la quota appare in flessione.

Ancora contenuta, invece, sebbene in ascesa, la presenza italiana in alcuni grandi mercati che nel 2016 hanno fatto registrare dinamiche negative, anche se superiori alla media, quali la Cina, con Hong Kong, e gli Stati Uniti; analogo andamento si osserva in Giappone, il paese in cui si è manifestata la più pesante contrazione della domanda, tra i principali mercati di destinazione del nostro export.

Grafico 3.2 - Dinamica dei principali mercati di sbocco e quote di mercato dell'Italia



La dimensione della bolla rappresenta la dimensione del mercato nel 2016, calcolata come quota del paese sulle importazioni mondiali. Le bolle in verde scuro (chiaro) indicano mercati in cui la quota di mercato dell'Italia è cresciuta (diminuita) tra il 2015 e il 2016. Le linee tratteggiate rappresentano la media delle variabili indicate nei due assi.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots e Istituti nazionali di statistica

A completare l'analisi sulle quote delle esportazioni italiane, il grafico 3.3 mostra invece la loro evoluzione nei principali mercati, sia in rapporto alle esportazioni mondiali che a quelle dell'Area dell'euro, in un arco temporale più ampio, l'ultimo quinquennio.

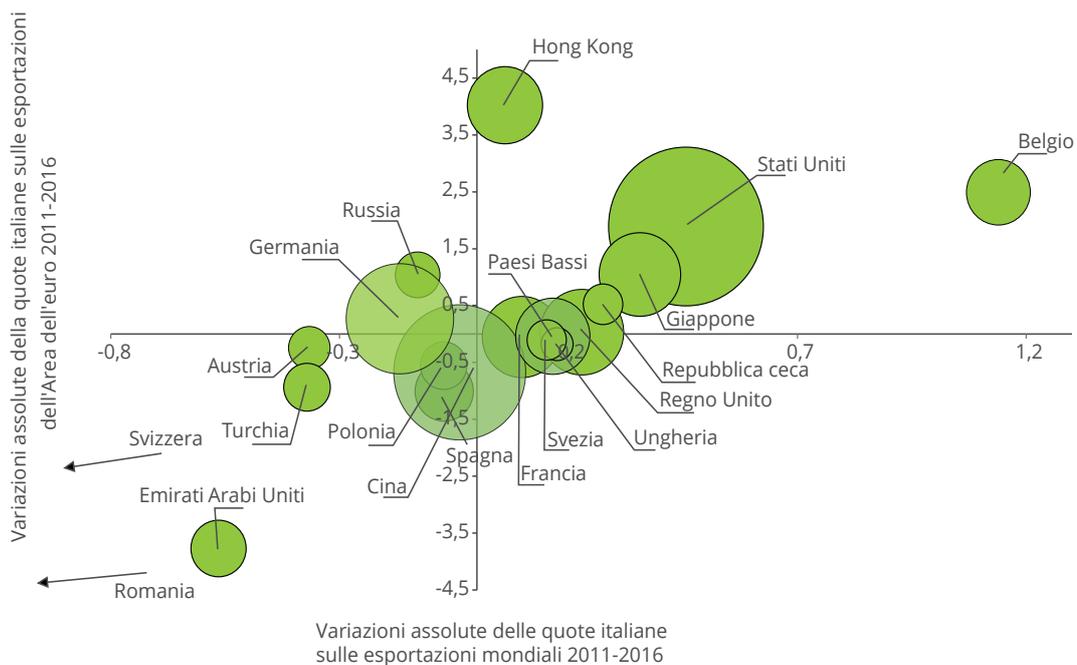
Si osserva un primo gruppo di paesi, collocati nel quadrante in alto a destra del grafico, in cui l'Italia ha conseguito un evidente successo competitivo, avendo migliorato la propria posizione relativa generale e quella nei confronti degli altri paesi dell'Area dell'euro: si tratta di Hong Kong, degli Stati Uniti, del Belgio, del Giappone e della Repubblica Ceca.

In un secondo e consistente raggruppamento, costituito da mercati dell'Unione Europea, si nota un lieve rafforzamento della presenza dell'Italia, frutto per lo più di un discreto successo competitivo nei confronti dei concorrenti esterni all'Area dell'euro, dal momento che la quota sulle esportazioni dell'area è invece rimasta sostanzialmente invariata o ha subito una leggera flessione. In Germania e in Russia, per contro, pur avendo perso terreno in termini complessivi, le esportazioni italiane si sono rafforzate nei confronti dei *competitors* europei.

Infine, meno numeroso rispetto allo scorso anno, seppure ancora non irrilevante, il numero dei mercati in cui l'Italia ha perso in generale posizioni su tutti i fronti, sebbene con consistenti diffe-

renze tra un mercato e l'altro: al leggero ridimensionamento delle quote osservato in Cina, Polonia e Spagna, si accompagna il marcato calo osservato negli Emirati Arabi Uniti, e soprattutto in Svizzera e in Romania, paesi tradizionalmente caratterizzati, si ricorda (cfr. grafico precedente), da una forte presenza dell'Italia.

Grafico 3.3 - Quote italiane: andamento rispetto alle esportazioni del mondo e dell'Area dell'euro (periodo 2011-16)



La dimensione della bolla rappresenta la dimensione del mercato nel 2016, calcolata come quota del paese sulle importazioni mondiali.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots, Eurostat e Istituti nazionali di statistica

3.2 Gli scambi di servizi

Nel 2016 si è ulteriormente aggravato il deficit dell'Italia nella bilancia degli scambi di servizi, che ha raggiunto i 3,2 miliardi di euro, con andamenti differenziati tra le aree e i paesi (tavola 3.7).

Si è leggermente ridotto il disavanzo nei confronti dell'Unione Europea, grazie a una crescita delle esportazioni superiore a quella delle importazioni. Anche per gli scambi di servizi, l'Ue rappresenta la principale area partner del nostro paese, con un peso rilevante (56 per cento sulle vendite e 63,5 sugli acquisti) e in progressiva crescita nell'ultimo quinquennio.

Focalizzando l'attenzione sui principali paesi, le dinamiche più sostenute dell'export italiano in ambito Ue sono state registrate in primo luogo in Belgio (+ 28 per cento) e, a seguire, in Irlanda (+9,5 per cento) e Francia (+6 per cento), rispettivamente collocati al quarto, settimo e secondo posto nella graduatoria dei mercati Ue destinatari di servizi di provenienza italiana. Il mercato balzo in avanti delle vendite in Belgio si inserisce in un contesto di dinamica positiva dell'ultimo quinquennio, seppure a ritmi meno sostenuti, e riguarda prevalentemente la categoria dei

servizi alle imprese di carattere tecnico e professionale e quelli legati al commercio, mentre in Irlanda il pur forte incremento è risultato al di sotto della media degli ultimi anni e soprattutto al boom osservato nel 2015.

In ulteriore – anche se lieve – calo il consistente attivo (circa 3 miliardi di euro) nei confronti dell'aggregato dei paesi europei non Ue, sostanzialmente riconducibile al saldo con la Svizzera, dove le vendite di servizi dell'Italia sono rimaste nel 2016 praticamente invariate, mentre sono cresciuti gli acquisti. Contenuto e in ridimensionamento il deficit con la Turchia, risultante di un consistente calo dei flussi di scambio da e verso il paese, più marcato sul fronte dell'import; la flessione dell'export ha interrotto un quinquennio di progressiva crescita delle vendite. In lieve ripresa, invece, dopo la forte caduta del 2015, le esportazioni verso il mercato russo che, accompagnate da una forte flessione dell'import, hanno determinato un leggero miglioramento del surplus del nostro paese.

Su livelli assai più contenuti i valori dell'interscambio di servizi con il continente africano, con cui si registra nel 2016 un deciso calo dei flussi, confermando la tendenza alla progressiva riduzione dell'incidenza della regione negli scambi con l'estero del nostro paese, già osservata per le merci (cfr. paragrafo precedente). Marcata la flessione delle esportazioni e ancor di più quella delle importazioni con l'Africa settentrionale, mentre con il resto del continente al forte calo dell'export si è accompagnata una ripresa dell'import; restano comunque relativamente marginali le dimensioni dei flussi con i paesi dell'area.

Rilevante e in leggera crescita è risultato invece l'attivo nei confronti dell'America settentrionale (2,8 milioni di euro), con cui si registra un deciso incremento dei flussi sia sul fronte dell'export che dell'import, che ha interessato entrambi i mercati, anche se il peso dell'interscambio con gli Stati Uniti è decisamente preponderante: con il 10,5 per cento del totale gli Usa rappresentano infatti il secondo mercato di destinazione delle vendite di servizi dell'Italia e il quarto mercato di provenienza degli acquisti dall'estero.

In calo invece le esportazioni verso l'America centro-meridionale, soprattutto a causa della flessione osservata in Messico e, in misura minore in Argentina, mentre in Brasile si registra una lieve crescita delle vendite, accompagnata da una ripresa decisamente più marcata degli acquisti, che ha interessato anche il Messico. Il risultato di tali dinamiche è stato il ridimensionamento del contenuto surplus del nostro paese nei confronti della regione.

Si è aggravato anche il deficit della bilancia dei servizi nei confronti del continente asiatico, per effetto di una sostenuta dinamica delle importazioni dalla Cina (+14 per cento rispetto al 2015), primo partner dell'area per valore dell'interscambio, ma in misura decisamente più marcata dagli Emirati Arabi Uniti, da cui gli acquisti sono cresciuti del 55 per cento, determinando un forte aggravamento del deficit. In aumento invece il surplus con il Giappone, primo mercato di destinazione dell'area per l'export di servizi, grazie al lieve incremento delle vendite e alla contrazione degli acquisti.

Si è consolidato, infine, l'attivo con l'Oceania, frutto di un consistente flusso di export e di un più contenuto flusso di import, entrambi in forte crescita rispetto al 2015 e quasi interamente riconducibili all'Australia.

Tavola 3.7 - Scambi di servizi dell'Italia per aree e principali paesi

Valori in milioni di euro e percentuali

Aree e paesi	Esportazioni				Importazioni				Saldi	
	2016	Peso 2016	Variazione 2015-2016	Tcma ⁽¹⁾ 2012-16	2016	Peso 2016	Variazione 2015-2016	Tcma ⁽¹⁾ 2012-16	2015	2016
Unione Europea	51.162	56,2	4,7	2,9	59.831	63,5	3,5	3,1	-8.920	-8.669
Germania	10.499	11,5	3,2	2,4	9.078	9,6	8,1	3,1	1.776	1.421
Francia	7.952	8,7	6,1	1,8	8.442	9,0	0,8	1,5	-882	-489
Regno unito	7.630	8,4	0,4	2,8	8.544	9,1	12,1	6,7	-24	-914
Irlanda	2.503	2,7	9,5	11,2	5.066	5,4	-6,4	4,2	-3.128	-2.563
Lussemburgo	1.762	1,9	-2,1	10,5	5.361	5,7	1,2	11,6	-3.497	-3.599
Spagna	2.829	3,1	3,1	0,3	3.882	4,1	3,0	-0,1	-1.025	-1.052
Paesi Bassi	2.695	3,0	1,6	-0,4	3.515	3,7	-4,5	0,8	-1.030	-820
Belgio	3.882	4,3	27,8	9,4	1.937	2,1	-2,0	-0,1	1.060	1.945
Austria	2.417	2,7	1,8	2,5	2.517	2,7	6,3	1,9	5	-101
Polonia	1.541	1,7	-1,3	3,0	1.283	1,4	10,3	4,0	398	258
Svezia	1.141	1,3	-7,7	-5,3	1.256	1,3	27,3	3,8	250	-115
Romania	847	0,9	1,0	-0,5	1.542	1,6	16,9	3,5	-480	-695
Grecia	637	0,7	14,3	2,1	1.538	1,6	-13,1	-1,8	-1.213	-901
Repubblica Ceca	903	1,0	19,3	4,8	761	0,8	23,4	0,6	140	142
Slovenia	462	0,5	5,4	1,6	955	1,0	4,8	1,8	-473	-493
Ungheria	565	0,6	18,7	3,6	704	0,7	-7,1	-4,0	-282	-139
Danimarca	717	0,8	7,2	8,9	508	0,5	7,7	-5,4	197	209
Slovacchia	497	0,5	12,5	8,7	555	0,6	25,4	9,2	0	-57
Paesi europei non Ue	11.960	13,1	-1,0	2,8	8.968	9,5	-0,6	0,7	3.064	2.992
Svizzera	8.331	9,1	0,3	3,4	5.027	5,3	1,9	2,2	3.375	3.304
Turchia	936	1,0	-8,0	8,2	1.490	1,6	-9,6	0,1	-631	-553
Russia	1.301	1,4	1,1	1,1	849	0,9	-10,5	3,1	338	451
Africa settentrionale	769	0,8	-11,3	3,8	988	1,0	-23,3	-6,9	-421	-219
Egitto	266	0,3	-23,5	8,2	308	0,3	-42,3	-10,8	-186	-42
Altri paesi africani	579	0,6	-17,7	-6,6	1.140	1,2	10,8	0,5	-325	-561
Sud Africa	148	0,2	2,0	2,6	193	0,2	-9,2	8,3	-67	-45
America settentrionale	10.986	12,1	8,6	4,9	8.166	8,7	10,9	0,8	2.750	2.821
Stati Uniti	9.528	10,5	8,8	4,7	7.650	8,1	10,6	0,8	1.836	1.877
Canada	1.459	1,6	7,3	6,0	515	0,5	15,5	2,2	914	944
America centro-meridionale	3.383	3,7	-4,1	4,7	2.996	3,2	2,2	0,1	592	386
Brasile	1.307	1,4	1,5	1,9	668	0,7	10,8	-3,4	685	640
Messico	528	0,6	-17,2	10,5	818	0,9	6,5	3,9	-130	-290
Asia	7.650	8,4	4,7	5,9	9.570	10,2	11,3	3,5	-1.292	-1.919
Cina	1.219	1,3	5,1	10,0	1.897	2,0	13,8	6,8	-508	-678
Emirati Arabi Uniti	848	0,9	28,0	10,9	1.974	2,1	55,0	15,1	-611	-1.126
Giappone	1.377	1,5	1,1	-1,7	772	0,8	-13,3	-4,6	472	605
Hong Kong	364	0,4	-2,4	-0,1	658	0,7	5,0	4,5	-254	-295
Oceania	1.569	1,7	9,2	5,5	759	0,8	8,6	3,3	738	810
Australia	1.405	1,5	8,4	5,9	617	0,7	8,8	7,8	729	789
Altri⁽²⁾	3.000	3,3	-18,5	-9,3	1.829	1,9	-30,2	-11,6	1.063	1.171
Mondo	91.058	100,0	2,8	2,8	94.246	100,0	3,2	2,0	-2.751	-3.188

L'ordine in cui compaiono i paesi è basato sul valore dell'interscambio con l'Italia nel 2016.

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2011.

⁽²⁾ Questo aggregato comprende i dati non ripartibili e quelli relativi alle istituzioni creditizie e organizzazioni internazionali.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

3.3 L'internazionalizzazione produttiva

Nonostante il rapido sviluppo del processo di internazionalizzazione produttiva dell'economia italiana nell'ultimo ventennio e la dinamica positiva degli ultimi anni, permane il divario nei confronti dei principali partner europei, come evidenziato dagli stock di investimenti diretti esteri, sia in entrata che in uscita (cfr. cap. 2, par. 2.1).³

Per quanto riguarda le partecipazioni estere in imprese italiane, nel 2016 appare confermato, in termini generali, l'andamento positivo in atto dall'anno precedente, sebbene con alcune differenze. Se il numero di imprese partecipate, dopo l'incremento dello scorso anno, ha fatto registrare una lieve flessione (-1,2 per cento), portandosi a 10.907 unità, sono invece aumentate le consistenze delle partecipazioni, sia in termini di numero di addetti (+3,4 per cento) che di valore del loro fatturato (+1,8 per cento).

Sebbene non si registrino cambiamenti sostanziali nella provenienza geografica degli investimenti nell'arco dell'ultimo decennio, i dati confermano alcune tendenze, già osservate negli anni precedenti. Permane infatti, tra le aree investitrici, il peso preponderante dell'Unione Europea e, a seguire, quello dell'America settentrionale, cui fanno capo complessivamente oltre i quattro quinti della consistenza delle partecipazioni estere nel nostro paese; tuttavia, nel caso dell'Ue, l'incidenza sulle partecipazioni complessive (53 per cento sul totale dei dipendenti e 51 per cento sul fatturato complessivo), continua a ridimensionarsi, a vantaggio di nuove aree emergenti, quali l'Asia orientale e il Medio Oriente.

Primo investitore europeo in Italia si conferma la Francia, (cui fa capo il 19 per cento degli addetti e il 20 per cento del fatturato delle partecipate), sebbene in ulteriore ridimensionamento rispetto al 2015, seguita dalla Germania, che con quote del 14 e del 13 per cento rispettivamente conferma la stabilità delle sue partecipazioni. In lieve flessione anche il Regno Unito e i Paesi Bassi, mentre si registra una leggera crescita della Spagna, in relazione al numero di dipendenti delle partecipate.

Prosegue anche nel 2016 la flessione delle partecipazioni provenienti da multinazionali di paesi europei extra Ue, addebitabile sia al calo della Svizzera – che si conferma tuttavia al quinto posto nella graduatoria dei paesi investitori, sia per consistenza di addetti che di fatturato - che a quello della Russia.

Stabile, nel complesso, l'incidenza dell'America settentrionale come regione di origine delle partecipazioni in Italia, in massima parte provenienti dagli Stati Uniti, che si confermano saldamente al primo posto della graduatoria; infatti il 26 per cento degli addetti ed il 23 per cento del fatturato delle affiliate italiane di multinazionali estere viene da imprese con casa madre in Usa.

A fronte del progressivo ridimensionamento o della sostanziale stabilità delle aree di tradizionale origine degli investimenti, si registra, come accennato, la graduale crescita del peso di nuove aree, per lo più emergenti, in linea di massima identificabili con il continente asiatico. Continua la crescita significativa della consistenza delle partecipazioni di paesi del Medio Oriente, sia in termini di addetti che di fatturato, grazie soprattutto all'incremento degli investimenti degli Emirati Arabi Uniti, in cui ha giocato un ruolo importante l'operazione Alitalia-Etihad.

³ Per un'analisi più approfondita e riferita a specifici mercati della presenza produttiva italiana all'estero a confronto con gli altri paesi europei, cfr. il riquadro alla fine di questo capitolo: *Presenza commerciale e produttiva italiana sui principali mercati*.

Tavola 3.8 - Dipendenti e fatturato delle imprese italiane a partecipazione estera per aree e principali paesi ⁽¹⁾

Pesi percentuali

Aree e paesi	Dipendenti				Fatturato			
	2005	2010	2015	2016 ⁽²⁾	2005	2010	2015	2016 ⁽²⁾
Unione Europea	55,1	57,0	54,8	53,3	54,4	57,1	51,6	50,9
Francia	15,3	16,0	19,9	18,9	16,3	18,7	20,5	20,1
Germania	14,5	14,0	14,3	14,3	14,5	13,7	12,6	12,6
Regno Unito	10,4	7,9	7,2	6,9	8,8	8,3	6,7	6,6
Paesi Bassi	4,7	3,3	3,5	3,3	4,4	3,7	2,8	2,8
Svezia	4,1	3,8	3,4	3,3	3,1	2,2	2,0	2,0
Spagna	1,2	6,9	1,4	1,5	2,5	5,8	2,1	2,1
Belgio	1,6	1,2	1,3	1,3	1,2	0,9	1,2	1,2
Austria	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,2	1,1	0,7
Danimarca	0,7	0,9	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7
Finlandia	0,8	0,9	0,6	0,6	0,7	0,6	0,4	0,4
Lussemburgo	0,5	0,3	0,5	0,5	0,6	0,2	0,5	0,5
Irlanda	0,1	0,3	0,4	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2
Grecia	0,4	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Paesi europei non Ue	7,5	8,1	8,7	7,9	7,1	9,2	13,2	12,1
Svizzera	6,4	6,3	6,2	5,8	6,0	7,0	6,8	6,5
Russia	0,5	1,1	1,8	1,4	0,6	1,5	5,7	5,0
Norvegia	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Africa settentrionale	1,1	0,9	0,1	0,5	2,4	1,9	0,7	0,8
Egitto	0,9	0,8	0,1	0,3	1,1	1,3	0,0	0,1
Altri paesi africani	0,3	0,3	0,2	0,2	0,4	0,3	0,4	0,3
Sud Africa	0,3	0,3	0,2	0,2	0,4	0,3	0,4	0,3
America settentrionale	29,7	26,4	26,5	26,3	26,5	22,1	22,9	23,1
Stati Uniti	28,9	25,8	25,9	25,7	26,0	21,7	22,6	22,7
Canada	0,8	0,6	0,6	0,6	0,5	0,3	0,4	0,4
America centro-meridionale	0,6	0,8	1,0	0,9	0,7	0,7	0,6	0,6
Argentina	0,5	0,5	0,8	0,7	0,5	0,3	0,4	0,4
Brasile	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,3	0,1	0,1
Medio Oriente	0,5	0,8	1,1	2,3	2,0	2,2	3,2	3,8
Emirati Arabi Uniti	0,0	0,3	0,3	1,5	0,0	0,1	0,1	0,7
Kuwait	0,3	0,2	0,2	0,2	1,7	1,8	2,6	2,5
Qatar	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1
Asia centrale	0,3	0,7	0,6	0,7	0,1	0,4	0,5	0,5
India	0,3	0,7	0,6	0,7	0,1	0,4	0,5	0,5
Asia orientale	4,4	4,8	6,8	7,8	6,2	5,8	6,6	7,7
Giappone	3,4	3,3	4,1	4,7	4,1	3,3	3,1	3,4
Cina	0,2	0,3	1,3	1,7	0,2	0,4	1,2	1,9
Hong Kong	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Corea del Sud	0,1	0,2	0,4	0,3	0,7	0,8	1,1	1,1
Singapore	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2
Taiwan	0,2	0,2	0,2	0,2	0,6	0,5	0,3	0,4
Oceania	0,4	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
Australia	0,4	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valore (unità e milioni di euro)	871.262	914.374	973.469	1.006.958	403.675	487.567	518.653	528.099
Variazioni percentuali sull'anno precedente	-	-2,1	3,8	3,4	-	9,0	1,2	1,8

L'ordine in cui compaiono i paesi è basato sul numero di dipendenti nel 2016.

⁽¹⁾ Industria, commercio all'ingrosso e servizi alle imprese.

⁽²⁾ dati preliminari.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

Consistente anche l'incremento dell'Asia orientale, che nel 2016 raggiunge quote vicine all'8 per cento sia sugli addetti che sul fatturato; a crescere è soprattutto il Giappone, primo paese investitore della regione, e la Cina, in progressiva ascesa durante tutto l'ultimo decennio. Ancora limitata la quota di investimenti provenienti dall'Asia centrale, quasi interamente riconducibili all'India.

In ridimensionamento, con quote al di sotto dell'1 per cento, l'America centro-meridionale, dove l'Argentina è il principale paese investitore, per consistenza di addetti e fatturato delle affiliate.

In continuità con quanto osservato lo scorso anno, all'incremento delle partecipazioni estere in Italia ha fatto da contraltare, anche nel 2016, il calo delle partecipazioni italiane all'estero; sono diminuite del 2 per cento sia le affiliate estere partecipate da multinazionali italiane, che le loro consistenze in termini di fatturato e di addetti.

Anche con riguardo alla distribuzione geografica delle partecipazioni estere di imprese italiane, non si registrano cambiamenti di rilievo; a confronto con le partecipazioni in entrata i dati evidenziano però una minore concentrazione tra le aree e un maggior peso relativo di quelle geograficamente distanti.

L'Unione Europea si conferma la principale area di localizzazione delle partecipazioni italiane, anche se con un'incidenza inferiore a quella detenuta come area di origine degli investimenti (42,5 per cento sugli addetti e 50 per cento sul fatturato) e in ridimensionamento in termini di imprese partecipate e di addetti. Anche all'interno dell'area si evidenzia una maggiore diffusione delle partecipazioni tra i vari paesi, con i principali mercati di destinazione che si attestano su quote sostanzialmente analoghe, soprattutto per quanto riguarda il numero di addetti delle imprese partecipate (Francia, Germania, e Romania fanno registrare quote comprese tra il 6,6 ed il 5,8 per cento). Se Francia e Germania incidono in misura ancora maggiore sul fatturato – con pesi superiori all'8 per cento – per contro la Romania si attesta poco al di sopra dell'1 per cento, probabilmente in ragione della prevalenza, tra i settori oggetto d'investimento, di comparti tradizionali e fasi produttive ad alta intensità di lavoro. In relazione al fatturato prodotto, il principale mercato europeo di localizzazione delle partecipazioni italiane è invece la Spagna, con una quota del 9,5 per cento in crescita. Stabile la presenza italiana nel Regno Unito e in Polonia.

Pressoché invariata la partecipazione italiana in tutti i principali paesi europei non Ue; le quote della Russia, primo paese di destinazione dell'area, si confermano al 4 per cento per gli addetti e al 2 per il fatturato.

In ulteriore crescita anche nel 2016 la presenza italiana in America settentrionale, in relazione a entrambi gli indicatori di consistenza considerati (si riduce invece leggermente il numero di imprese partecipate). La maggior parte delle affiliate risiede nel territorio statunitense, dove le relative consistenze di dipendenti e fatturato raggiungono l'8 e il 9,5 per cento rispettivamente, facendo degli Usa il primo mercato di localizzazione delle partecipate italiane per valore del fatturato e il terzo per numero di addetti.

Decisamente più rilevante la presenza italiana in America centro-meridionale, in aumento sugli addetti (oltre il 16 per cento) e in lieve calo sul fatturato (oltre il 14 per cento). L'andamento delle partecipazioni in Brasile risulta in crescita su entrambi gli indicatori (8 e 6 per cento circa le rispettive quote), nonostante la perdurante crisi del mercato. L'entità delle partecipazioni produttive del nostro paese in questa area geograficamente distante, soprattutto a confronto con le dimensioni della quota di mercato detenuta sulle esportazioni dirette all'area, può essere spiegata anche con il ruolo degli investimenti diretti esteri nel ridurre i costi di accesso a mercati meno vicini, oltre che, almeno in parte, con la "vicinanza" di carattere culturale tra l'Italia e la regione.

Tavola 3.9 - Dipendenti e fatturato delle imprese estere a partecipazione italiana per aree e principali paesi ⁽¹⁾

Pesi percentuali

Aree e paesi	Dipendenti				Fatturato			
	2005	2010	2015	2016 ⁽²⁾	2005	2010	2015	2016 ⁽²⁾
Unione Europea	52,1	44,2	43,3	42,5	65,5	53,1	50,0	50,0
Francia	11,6	8,7	7,6	6,6	14,4	9,7	9,2	8,4
Germania	7,1	6,0	5,8	5,9	11,4	9,0	8,8	8,9
Romania	6,6	5,5	5,9	5,8	0,9	1,1	1,3	1,3
Spagna	5,2	4,9	4,7	4,6	7,2	10,0	9,2	9,5
Polonia	3,8	4,1	3,7	3,7	2,4	2,6	2,5	2,5
Regno Unito	5,0	3,5	3,3	3,4	8,6	4,2	4,4	4,5
Repubblica Ceca	1,4	1,3	1,5	1,5	0,9	1,0	1,1	1,1
Slovacchia	1,4	1,5	1,3	1,3	0,5	0,8	0,9	0,9
Danimarca	-	0,3	1,1	1,2	-	0,3	0,4	0,5
Portogallo	1,4	1,1	1,1	1,1	4,2	4,0	4,3	4,4
Paesi Bassi	1,2	0,7	1,0	1,1	7,4	2,6	1,1	1,1
Belgio	1,4	1,2	1,0	1,0	2,2	2,9	1,4	1,4
Ungheria	1,3	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6
Paesi europei non Ue	9,0	9,3	9,5	9,6	5,9	6,9	6,8	6,9
Federazione Russa	2,8	3,7	3,7	3,7	0,7	1,9	1,9	1,9
Turchia	1,7	1,6	1,6	1,6	1,2	1,7	1,8	1,8
Serbia	0,7	0,7	1,1	1,1	0,1	0,1	0,4	0,4
Svizzera	1,3	1,1	0,8	0,8	2,8	2,2	1,5	1,6
Africa settentrionale	3,2	3,5	3,6	3,3	2,4	4,0	3,3	3,1
Tunisia	1,1	1,3	1,3	1,3	0,2	0,8	0,7	0,7
Egitto	0,9	1,0	0,9	0,6	0,8	1,1	0,8	0,7
Altri paesi africani	2,4	2,5	2,1	2,1	1,9	1,7	3,3	3,4
Sud Africa	0,4	0,5	0,4	0,5	0,2	0,4	2,2	2,3
America settentrionale	6,9	8,7	8,7	9,0	6,9	4,4	9,8	10,1
Stati Uniti	5,5	7,5	7,5	7,8	5,8	3,9	9,2	9,5
Canada	1,4	1,2	1,2	1,2	1,1	0,5	0,6	0,6
America centro-meridionale	12,3	15,7	16,1	16,3	7,7	17,4	14,6	14,3
Brasile	6,3	7,8	8,1	8,2	4,6	7,8	5,6	5,8
Messico	1,4	2,6	3,0	3,1	0,5	2,4	2,5	2,6
Argentina	1,9	2,4	2,4	2,4	1,3	2,0	2,0	1,5
Cile	0,1	0,6	0,5	0,5	0,1	3,4	2,4	2,4
Medio Oriente	0,5	0,8	1,0	1,0	0,4	0,9	1,1	1,1
Arabia Saudita	0,1	0,6	0,6	0,6	0,0	0,6	0,6	0,6
Emirati Arabi Uniti	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Asia centrale	1,8	2,3	2,3	2,3	1,4	2,5	1,6	1,6
India	1,2	1,4	1,5	1,6	0,4	0,9	1,0	1,0
Asia orientale	11,1	12,0	12,7	13,0	6,7	7,6	8,0	8,1
Cina	7,8	9,2	9,7	9,9	2,1	3,9	4,8	4,9
Singapore	0,7	0,6	0,8	0,8	1,1	1,0	0,7	0,8
Hong Kong	-	0,5	0,5	0,5	-	0,8	0,7	0,7
Oceania	0,6	0,9	0,7	0,8	1,2	1,5	1,5	1,5
Australia	0,6	0,8	0,7	0,7	1,2	1,4	1,4	1,5
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valore (unità e milioni di euro)	1.356.226	1.502.694	1.484.784	1.458.035	382.915	513.847	526.673	516.930
Variazioni percentuali sull'anno precedente	-	1,8	-0,4	-1,8	-	8,1	-0,9	-1,8

L'ordine in cui compaiono i paesi è basato sul numero di dipendenti nel 2016.

⁽¹⁾ Industria, commercio all'ingrosso e servizi alle imprese.

⁽²⁾ dati preliminari.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

In ascesa la presenza italiana nel continente asiatico, in particolare nella sua parte orientale, dove è localizzato il 13 per cento degli addetti delle affiliate di imprese italiane (8 per cento la quota sul fatturato). Le partecipate italiane sono localizzate per lo più in Cina, la cui quota raggiunge il 10 per cento in termini di addetti, confermando il grande paese asiatico come primo mercato di destinazione delle partecipazioni italiane. Più contenuta e stabile la presenza nei mercati dell'Asia centrale, con quote intorno al 2 per cento, mentre rimane ancora ridotta (1 per cento circa sul totale) e invariata rispetto al 2015, la consistenza delle partecipazioni del nostro paese nel Medio Oriente.

Continua a contrarsi il peso dell'Africa settentrionale come destinazione degli investimenti italiani, sia in termini di fatturato che di addetti, mentre si osserva un lieve incremento della quota di fatturato generata dalle partecipazioni nel resto del continente, per lo più riconducibili al Sudafrica.

Presenza commerciale e produttiva italiana nei principali mercati

di Stefania Spingola *

Nel corso dell'ultimo trentennio, la proiezione internazionale dell'Italia è cresciuta in maniera rilevante. Lo stock di investimenti diretti esteri (Ide) in uscita dal nostro paese è infatti più che quadruplicato in valore dal 1995 al 2015 e la sua incidenza sul Pil è passata nello stesso periodo dal 9,1 al 25,7 per cento (dati Unctad).

È parallelamente cresciuto in maniera importante il numero di multinazionali italiane con investimenti produttivi all'estero: in base ai dati Reprint (Ice-Politecnico di Milano) le imprese investitrici con partecipazioni nel settore manifatturiero, il solo per il quale siano disponibili dati di lungo periodo, nel corso dell'ultimo trentennio sono triplicate, come pure il numero delle imprese estere partecipate, passato da 2.827 a 8.336. Gli addetti impiegati nelle affiliate estere di multinazionali italiane sono aumentati del 45 per cento nel periodo considerato, raggiungendo le 950.000 unità, mentre il fatturato prodotto è praticamente raddoppiato nell'arco degli ultimi quindici anni.

L'evoluzione degli investimenti italiani all'estero non ha avuto un andamento lineare, ma si è sviluppata per fasi alterne, con un'accelerazione nel corso degli anni novanta, spinta soprattutto dalle imprese dei settori tradizionali, che hanno sfruttato le opportunità provenienti per lo più dall'apertura dei paesi dell'Europa dell'Est; la strategia prevalente alla base delle iniziative di investimento in questa prima fase è stata quella della ricerca di costi di produzione più bassi (c.d. investimenti *efficiency-seeking*). Nel decennio scorso si è avuta una seconda fase di crescita, in cui si è registrato un incremento dei settori a più alta intensità tecnologica e delle aree emergenti come localizzazione degli Ide, e si è avuto un rafforzamento degli investimenti di carattere più evoluto, motivati da logiche di penetrazione e presidio del mercato locale (*market-seeking*).¹

Un altro aspetto che ha caratterizzato l'evoluzione degli investimenti italiani all'estero è stato il crescente coinvolgimento delle imprese di piccole e medie dimensioni nei processi di internazionalizzazione produttiva, inizialmente attuati da poche grandi imprese del paese. Il "club degli investitori", anche nel corso degli anni duemila, dopo il boom degli anni novanta, ha quindi continuato ad allargarsi modificando contestualmente la sua composizione interna.²

Tuttavia, nonostante il notevole sviluppo delle attività delle imprese italiane all'estero e a dispetto di un'apertura commerciale poco inferiore a quella dei principali paesi europei (con l'unica eccezione della Germania), soprattutto in termini di propensione all'export, l'internazionalizzazione produttiva dell'Italia appare ancora limitata in rapporto alle dimensioni dell'economia e a confronto con quella dei principali partner europei. In base agli ultimi dati disponibili³, dello stock di Ide provenienti dall'Unione Europea nel 2016, pari a 9.100 miliardi di dollari – il 35 per cento degli Ide mondiali – solo il 5 per cento è originato dall'Italia (quota nettamente inferiore al contributo dell'Italia al Pil della Ue), contro il 15 per cento della Germania, il 16 del Regno Unito e il 14 della Francia. Il ritardo risulta ancor più evidente ponendo a confronto l'incidenza dello stock di Ide sul Pil di ciascun paese: nel caso dell'Italia il rapporto (24,9 per cento nel 2016, in

* Ice.

¹ Borin A., Cristadoro R., (2014), *Gli investimenti diretti esteri e le multinazionali*, Banca d'Italia, "Questioni di economia e finanza", n. 243.

² Mariotti S., Mutinelli M., Sansoucy L., (2015), *Italia multinazionale 2014*, Rubbettino.

³ Unctad (2017), *World Investment Report 2017*, Ginevra. Si fa presente che i dati sugli Ide possono differire in maniera anche rilevante da una fonte all'altra, in ragione dei diversi criteri utilizzati per la loro rilevazione.



calo rispetto al 2015) risulta pari a meno della metà di quello della Francia e del Regno Unito (rispettivamente pari a 51,1 e 54,9 per cento) e nettamente inferiore a quello della Germania (39,4 per cento).

Per delineare un quadro di maggior dettaglio sulla presenza delle imprese italiane sui mercati esteri, sono state analizzate le quote detenute dall'Italia sulle attività delle affiliate di multinazionali estere localizzate in specifici mercati (in termini di fatturato), mettendole a confronto con le quote sulle importazioni totali di merci dei medesimi mercati.⁴ I paesi analizzati, sulla base dei dati disponibili, sono i principali mercati Ue di localizzazione delle controllate italiane⁵ (Spagna, Francia, Germania, Regno Unito, Polonia e Romania) e gli Stati Uniti, primo mercato per presenza produttiva dell'Italia in termini di addetti impiegati e fatturato prodotto, in base alle statistiche Outward Fats dell'Istat.

La presenza italiana, in termini produttivi e commerciali, è stata messa a confronto, tramite gli stessi indicatori, con quella dei principali partner europei, come illustrato nei grafici a seguire, che analizzano il posizionamento relativo in ciascuno dei mercati considerati. L'analisi è stata condotta per l'industria manifatturiera, il principale ambito settoriale degli investimenti italiani all'estero (rappresenta infatti l'83 per cento degli addetti e il 74 per cento del fatturato delle affiliate estere di multinazionali italiane attive nell'industria) e storicamente tra i settori più internazionalizzati; il focus su un ambito settoriale specifico, per quanto ampio, consente inoltre di mettere a confronto i paesi attraverso dati più omogenei.

In linea generale, come osservato a livello globale, anche nei principali mercati di localizzazione la presenza italiana in termini di internazionalizzazione produttiva appare più contenuta rispetto a quella dei principali concorrenti europei. Nonostante la rilevante crescita del numero delle multinazionali italiane nell'ultimo trentennio, il livello della loro presenza produttiva risulta ancora nettamente inferiore alla presenza commerciale, confermando una modalità di proiezione internazionale ancora prevalentemente basata sulle esportazioni, analogamente a quanto rilevato per gli anni novanta.⁶

Come appare dai grafici, la quota dell'Italia sul fatturato delle affiliate di multinazionali estere è infatti in generale marcatamente inferiore alla quota sulle importazioni in tutti i mercati considerati, con le uniche eccezioni della Polonia e degli Stati Uniti. Sul mercato americano tuttavia, per tutti i principali fornitori europei (tranne la Spagna) la presenza produttiva risulta superiore a quella commerciale, tendenza probabilmente riconducibile alle caratteristiche del mercato di localizzazione, che tendono a favorire forme di presenza diretta allo scopo di ridurre i costi di trasporto, abbattere le barriere doganali e avvicinarsi al cliente estero.

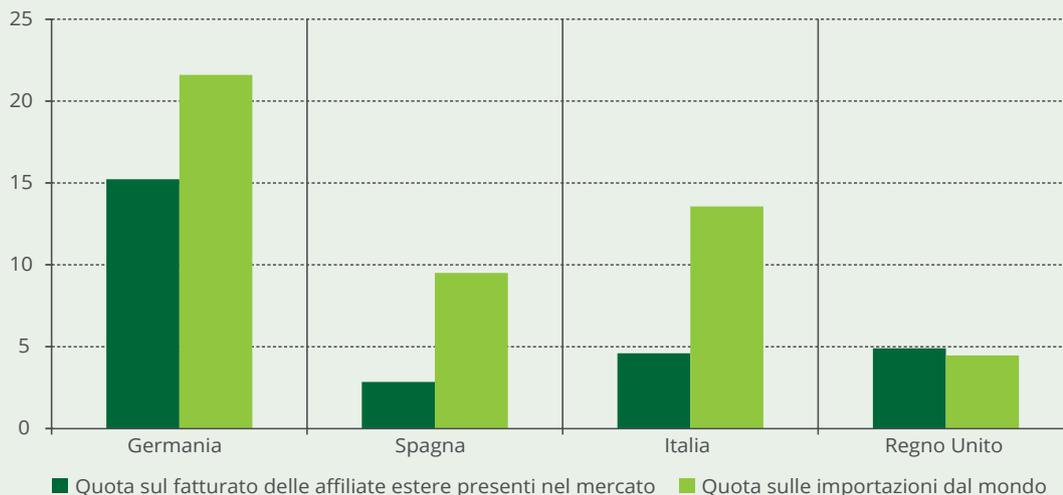
⁴ La scelta del fatturato per il calcolo delle quote sull'attività delle affiliate estere è legata sia alla migliore confrontabilità con le quote sull'import, in quanto espresse anch'esse in valore, sia alla minore dipendenza dell'aggregato dalle caratteristiche settoriali dell'attività oggetto di investimento, rispetto all'altra variabile generalmente considerata, ossia il numero di addetti. Laddove opportuno, sono state tuttavia considerate nell'analisi anche le quote sugli addetti. I dati utilizzati sono le statistiche Inward Fats dell'Eurostat per i mercati europei e i dati Ocse per gli Stati Uniti.

⁵ In base al fatturato delle controllate italiane presenti.

⁶ Cfr. Iammarino S., Iapadre L., (2003), *La collocazione internazionale dell'economia italiana: commercio e produzione*, in Guerrieri P. (a cura di), "Processi e politiche per l'internazionalizzazione del sistema Italia", IAI Quaderni, n. 19. Il lavoro esamina l'evoluzione delle quote detenute dall'Italia e dagli altri paesi europei nei principali mercati negli anni novanta.

Nel mercato francese (grafico 1) la quota italiana del fatturato generato dalle controllate estere del settore manifatturiero è pari al 4,6 per cento, contro il 15,2 per cento della Germania e il 4,9 del Regno Unito; solo la Spagna evidenzia una quota inferiore. Più consistente la quota detenuta dall'Italia sull'import di prodotti manifatturieri (13,2 per cento), che colloca il nostro paese al secondo posto tra i fornitori europei della Francia, dietro alla Germania, con il 21,6 per cento.

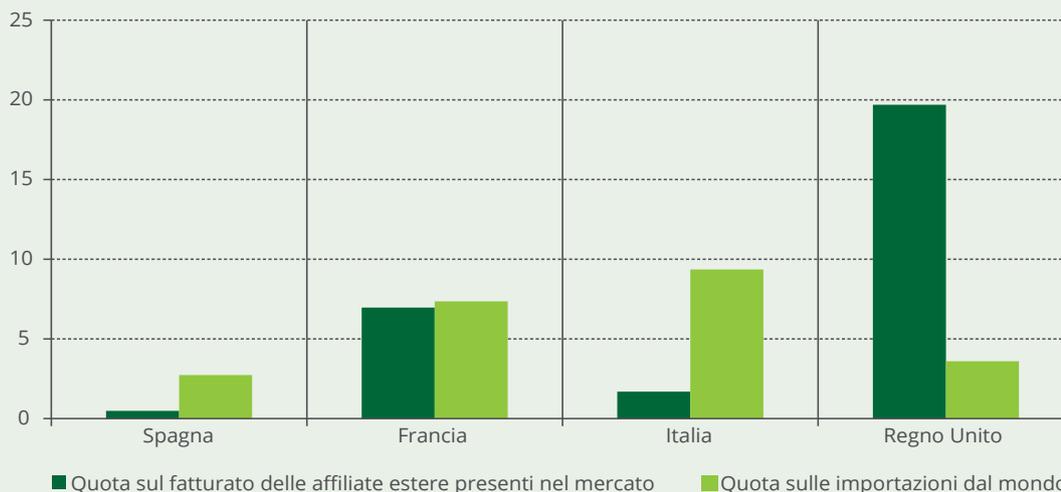
Grafico 1 - Francia, quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2014)



(¹) Osservazione.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Grafico 2 - Germania, quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2014)



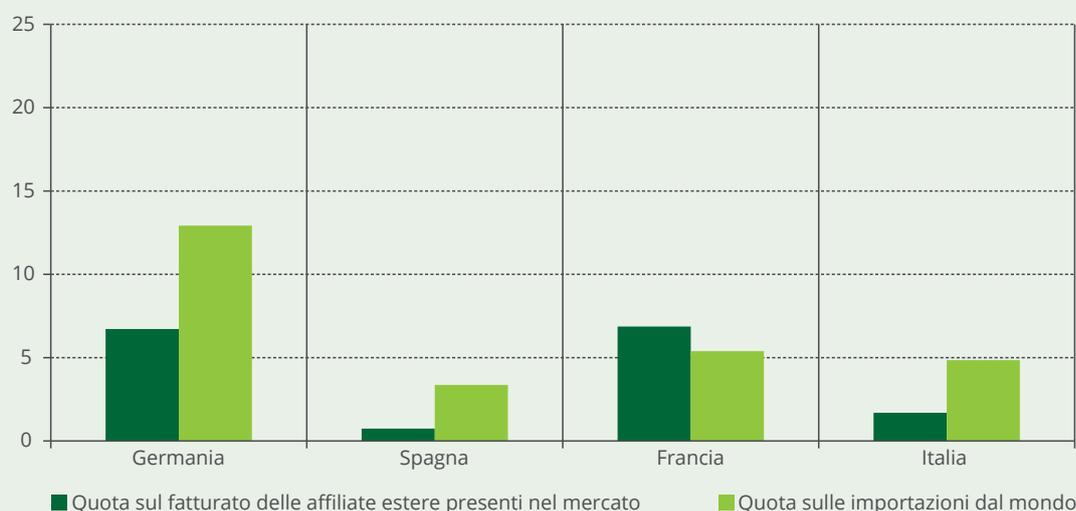
Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Ancora più arretrata risulta la presenza produttiva italiana nel primo mercato di riferimento per il nostro interscambio commerciale, la Germania, dove la quota italiana si ferma all'1,7 per cento, nettamente distanziata da quelle di Regno Unito (19,7 per cento) e Francia (7 per cento) (grafico 2); appare marcato, pertanto, il divario rispetto alla presenza commerciale, che vede il

nostro paese davanti agli altri concorrenti Ue con una quota di mercato del 9,4 per cento, contro il 7,4 della Francia e il 3,6 del Regno Unito. Marginale la presenza della Spagna sia sul piano commerciale che su quello produttivo. Il debole posizionamento delle multinazionali italiane sul mercato tedesco è confermato anche dall'analisi delle quote sugli addetti delle controllate estere (2,2 per cento la quota italiana, rispettivamente 6,9 e 7,2 quelle di Regno Unito e Francia).

Di analoga modesta entità la presenza produttiva delle imprese manifatturiere italiane nel Regno Unito (1,7 per cento l'incidenza sul fatturato complessivo delle affiliate estere presenti nel paese), inferiore a quella della Francia e della Germania (6,9 e 6,7 per cento rispettivamente) (grafico 3). Diversamente da quanto osservato per il mercato tedesco, più contenuta appare anche la presenza commerciale che, con una quota sull'import del 4,9 per cento, ci colloca al terzo posto rispetto ai due principali concorrenti europei (12,9 e 5,4 le quote di Germania e Francia).

Grafico 3 - Regno Unito, quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2014)

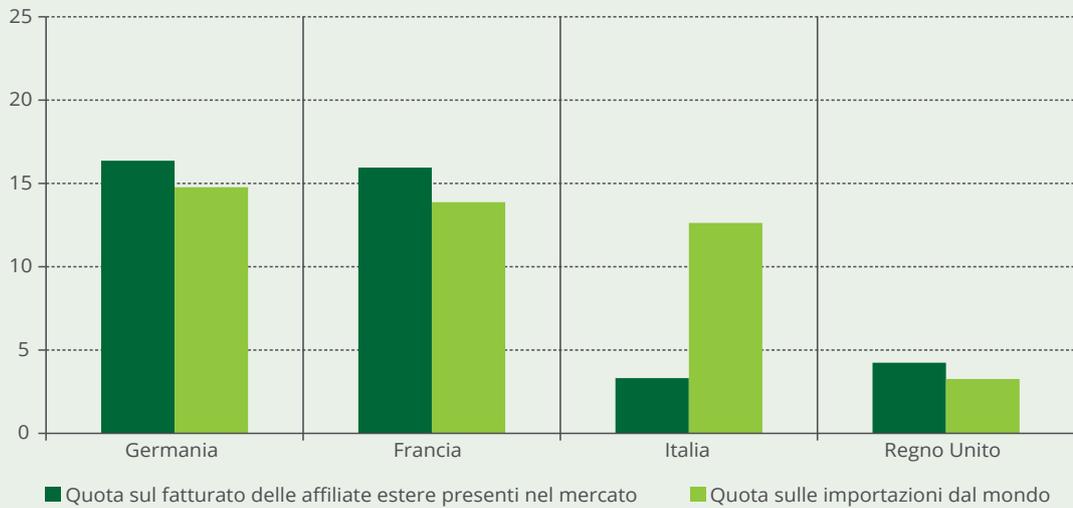


Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Emblematica la situazione in Spagna (grafico 4) che, pur rappresentando il principale mercato europeo di localizzazione delle multinazionali italiane del settore industriale in termini di fatturato prodotto⁷, vede l'Italia relegata dietro agli altri tre principali investitori con una quota del 3,3 per cento, contro il 16,4 e il 16 per cento di Germania e Francia e il 4,2 del Regno Unito. Diversamente dai tre concorrenti inoltre, per i quali la presenza produttiva prevale su quella commerciale, l'Italia evidenzia una quota sul fatturato delle multinazionali presenti in Spagna nettamente inferiore a quella sulle importazioni, pari al 12,6 per cento, peraltro inferiore a quelle di Germania e Francia. Valutando l'attività delle multinazionali in base al numero degli addetti, il posizionamento relativo dell'Italia non cambia in maniera sostanziale: si registra infatti una quota del 4,4 per cento, che consente all'Italia di collocarsi leggermente al di sopra del Regno Unito, ma non di ridurre la distanza da Germania e Francia.

⁷ In base ai dati Outward FATS dell'Istat, nel 2014 il principale mercato di localizzazione delle attività delle affiliate estere di multinazionali italiane in termini di fatturato prodotto sono stati gli Stati Uniti, con una quota sul totale del 28,8 per cento, seguiti dalla Spagna (11,5 per cento), dal Brasile (6,5), dalla Francia (6,3) e dal Regno Unito (5,4).

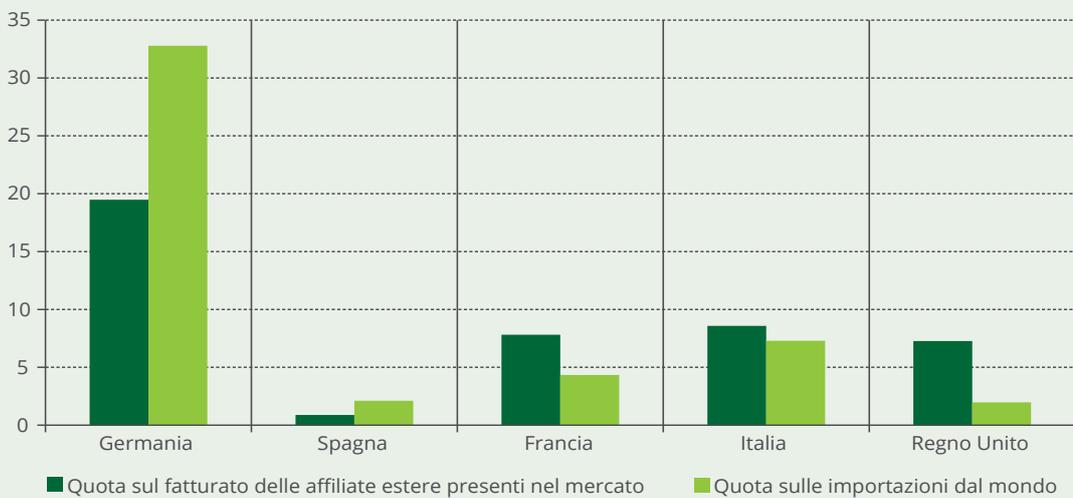
Grafico 4 - Spagna, quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2014)



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

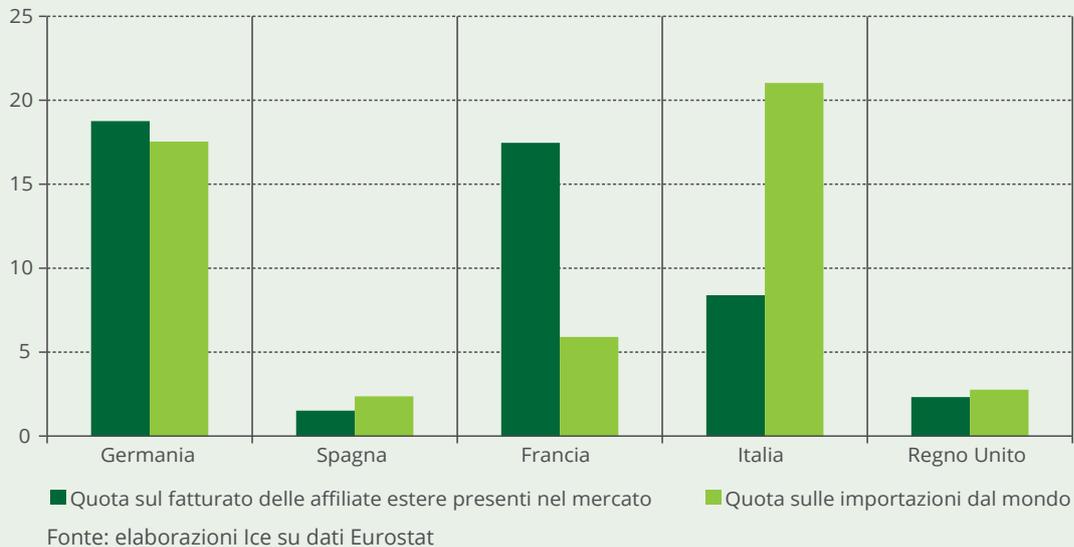
Parzialmente diverso il caso della Polonia, in cui l'Italia si attesta su una quota di fatturato prodotto dalle affiliate più consistente (8,6 per cento), inferiore solo a quella detenuta dalla Germania (19,7 per cento); inoltre la Polonia è l'unico tra i mercati Ue analizzati in cui la presenza dell'Italia è più rilevante, in termini di posizionamento relativo, sul piano produttivo rispetto a quello commerciale (grafico 5). Per contro, in Romania la quota di mercato italiana sull'import è la più elevata (21 per cento), mentre la presenza produttiva è decisamente più contenuta (8,4 per cento) e inferiore a quelle di Germania e Francia (grafico 6). Se misurata in termini di addetti, in questo caso la presenza produttiva italiana risulta sensibilmente più alta, su livelli superiori a quella francese, senza tuttavia scalzare il primato tedesco e rimanendo comunque sottodimensionata rispetto alla presenza commerciale. La maggiore consistenza della quota italiana misurata in termini di addetti è da attribuire alla prevalenza, nel mercato rumeno, di investimenti legati a settori produttivi tradizionali e pertanto maggiormente *labour intensive*.

Grafico 5 - Polonia, quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2013)



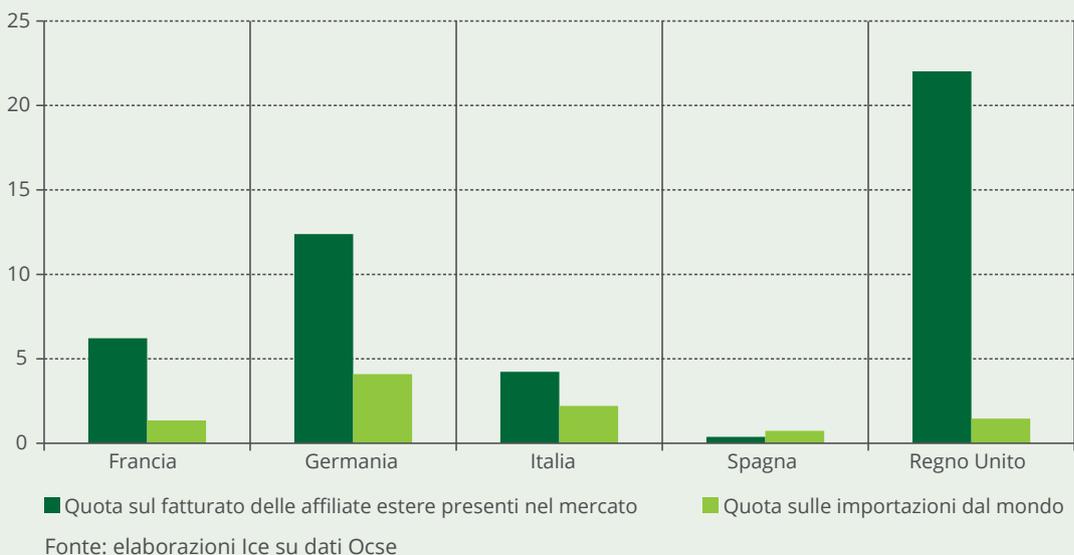
Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Grafico 6 - Romania - Quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2014)



Unico paese extra Ue tra quelli esaminati, gli Stati Uniti sono il primo mercato di localizzazione delle partecipazioni italiane, e hanno fatto registrare, negli ultimi anni, una crescita consistente delle attività delle affiliate, soprattutto in termini di fatturato.⁸ Nonostante la forte crescita e la rilevanza del mercato per gli investimenti italiani, la presenza del nostro paese risulta ancora ridotta rispetto a quella degli altri *competitors* europei: la quota italiana sul fatturato delle affiliate estere è pari infatti al 4,2 per cento, contro il 22 per cento del Regno Unito, il 12,4 della Germania e il 6,2 della Spagna (grafico 7).

Grafico 7 - Stati Uniti, quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi Ue nell'industria manifatturiera (2013)



⁸ In base ai dati Reprint, nel decennio 2005-2015, la quota di fatturato prodotta dalle affiliate di multinazionali italiane negli USA è passata dal 7 al 16 per cento. Sul dato ha inciso in misura rilevante l'operazione Fiat-Chrysler.

Il quadro delineato conferma la debolezza della proiezione internazionale del nostro paese rispetto alle altre principali economie europee. Se sul fronte della presenza commerciale negli ultimi anni si sono registrati segnali di ripresa delle quote di mercato, che erano tendenzialmente diminuite nello scorso decennio, non solo rispetto a quelle dei paesi emergenti, ma anche a quelle dell'Eurozona, in termini di presenza produttiva il ritardo dell'industria italiana rimane ancora marcato.

Peraltro, il gap non appare essersi ridotto nel tempo, come dimostra il confronto con le quote detenute dall'Italia e dai principali paesi europei negli anni novanta per gli stessi mercati di localizzazione.⁹ In Francia, Germania e Regno Unito il posizionamento relativo dell'Italia in termini di presenza produttiva è rimasto sostanzialmente invariato rispetto ai livelli del 1998; solo negli Stati Uniti e in Polonia si è registrato un certo miglioramento.

Come è noto, il modello di internazionalizzazione dell'industria italiana riflette la frammentazione del suo tessuto imprenditoriale, con una netta prevalenza di piccole e piccolissime imprese, meno preparate delle grandi ad affrontare i rischi e i costi legati a un insediamento stabile all'estero. Sebbene in anni recenti sia aumentata la quota di imprese di piccole dimensioni che hanno investito all'estero, questa rimane comunque ridotta, mentre sono ancora le poche imprese di grandi dimensioni a fornire il maggior contributo in termini di occupazione e fatturato realizzato all'estero.¹⁰ La debolezza strutturale del sistema industriale italiano è però non solo determinata da fattori dimensionali, ma anche da carenze qualitative, di carattere tecnologico e organizzativo, per lo più riconducibili a una gestione aziendale prevalentemente a controllo familiare e alla bassa intensità di lavoro qualificato impiegato che, unitamente ai vincoli di carattere finanziario, ne hanno limitato le capacità innovative e di internazionalizzazione, ancora basate principalmente sull'esportazione e poco orientate a forme di insediamento stabile.¹¹

Il modello di specializzazione produttiva dell'Italia non ha inizialmente favorito il ricorso a forme di internazionalizzazione più avanzate, che, soprattutto in passato, a livello mondiale interessavano prevalentemente settori ad alta tecnologia, caratterizzati da elevati costi di trasporto e imprese di grandi dimensioni (ad esempio i mezzi di trasporto, la chimica e la farmaceutica). In realtà anche nei settori di produzione di beni di consumo, tipici di una parte della specializzazione italiana, la produzione in prossimità del mercato di sbocco può creare notevoli vantaggi per le imprese e rafforzare la presenza soprattutto in mercati difficili e lontani.

In generale, il ritardo del nostro sistema economico in termini di internazionalizzazione produttiva, nella fase di competizione globale in corso, limita la capacità delle nostre imprese di cogliere le opportunità offerte dal mercato globale, in termini di acquisizione di vantaggi competitivi, produttività e capacità di accesso ai mercati. È stato infatti più volte evidenziato dagli studi teorici ed empirici l'effetto in generale positivo dell'investimento estero sull'impresa investitrice, che beneficia di una più rapida crescita in termini di produttività e redditività rispetto a imprese di caratteristiche analoghe ma non internazionalizzate.¹²

⁹ Cfr. Iammarino S., Iapadre L., (2003), op. cit.

¹⁰ Le grandissime imprese rappresentano poco più del 3 per cento dei soggetti investitori, ma sono responsabili di quasi il 60 per cento dei dipendenti e di oltre l'80 per cento del fatturato delle partecipate estere (cfr. Mariotti S., Mutinelli M., Sansoucy L., (2015), op. cit.)

¹¹ Cfr. Iapadre L., Salvati I., (2016), *L'Italia nell'economia internazionale: trasformazioni e persistenze. Un viaggio attraverso i rapporti annuali dell'ICE*, Rapporto ICE - Edizione celebrativa.

¹² Esistono numerosi studi che evidenziano la correlazione positiva tra internazionalizzazione produttiva e produttività del lavoro o dei fattori di produzione in generale; per una rassegna cfr. Cristadoro R., Federico S., (2015), *L'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano*, Banca d'Italia, "Questioni di economia e finanza", n. 260. Inoltre, l'analisi dei dati relativi al periodo di crisi mostra che le imprese italiane con presenza sui mercati esteri hanno conseguito in generale risultati migliori della media in termini di fatturato e di tenuta dell'occupazione, rispetto a quelle operanti solo sul mercato domestico o solo esportatrici; cfr. D'Aurizio L., Cristadoro R. (2015), *Le caratteristiche principali dell'internazionalizzazione delle imprese italiane*, Banca d'Italia, "Questioni di economia e finanza", n. 261.

I SETTORI





4.1 Gli scambi di merci

Nel 2016 il saldo commerciale italiano ha registrato la cifra record di 51 miliardi di euro, risultante dalla ulteriore riduzione del deficit energetico rispetto all'anno precedente e da una modesta crescita dell'avanzo manifatturiero (tavola 4.1).

Il comparto energetico, sia per quanto riguarda l'industria estrattiva che per i prodotti raffinati, ha risentito del calo dei prezzi del petrolio greggio e del gas naturale. Si è ridotto lievemente anche il disavanzo dell'agricoltura.

La manifattura ha confermato nel 2016 un saldo positivo di 90 miliardi di euro. Nel complesso la crescita a valori correnti di 1,2 punti percentuali rispetto al 2015 è risultata inferiore a quella media degli ultimi cinque anni ed è stata accompagnata da un aumento delle importazioni dell'1,5 per cento, sensibilmente inferiore a quello del 2015, che era stato sostenuto dall'inversione del ciclo della domanda interna.

Il settore più dinamico è stato quello farmaceutico, in progresso del 6,8 per cento, trainato dal comparto dei *medicinali e preparati farmaceutici* (+7,0 per cento). L'industria è strutturata con ramificazioni produttive e funzionali globali, che generano scambi *intra-firm* tra stabilimenti dislocati in vari paesi del mondo, tanto per le imprese italiane che per le molte multinazionali estere presenti in Italia. Il Belgio si è confermato anche quest'anno quale principale partner commerciale dell'Italia, con una quota del 22,4 per cento, in calo a favore di Germania, Svizzera e Stati Uniti.¹

Le esportazioni di prodotti alimentari, bevande e tabacco hanno mantenuto il *trend* di crescita (+4,2 per cento), seppure a un tasso inferiore a quello medio degli ultimi cinque anni. La divisione dei prodotti alimentari (+3,6 per cento) a un'espansione nei tradizionali mercati di sbocco (Francia, Germania e Stati Uniti) ha affiancato una promettente crescita nei paesi dell'Europa orientale, Russia inclusa, e nei paesi Opec. Le esportazioni di bevande, principalmente vino, si sono sviluppate a un tasso simile a quello del comparto (3,8 per cento), mentre un contributo notevole è stato apportato dalla fiammata delle vendite di tabacchi (+588 per cento), riconducibile alla presenza in Italia di una primaria multinazionale le cui esportazioni sono destinate quasi esclusivamente al Giappone.

Le esportazioni del sistema moda, che assorbono circa i due terzi della produzione nazionale, sono cresciute in linea con quelle delle altre manifatture (+1,2 per cento a valori correnti), ma hanno fatto segnare una flessione in termini di volumi (-2,1 per cento). Il rallentamento ha riguardato tutti i principali comparti (tessile, abbigliamento e calzature) e si è accompagnato a una crescita dei valori unitari superiore a quella dei prezzi, interpretabile, sia pure con molta cautela, come un segno di spostamento verso l'alto della qualità dei prodotti esportati (tavola 4.2). In un contesto particolarmente competitivo, a fronte di una domanda in espansione da parte dei paesi europei e di quelli asiatici, si è contrapposto il calo di quella americana. La gioielleria (-4,6 per cento) ha risentito in particolare dell'indebolimento della domanda asiatica (-8,3 per cento) costituente un terzo delle esportazioni. Ha chiuso in positivo l'*occhialeria* (+4,7 per cento) sostenuta dalla domanda statunitense.

* Redatto da Pjero Stanojevic (Ice) con la supervisione di Alessandra Lanza (Prometeia).

¹ Cfr. il riquadro di R. Di Pietro, *La farmaceutica italiana negli scambi internazionali*, pubblicato in questo Rapporto.



Tavola 4.1 - Scambi con l'estero di merci per settori: valori

Milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2016	Var. % 2016	Tcma ⁽¹⁾ 2012-16	2016	Var. % 2016	Tcma ⁽¹⁾ 2012-16	2015	2016
Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca	6.818	3,0	3,3	13.765	0,1	1,1	-7.137	-6.947
Prodotti dell'estrazione di minerali da cave e miniere	1.011	-12,8	-4,6	30.750	-22,3	-15,0	-38.392	-29.739
<i>Petrolio greggio e gas naturale</i>	241	-29,2	-12,9	27.519	-23,7	-15,2	-35.722	-27.278
Prodotti delle attività manifatturiere	400.009	1,2	2,1	309.534	1,5	0,3	90.397	90.475
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	31.545	4,2	5,3	29.139	0,0	1,2	1.132	2.406
Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	48.631	1,2	3,0	30.522	0,3	1,1	17.612	18.109
<i>Prodotti tessili</i>	9.861	0,0	0,2	6.845	1,7	-0,2	3.125	3.016
<i>Articoli di abbigliamento</i>	19.499	2,3	3,2	13.666	0,9	0,9	5.504	5.834
<i>Articoli in pelle (escluso abbigliamento e simili)</i>	19.271	0,8	4,4	10.012	-1,3	2,4	8.983	9.260
Calzature	9.173	2,4	3,2	5.372	3,3	2,8	3.757	3.801
Legno e prodotti in legno e sughero (escluso i mobili)	1.724	3,6	3,6	3.233	1,8	-1,1	-1.512	-1.509
Carta e prodotti di carta; stampa	6.632	-0,5	1,8	6.547	-3,8	-0,6	-141	84
Coke e prodotti petroliferi raffinati	10.020	-19,0	-9,9	6.623	-9,6	-8,1	5.052	3.397
Sostanze e prodotti chimici	27.524	1,8	2,0	34.585	-1,9	-1,1	-8.216	-7.061
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici	21.282	6,8	6,8	22.863	3,2	3,6	-2.230	-1.581
Articoli in gomma e materie plastiche	15.102	2,3	1,8	9.649	1,8	1,7	5.282	5.452
Vetro, ceramica, materiali non metalliferi per l'edilizia	10.196	1,9	3,1	3.703	4,0	1,0	6.443	6.493
Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	43.768	0,1	-2,0	35.737	-6,1	-3,4	5.662	8.031
<i>Prodotti della metallurgia</i>	25.023	0,8	-4,1	27.902	-7,9	-4,5	-5.472	-2.879
<i>Prodotti in metallo</i>	18.745	-0,8	1,4	7.835	0,8	1,3	11.134	10.910
Computer, apparecchi elettronici e ottici	13.625	-0,5	1,0	25.283	-2,2	-3,9	-12.147	-11.658
Apparecchi elettrici	21.984	0,2	1,6	15.616	0,9	2,4	6.473	6.368
Macchinari ed apparecchi n.c.a.	75.951	0,2	2,1	27.943	7,1	,0	49.718	48.008
Mezzi di trasporto	47.537	5,4	5,4	45.047	14,4	3,3	5.720	2.490
<i>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>	34.198	4,1	6,3	38.904	19,4	4,2	287	-4.707
<i>Altri mezzi di trasporto</i>	13.339	9,0	3,2	6.142	-9,7	-1,5	5.433	7.197
Mobili	9.255	0,5	2,8	2.030	5,6	2,5	7.285	7.226
Prodotti delle altre attività manifatturiere	15.233	0,8	5,0	11.013	1,6	3,5	4.264	4.220
<i>Gioielleria, bigiotteria e pietre preziose lavorate</i>	6.230	-4,6	4,3	2.680	-0,7	5,2	3.828	3.551
Altri prodotti	9.239	0,6	1,2	11.530	-5,8	-3,6	-3.060	-2.291
Totale	417.077	1,2	2,1	365.579	-1,3	-1,9	41.807	51.498

⁽¹⁾ Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2011.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

La meccanica, pur rimanendo il settore più importante sia in termini di esportazioni (76 miliardi di euro) che di saldo commerciale (48 miliardi di euro), ha fatto registrare una battuta d'arresto nel 2016. Le *macchine di impiego generale* (-2,5 per cento), le *macchine per l'agricoltura e la silvicoltura* (-4,3 per cento) e le *macchine per la formatura dei metalli e le altre macchine utensili* (-3,4 per cento) hanno registrato variazioni negative delle esportazioni rispetto all'anno precedente. Per converso, gli *altri macchinari di impiego generale* (+3,2 per cento), e le *altre macchine per impieghi*

speciali (+2,1 per cento), al cui interno si trovano molti prodotti strategici per la cosiddetta *Industria 4.0* come i *robot*, hanno evidenziato una crescita. L'offerta dall'estero ha alimentato una parte degli investimenti interni in impianti e macchinari, la cui dinamica nel corso dell'anno è stata favorita anche da importanti incentivi fiscali. Le importazioni sono cresciute nel 2016 del 7,1 per cento, ben oltre il tasso medio di variazione degli ultimi cinque anni. Principali partner commerciali si sono confermati Germania e Stati Uniti, con flussi in aumento, mentre hanno subito una decelerazione le esportazioni verso l'Asia (-2,2 per cento).

Il 2016 ha confermato il buon andamento del comparto dei mezzi di trasporto, avviato su un sentiero di crescita solido nei mercati internazionali. Le esportazioni sono aumentate del 5,4 per cento, in linea con il tasso medio di crescita degli ultimi 5 anni. La divisione autoveicoli, rimorchi e semirimorchi (+4,1 per cento), ha mostrato una crescita delle esportazioni particolarmente pronunciata negli autoveicoli (6,3 per cento). Questi ultimi hanno anche evidenziato attraverso valori medi unitari in aumento un *upgrade delle produzioni italiane* verso i segmenti di mercato più elevati e hanno avuto Stati Uniti, Germania e Francia come principali destinazioni. Da segnalare il forte aumento delle importazioni (+14,4 per cento). Sulla dinamica hanno pesato anche le decisioni di investimento delle imprese, in particolare quelle dedite al noleggio di flotte aziendali, spinte ad anticipare gli acquisti entro il 2016 in quanto ultimo anno di vigenza del superammortamento al 140 per cento. Negativo è stato invece il contributo in termini di esportazioni dei *motocicli* (-0,7 per cento), penalizzati dalla forte concorrenza asiatica. Queste dinamiche hanno portato il saldo complessivo della divisione in territorio negativo per 4,7 miliardi di euro. Decisamente in ripresa le esportazioni degli altri mezzi di trasporto (+9,0 per cento), trainate da *navi e imbarcazioni* (+41,2 per cento), dove il perfezionamento di importanti commesse navali statunitensi ha pesato più delle *imbarcazioni da diporto e sportive*, pure in crescita del 2,2 per cento. In flessione gli *aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi* (-1,5 per cento) e le *locomotive e materiale rotabile ferroviario* (-12,8 per cento).

I mobili hanno chiuso l'anno con un modesto progresso a valori correnti (+0,5 per cento), mentre è risultato negativo l'andamento in termini di volumi. Le esportazioni hanno evidenziato una crescita nell'Ue (+2,1 per cento) e nell'Area Nafta (+9,4 per cento), mercati che insieme hanno assorbito i due terzi delle esportazioni italiane. È proseguita invece la fase di calo delle esportazioni verso la Russia e il Medio Oriente. All'interno del settore è stato positivo il contributo di *poltrone e divani* (+4,5 per cento), produzioni maggiormente orientate verso i mercati ricchi di Francia e Stati Uniti.

Sempre nel sistema casa gli *apparecchi per uso domestico* hanno subito un calo dei volumi esportati, mitigato solo in parte dalla crescita dei valori medi unitari. A prezzi correnti le esportazioni del settore nel 2016 sono calate del 2,1 per cento. Di segno diverso l'andamento dell'*illuminotecnica*, in progresso dell'1,9 per cento rispetto all'anno precedente.

Vetro, ceramica e materiali non metalliferi per l'edilizia hanno contribuito al saldo manifatturiero italiano per un valore di 6,5 miliardi di euro nel 2016. L'apporto maggiore è riconducibile alle esportazioni di *piastrelle di ceramica* (+6,9 per cento), la cui domanda è cresciuta soprattutto negli Stati Uniti, in Francia e in Germania, oltre che a quelle dell'*industria del vetro* (+1,8 per cento).

Sono aumentate le esportazioni di *elementi da costruzione in metallo* (+2,4 per cento) e degli *articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta* (+2,4 per cento). Tuttavia occorre registrare come nel suo insieme la divisione dei prodotti in metallo abbia chiuso l'anno con una variazione negativa di 0,8 punti percentuali.

L'industria metallurgica ha risentito delle strozzature legate allo stato di importanti poli produttivi nazionali dell'acciaio. L'espansione dello 0,8 per cento per le esportazioni del settore è quindi principalmente ascrivibile ai *metalli preziosi* (+9,1 per cento) che al tradizionale assorbimento di circa la metà delle esportazioni da parte della Svizzera, hanno affiancato nel 2016 un signi-

ficativo aumento di richiesta proveniente da Germania e Regno Unito. In modesto progresso i prodotti in rame e alluminio. In calo invece le esportazioni di *tubi, condotti, profilati, cavi e relativi accessori in acciaio colato* (-1,7 per cento) e *altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio* (-0,8 per cento).

Tavola 4.2 - Scambi con l'estero di merci per settori: quantità e prezzi

Variazioni percentuali sull'anno precedente; indici 2010=100

	Esportazioni						Importazioni					
	Quantità		Valori medi unitari		Prezzi ^(b)		Quantità		Valori medi unitari		Prezzi ^(c)	
	Var. % 2016 ^(a)	Indici 2016 ^(a)	Var. % 2016 ^(a)	Indici 2016 ^(a)	Var. % 2016 ^(a)	Indici 2016 ^(a)	Var. % 2016 ^(a)	Indici 2016 ^(a)	Var. % 2016 ^(a)	Indici 2016 ^(a)	Var. % 2016 ^(a)	Indici 2016 ^(a)
Prodotti dell'agricoltura, silvicoltura e pesca	3,8	101,6	-0,7	119,5	4,6	103,0	-4,4	120,1
Prodotti dell'industria estrattiva	-7,6	88,9	-5,6	97,6	-0,1	100,8	2,2	79,1	-23,9	65,9	-13,5	80,0
Prodotti delle attività manifatturiere	1,2	106,4	..	116,5	-1,2	103,1	2,3	100,1	-0,8	108,6	-1,4	100,8
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	4,2	117,3	..	121,3	-0,5	110,6	0,1	102,0	-0,1	112,8	-2,0	109,6
Prodotti tessili, abbigliamento e accessori	-2,1	98,0	3,4	132,9	0,4	108,8	0,3	91,2	0,1	128,9	0,0	110,6
<i>Prodotti tessili</i>	-1,6	90,0	1,7	122,1	-0,1	111,3	1,6	91,5	0,1	123,7	-0,8	110,9
<i>Articoli di abbigliamento</i>	-2,6	99,8	5,1	130,2	0,9	107,1	1,5	94,0	-0,7	120,6	0,8	108,0
<i>Calzature, prodotti in pelle (escluso abbigliamento)</i>	-1,5	102,9	2,3	140,3	0,0	108,5	-2,4	88,3	1,2	144,4	-0,5	114,6
Calzature	-1,4	93,5	3,9	141,5	0,8	108,5	0,6	92,4	2,6	135,9	1,5	114,2
Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	1,4	105,3	2,1	117,2	-0,4	106,2	2,0	86,4	-0,2	110,7	0,0	106,6
Carta e prodotti di carta	0,5	111,2	-1,0	103,7	-0,2	103,7	0,2	99,4	-4,1	99,4	-3,0	98,6
Coke e prodotti petroliferi raffinati	-1,4	79,2	-17,9	85,5	-11,6	86,7	8,4	108,3	-16,6	71,5	-5,8	104,6
Sostanze e prodotti chimici	4,2	109,4	-2,3	111,4	-1,9	105,6	2,3	100,5	-4,1	107,1	-2,9	99,9
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici	5,8	150,1	1,0	101,5	0,6	103,7	2,5	114,0	0,7	115,6	-2,3	93,9
Articoli in gomma e materie plastiche	2,7	102,5	-0,4	119,2	-1,4	106,4	2,3	109,9	-0,5	111,6	-1,9	100,8
Vetro, ceramica, materiali non metalliferi per l'edilizia	1,3	104,0	0,6	115,4	0,2	103,3	2,1	90,4	1,9	119,0	0,9	104,4
Metalli di base e prodotti in metallo	3,0	109,3	-2,9	101,8	-2,2	95,5	0,9	105,6	-7,0	93,7	-5,4	92,3
<i>Prodotti della metallurgia</i>	6,9	118,9	-5,7	90,2	-4,3	88,3	0,7	108,0	-8,5	87,8	-6,6	89,9
<i>Prodotti in metallo</i>	-2,1	95,2	1,2	123,0	0,0	103,2	0,4	93,5	0,4	125,5	-0,2	103,1
Computer, apparecchi elettronici e ottici	-3,8	97,4	3,4	120,6	1,3	108,6	-7,3	76,8	5,5	97,2	-0,5	92,2
Apparecchi elettrici	-0,4	105,1	0,6	107,9	-0,1	104,3	-0,2	97,3	1,1	120,7	-0,2	104,7
Macchinari ed apparecchi meccanici	-2,3	97,1	2,5	130,2	0,6	104,3	5,8	103,3	1,3	120,7	0,2	104,8
Mezzi di trasporto	4,1	121,5	1,3	113,4	-2,2	97,3	9,7	99,0	4,3	120,0	1,6	97,7
<i>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>	2,0	134,8	2,0	112,1	-3,4	96,1	15,1	110,5	3,8	114,3	1,6	96,9
<i>Altri mezzi di trasporto</i>	9,3	94,5	-0,3	118,8	0,3	99,9	-15,9	54,6	7,4	158,3	1,8	109,0
Mobili	-0,8	102,3	1,4	116,6	0,6	105,5	6,5	107,4	-0,8	105,8	0,5	106,5
Prodotti delle altre industrie manifatturiere	-0,3	107,9	1,1	126,5	1,8	108,8	1,7	100,4	-0,2	123,8	1,3	108,7
Totale	1,2	106,3	-0,1	116,3	-1,1	103,1	3,1	98,0	-4,3	101,5	-3,3	97,2

^(a) Dati provvisori.

^(b) Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero.

^(c) Prezzi all'importazione nell'industria.

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat e Eurostat

Le esportazioni di apparecchi elettrici hanno confermato il *trend* dell'anno precedente (+0,2 per cento) con uno sviluppo delle vendite all'estero di *apparecchiature di cablaggio* (+2,2 per cento), di *batterie e pile* e di *altri apparecchi elettrici*, controbilanciato dal calo dei *motori e generatori elettrici* (-1,3 per cento). Le esportazioni di elettronica si sono contratte di 0,5 punti percentuali, con l'unica eccezione al suo interno del gruppo *componenti elettronici e schede elettroniche* (+3,6 per cento).

Nella chimica, dove l'Italia è risultata un importatore netto, sono aumentate le esportazioni di *vernici* (+2,5 per cento), *saponi e cosmetici* (+10,4 per cento) e *agrofarmaci* (+3,4 per cento). Al contrario i *prodotti chimici di base* hanno mostrato un calo rispetto all'anno precedente (-1,8 per cento). Le esportazioni di *articoli in materie plastiche*, legati in parte alla domanda di input dell'*automotive* e dell'alimentare (*packaging*), sono cresciute nel 2016 del 2,9 per cento in valore. Il dato segnala una buona *performance* internazionale del settore, considerando che incorpora anche un calo dei prezzi alla produzione, influenzati a loro volta dal costo del petrolio. Positivo, ma più contenuto, è stato l'aumento delle esportazioni degli articoli in gomma (+0,6 per cento).

Il risultato complessivo della carta (-0,4 per cento in termini di esportazioni nel 2016) ha risentito di una domanda estera indebolita nella componente *pasta carta, carta e cartone* (-1,8 per cento), compensata solo in parte dalla dinamica dei *prodotti in carta e cartone* (1,1 per cento), destinati questi ultimi soprattutto ai mercati tedeschi e francesi.

Le esportazioni del settore del legno (+3,6 per cento) sono per la maggior parte costituite da quelle del gruppo *prodotti in legno*, al cui interno si è evidenziata in questi anni una forte dinamica per i *pannelli di legno*, destinati principalmente alla produzione di mobili e al *contract*.

L'analisi delle quote mercato (tavola 4.3) evidenzia un quadro positivo per le imprese italiane con un guadagno nel 2016, rispetto all'anno precedente, di 0,1 punti percentuali. Tra i mercati la variazione è ascrivibile a destinazioni al di fuori dell'Area dell'euro. Tra i settori hanno migliorato le proprie posizioni soprattutto quelli del *made in Italy* e in particolare la moda (+0,2 per cento di quota) e i prodotti alimentari, bevande e tabacco. Un ulteriore dato positivo è costituito dagli aumenti di quota nei mezzi di trasporto e nei macchinari ed apparecchi meccanici (+0,2 per cento). Questo risultato si colloca peraltro lungo un trend favorevole di medio periodo per l'industria italiana, che ha visto negli ultimi trent'anni una specializzazione crescente verso i comparti della media tecnologia.

Tavola 4.3 - Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni di merci per settori

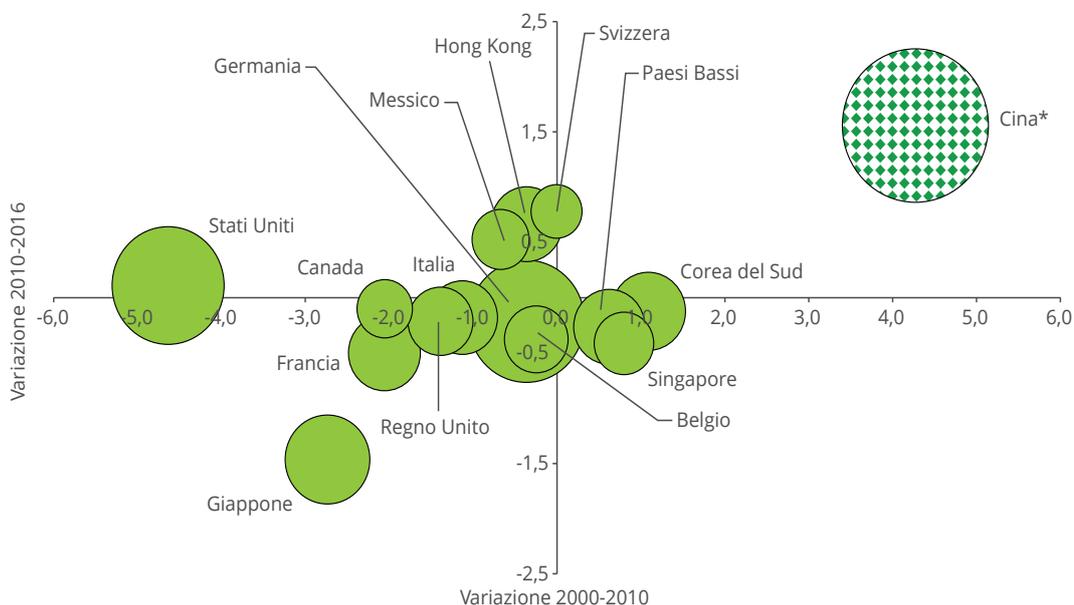
Percentuali a prezzi correnti

	Peso sulla domanda mondiale				Quote sulle esportazioni mondiali				Quote sulle esportazioni dell'Area dell'euro			
	2000	2010	2015	2016	2000	2010	2015	2016	2000	2010	2015	2016
Prodotti dell'agricoltura, silvicoltura e pesca	2,5	2,8	3,0	3,1	2,1	2,0	1,7	1,7	8,2	7,6	7,2	7,4
Prodotti dell'industria estrattiva	7,7	11,8	8,4	7,0	0,1	0,2	0,2	0,2	2,4	2,8	2,7	2,7
Prodotti delle attività manifatturiere	85,5	81,6	85,5	86,6	4,3	3,7	3,4	3,4	12,7	11,3	11,2	11,3
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	5,0	5,3	5,7	6,0	3,9	3,9	3,8	3,9	9,8	10,2	10,7	10,8
Prodotti tessili, abbigliamento e accessori	7,1	5,3	6,2	6,2	8,3	6,6	5,7	5,9	31,8	27,6	27,2	26,5
<i>Prodotti tessili</i>	2,6	1,7	1,8	1,8	6,9	5,1	4,0	4,1	25,4	23,3	22,5	22,3
<i>Articoli di abbigliamento</i>	3,2	2,5	2,9	2,9	6,7	5,6	4,7	4,9	30,4	24,9	24,1	23,6
<i>Calzature, prodotti in pelle (escluso abbigliamento)</i>	1,3	0,9	1,4	1,4	14,8	11,3	9,8	10,1	45,0	36,8	35,4	34,1
Calzature	0,7	0,7	0,8	0,8	14,7	10,0	7,8	8,1	42,9	33,1	29,6	28,5
Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	1,0	0,6	0,7	0,7	2,2	2,0	1,7	1,7	7,9	6,1	6,1	6,1
Carta e prodotti di carta; stampa	2,0	1,5	1,3	1,3	3,3	3,7	3,7	3,8	8,2	9,1	9,9	10,0
Coke e prodotti petroliferi raffinati	2,7	4,3	3,6	3,1	2,8	3,2	2,5	2,4	10,5	12,2	9,6	9,0
Sostanze e prodotti chimici	7,2	7,8	7,5	7,4	2,9	2,6	2,5	2,7	8,0	6,9	7,2	7,3
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici	2,0	3,6	3,7	3,9	5,6	3,6	4,3	4,1	11,9	7,3	7,8	8,2
Articoli in gomma e materie plastiche	2,2	2,3	2,7	2,7	6,3	4,9	4,1	4,2	16,2	13,4	13,0	13,0
Vetro, ceramica, materiali non metalliferi per l'edilizia	1,3	1,2	1,3	1,3	10,6	6,8	5,7	6,0	25,0	20,1	20,0	19,9
Metalli di base e prodotti in metallo	7,0	8,4	8,8	8,8	4,3	4,2	3,4	3,5	13,9	14,8	15,0	15,3
<i>Prodotti della metallurgia</i>	4,8	6,2	6,4	6,3	3,2	3,5	2,8	2,9	11,0	13,4	13,8	14,5
<i>Prodotti in metallo</i>	2,2	2,2	2,4	2,4	6,7	6,1	4,9	5,0	18,9	17,5	16,8	16,6
Computer, apparecchi elettronici e ottici	15,0	12,8	13,2	13,4	1,1	0,8	0,7	0,7	5,8	4,6	4,6	4,6
Apparecchi elettrici	5,2	4,6	5,1	5,2	4,6	4,3	3,4	3,4	15,9	13,5	12,9	12,6
Macchinari ed apparecchi meccanici	11,3	9,1	9,0	9,1	6,3	6,3	6,2	6,4	21,1	18,4	19,0	19,0
Mezzi di trasporto	13,1	11,2	12,5	13,1	3,4	2,9	2,6	2,7	8,4	7,8	7,3	7,5
<i>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>	9,3	7,7	8,8	9,3	3,2	2,8	2,7	2,8	7,9	7,0	7,2	7,3
<i>Altri mezzi di trasporto</i>	3,7	3,5	3,7	3,9	3,8	3,1	2,4	2,6	9,8	10,1	7,6	8,0
Mobili	0,9	0,8	1,0	1,0	14,5	8,8	6,8	6,8	38,1	29,5	28,9	28,3
Prodotti delle altre industrie manifatturiere	2,7	2,7	3,3	3,4	6,0	3,9	3,4	3,3	23,1	14,4	13,9	13,5
<i>Gioielleria, bigiotteria e pietre preziose lavorate</i>	0,9	0,9	1,2	1,3	9,3	4,5	3,9	3,7	36,2	30,3	30,2	29,4
Altri prodotti	4,2	3,8	3,1	3,2	2,1	1,7	1,7	1,7	4,0	4,5	4,6	4,6
Totale merci⁽¹⁾	100,0	100,0	100,0	100,0	3,8	3,2	3,0	3,1	12,5	11,1	11,1	11,1

⁽¹⁾ La quota non coincide con quella della tavola 1 dell'approfondimento, *Le quote di mercato delle esportazioni italiane: un'analisi constant-market-shares*, né con il grafico 2.8, perché qui la quota è calcolata sulle esportazioni di un aggregato di 74 paesi.

Fonte: elaborazioni ICE su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

Grafico 4.1 - Manufatti: quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni mondiali
 Variazioni assolute delle quote percentuali a prezzi correnti



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2016) del paese sulle esportazioni del mondo nel settore.

*Per la Cina, la variazione assoluta della quota di mercato è stata pari a 8,5 fra il 2000 e il 2010 e a 3,1 fra il 2010 e il 2016.

Fonte: elaborazioni Ice su dati degli istituti nazionali di statistica

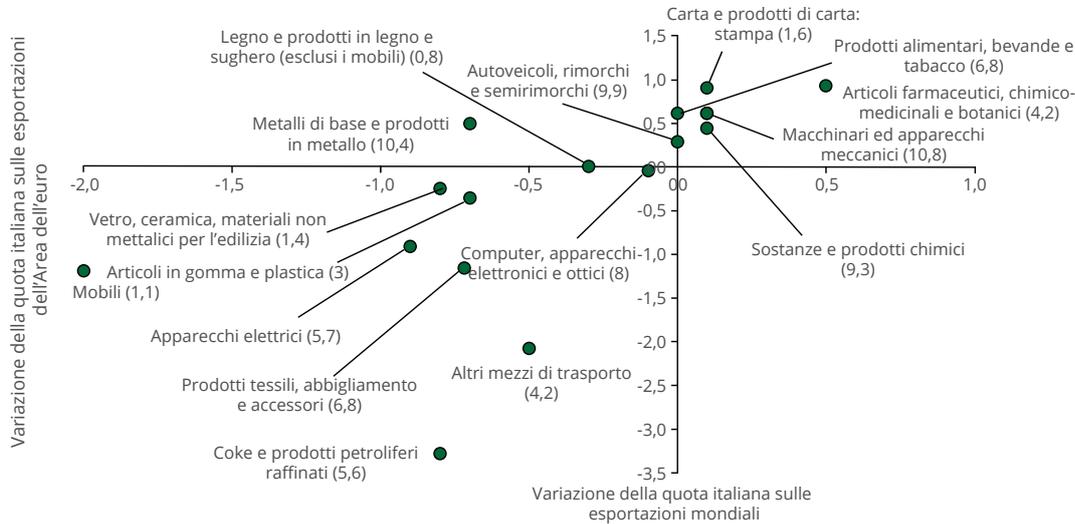
Considerando le quote sulle esportazioni mondiali di manufatti in una prospettiva temporale più lunga (grafico 4.1), si rileva come l'industria italiana abbia perso terreno non soltanto negli anni duemila, ma anche nel periodo 2010-16, seguendo una tendenza comune a diversi paesi europei (tranne la Svizzera). Le esportazioni cinesi sono quelle che hanno tratto maggior vantaggio dalla ricomposizione delle quote di mercato negli ultimi sei anni, confermando un trend iniziato già nel decennio precedente e che ha visto il paese asiatico guadagnare a scapito di un folto gruppo di concorrenti, tra cui Giappone e Stati Uniti. Tra gli altri paesi il Messico ha evidenziato negli ultimi anni una dinamica positiva della sua quota di mercato.

Considerando il periodo 2010-16 (grafico 4.2), i principali settori possono essere suddivisi in tre gruppi: casi di indubbio *successo competitivo globale*, in cui le quote dell'Italia sono aumentate, o almeno rimaste invariate, sia rispetto alle esportazioni mondiali che a quelle dell'Area dell'euro (alimentari, autoveicoli, chimica, farmaceutica, filiera della carta-stampa, meccanica); casi di *successo rispetto all'Eurozona*, in cui le quote italiane sulle esportazioni mondiali sono diminuite, ma sono aumentate o almeno rimaste invariate quelle rispetto ai concorrenti dell'Eurozona (prodotti in legno, metallurgia, prodotti dell'Ict); casi di *insuccesso competitivo*, in cui le quote italiane sono diminuite in entrambe le dimensioni di confronto (prodotti del sistema-moda, del sistema-casa, derivati del petrolio, prodotti in gomma e plastica, in metallo, apparecchi elettrici, mezzi di trasporto diversi dagli autoveicoli).

Tra le esportazioni di prodotti manifatturieri dei paesi dell'Area dell'euro (grafico 4.3), circa un terzo proviene dalla Germania, una quota cresciuta notevolmente rispetto al suo livello nel 2000. Negli ultimi sei anni si sono avvantaggiati anche gli esportatori di Spagna, Irlanda, Paesi Bassi e Portogallo, insieme a quelli di un gruppo di nuovi paesi aderenti all'Eurozona, che include Slovacchia, Lituania e Slovenia. Gli esportatori italiani sono invece tra quelli che hanno subito i maggiori cedimenti di quota, secondi solo a quelli francesi e belgi.

Grafico 4.2 - Quote dell'Italia sulle esportazioni del mondo e dell'Area dell'euro per i settori manifatturieri

Variazioni assolute delle quote percentuali a prezzi correnti tra il 2010 e il 2016

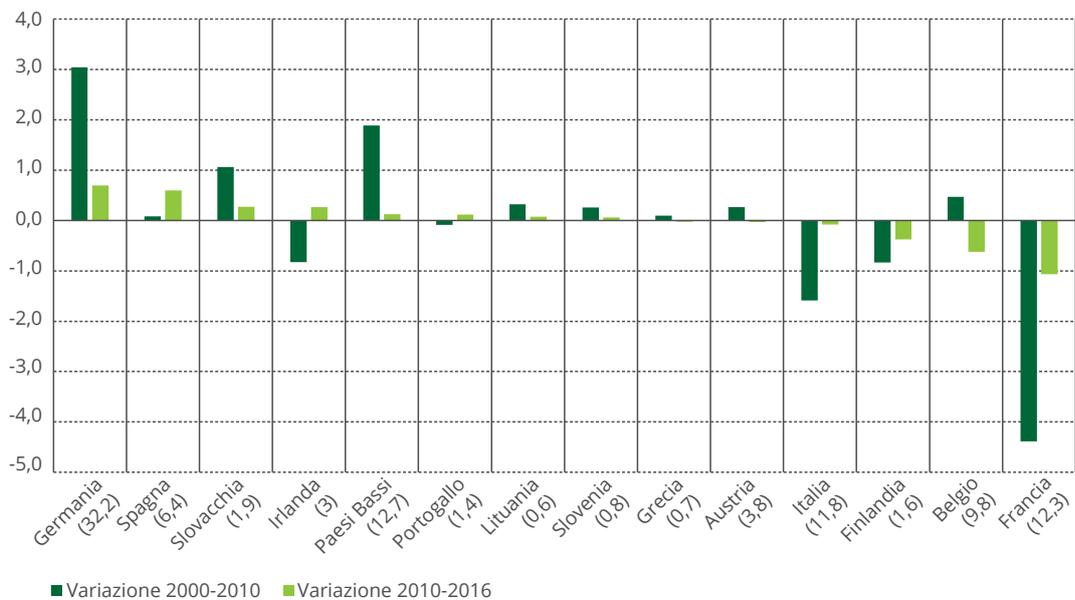


Il valore a margine dell'etichetta indica il peso percentuale medio del settore sulle esportazioni mondiali (2010-2016).

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

Grafico 4.3 - Manufatti: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali



I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro nel periodo 2010-2016.

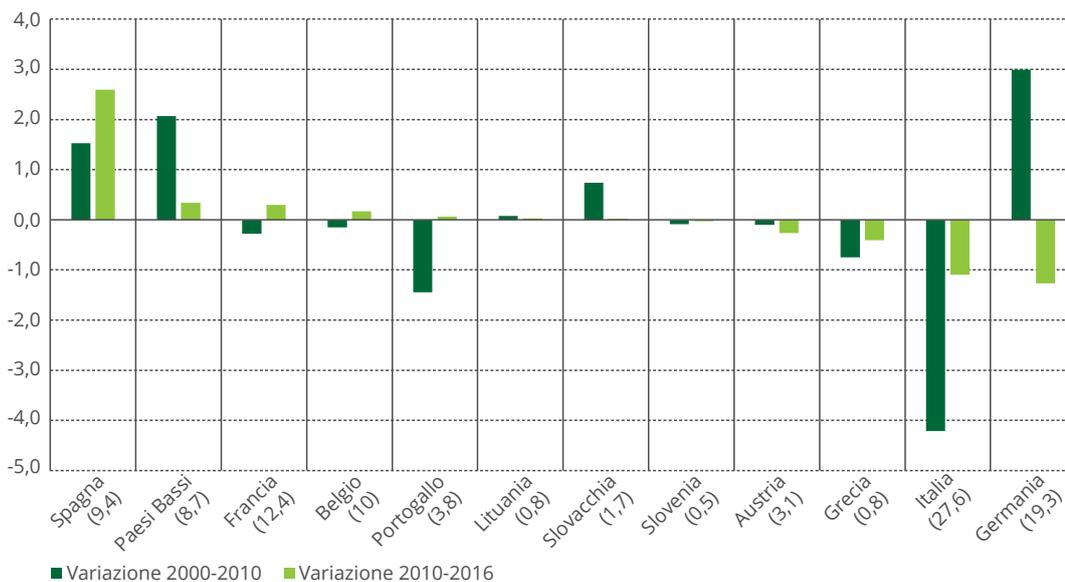
⁽¹⁾Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

La dinamica negativa delle quote è particolarmente pronunciata nel comparto moda (grafico 4.4), caratterizzato da un lungo processo di erosione che, nei primi dieci anni del secolo, ha visto le esportazioni italiane passare dal 31,8 per cento al 27,6 per cento delle esportazioni dell'Area dell'euro. Negli ultimi anni la discesa è proseguita, portando la quota al 26,5 per cento, a tutto vantaggio degli esportatori spagnoli. Guardando agli altri concorrenti, emerge come negli ultimi sei anni la Germania abbia perso parte del vantaggio competitivo acquisito negli anni duemila.

Grafico 4.4 - Comparto moda: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali a prezzi correnti



I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

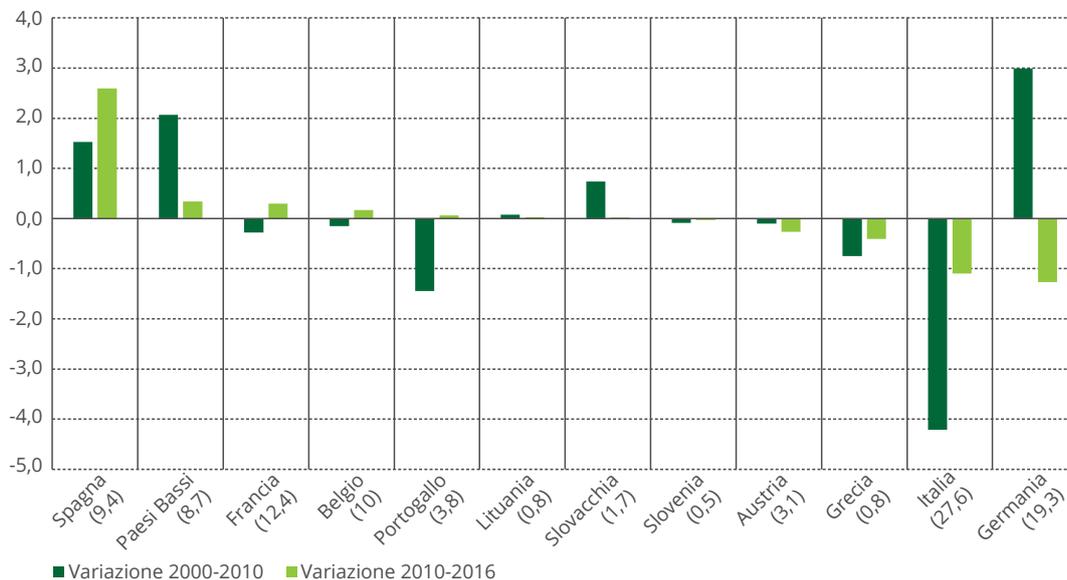
⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Le esportazioni italiane hanno diminuito la loro quota anche nel comparto casa. Nei mobili (grafico 4.5) il fenomeno può essere ascrivuto soprattutto al venir meno di parte della base produttiva nazionale durante le fasi recessive del recente passato. Gli esportatori italiani sembrano oggi sempre più orientati su prodotti di fascia più alta, come testimoniato dai valori medi unitari più elevati, pur contenendo la dinamica dei prezzi (cfr. tavola 4.2). Soprattutto sui segmenti di fascia alta è risultata sostenuta la concorrenza degli esportatori tedeschi, la cui quota di mercato è cresciuta nel tempo. Hanno guadagnato posizioni anche i paesi di nuova adesione all'euro, sfruttando il loro inserimento all'interno di reti produttive internazionali dell'arredo. Nella divisione del vetro, ceramica e materiali metalliferi per l'edilizia (grafico 4.6) le imprese italiane hanno mantenuto negli ultimi anni un buon piazzamento complessivo rispetto agli altri paesi dell'Area dell'euro, ma la tendenza degli anni duemila è stata negativa, soprattutto a vantaggio della Germania. Successivamente si sono avvantaggiati maggiormente produttori spagnoli, dei Paesi Bassi e dei paesi Baltici.

Grafico 4.5 - Mobili: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali



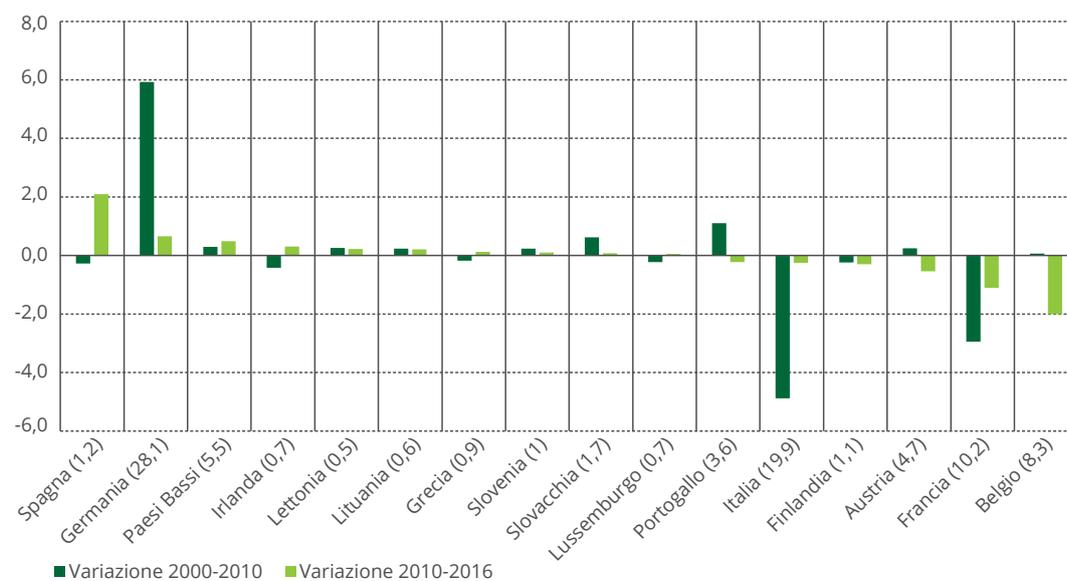
I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Grafico 4.6 - Vetro, ceramica, materiali non metalliferi per l'edilizia: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali



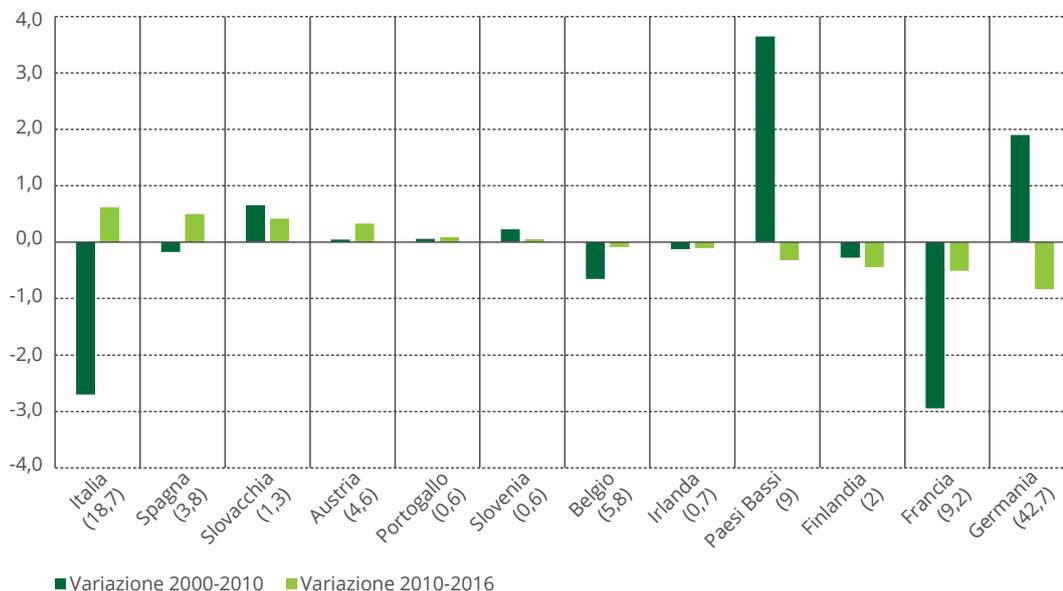
I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Grafico 4.7 - Meccanica: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area

Variazioni assolute delle quote percentuali



I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Nella meccanica (grafico 4.7) le quote italiane sono risultate in crescita nel periodo 2010-2016, dopo una caduta nel periodo 2000-2010. La dinamica è opposta a quella dei concorrenti tedeschi, che si collocano al primo posto in termini di quota settoriale, davanti proprio ai produttori italiani. Noto, sempre nel periodo 2000-2010, l'espansione di quota delle esportazioni dei Paesi Bassi (spesso un punto d'approdo delle produzioni asiatiche in Europa), mentre hanno perso quota in entrambi i periodi gli esportatori francesi.

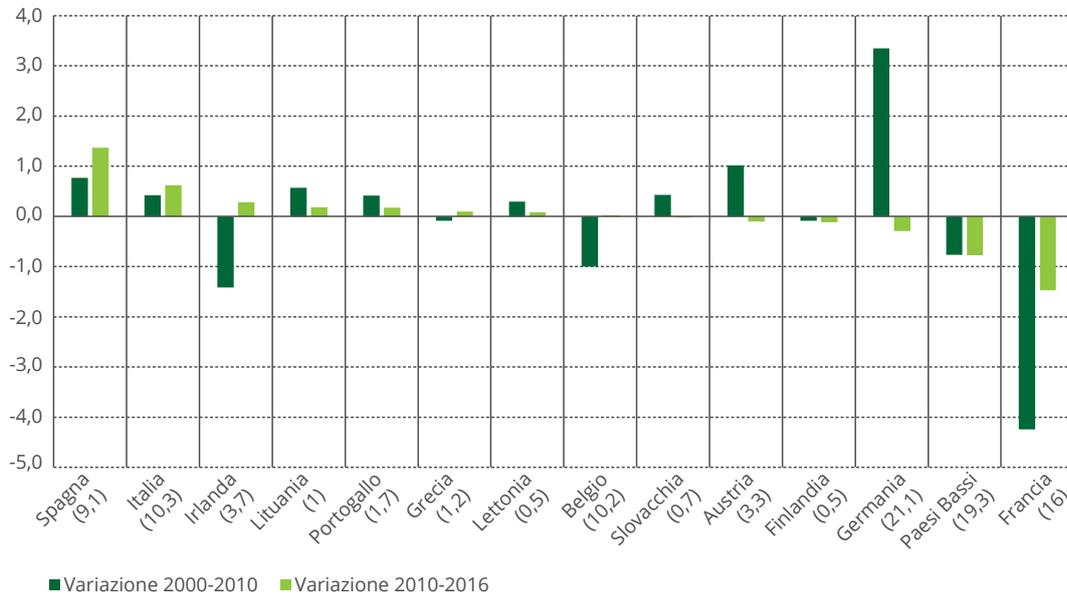
Nei prodotti alimentari, bevande e tabacco (grafico 4.8) la quota dell'Italia rispetto ai paesi dell'Area dell'euro si è ampliata per tutto l'arco temporale considerato, con un incremento superato soltanto da quella spagnola. Buoni anche i risultati dei produttori tedeschi, che si collocano al primo posto in termini di quota. Hanno invece perso terreno sia i Paesi Bassi, che la Francia, particolarmente nel periodo 2000-2010.

Nel settore metallurgico (grafico 4.9) la quota italiana, che era già salita nel 2000-2010, ha fatto registrare un ulteriore miglioramento nel periodo 2010-2016, il secondo per entità dopo quello dei Paesi Bassi. Grazie a questi successi competitivi, l'Italia si colloca oggi al secondo posto nella graduatoria degli esportatori dell'Area dell'euro, alle spalle solo della Germania. Tra i principali produttori europei, la Francia ha invece sperimentato una riduzione della propria quota di mercato sia nel periodo 2000-2010, sia in quello successivo.

Dopo le perdite degli anni duemila, la quota italiana sulle esportazioni di autoveicoli (grafico 4.10) dell'Eurozona è leggermente aumentata negli ultimi sei anni, sia pure meno di quelle di Slovacchia, Paesi Bassi e Spagna. La perdita più forte è stata subita dalla Francia, che già negli anni duemila aveva fatto registrare una netta flessione, a beneficio soprattutto della Germania, giunta ormai a realizzare la metà delle esportazioni dell'area.

Grafico 4.8 - Alimentari, bevande e tabacco: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali



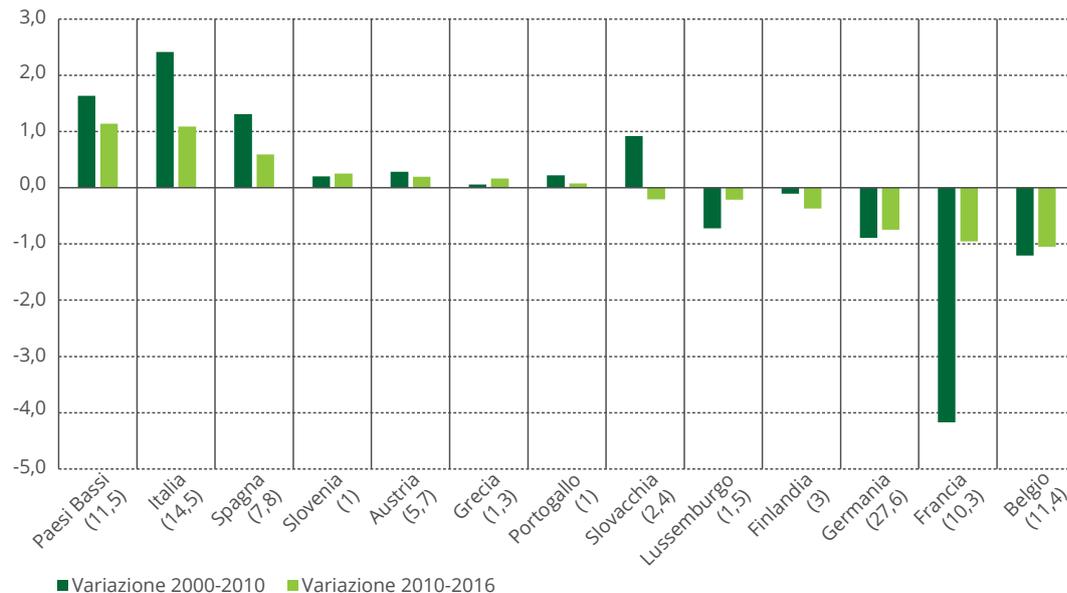
I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Grafico 4.9 - Metallurgia: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali



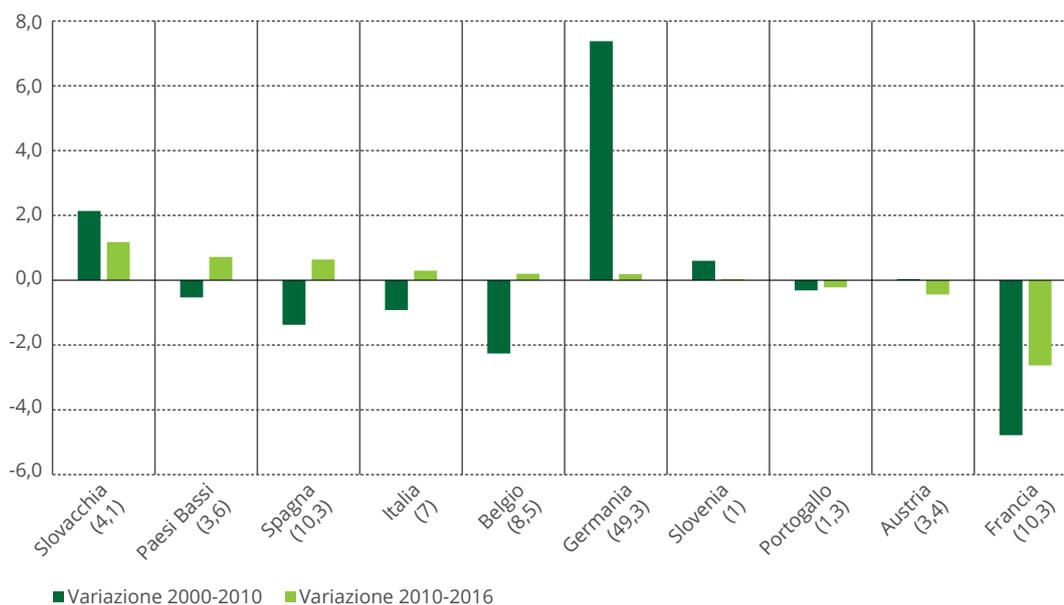
I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Grafico 4.10 - Autoveicoli: variazioni delle quote dell'Italia e dei principali concorrenti⁽¹⁾ sulle esportazioni dell'Area dell'euro

Variazioni assolute delle quote percentuali



I valori tra parentesi sono le quote medie del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro del settore nel periodo 2010-2016.

⁽¹⁾ Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è pari almeno allo 0,5 per cento.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

La farmaceutica italiana negli scambi internazionali

di Raffaele Di Pietro*

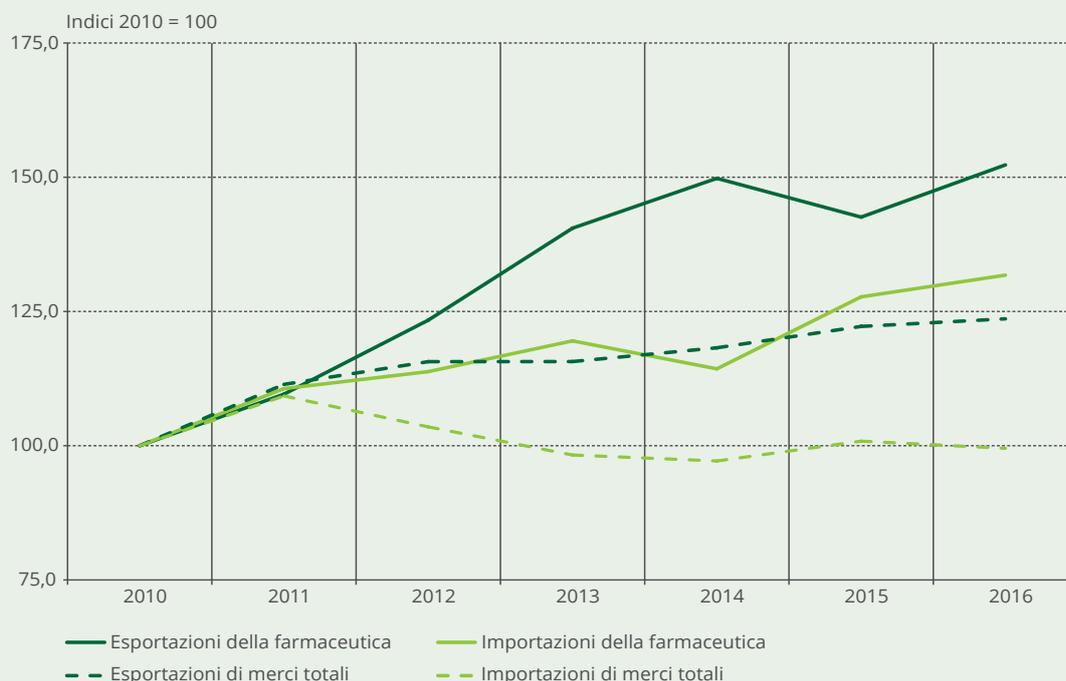
La farmaceutica italiana si conferma uno dei settori più dinamici nel commercio estero. Forte di un'alta qualità delle risorse umane e di un indotto altamente efficiente e capace di creare sinergie di crescita, soprattutto nella meccanica e nel *packaging*, l'Italia si presenta come un *hub* del settore in Europa, con un interscambio in crescita negli ultimi anni. Il 2016 si è chiuso con un aumento delle esportazioni del 6,8 per cento, ben al di sopra dell'1,2 per cento registrato dal totale nazionale, mentre sul piano delle importazioni, contro una media nazionale in contrazione dell'1,3 per cento, la farmaceutica è cresciuta del 3,2 per cento.

L'evoluzione del nostro paese come nodo degli scambi internazionali della farmaceutica, nonostante la contrazione del mercato interno, va a consolidarne la specializzazione nel settore: in base ai dati di Farminindustria¹, l'Italia rappresenta il 19 per cento del mercato dei principali paesi europei, ma il suo peso sale al 26 per cento per la produzione dei farmaci.

* Ice.

¹ Per maggiori informazioni, si veda il rapporto di Farminindustria *Indicatori Farmaceutici*, consultabile al link https://www.farminindustria.it/index.php?option=com_jdownloads&Itemid=0&view=finish&cid=98424&catid=42.

Grafico 1 - La dinamica del commercio estero della farmaceutica italiana



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Nel commercio estero va evidenziata la notevole predominanza di un singolo codice, 3004 - *Medicamenti presentati sotto forma di dosi o condizionati per la vendita al minuto*.² I prodotti identificati con questo codice, che non necessitano di trasformazione fisica, rappresentano la quota più rilevante sul totale delle importazioni e delle esportazioni italiane di prodotti farmaceutici (al 2016 rispettivamente 57 e 71 per cento). Si tratta dunque di farmaci prodotti all'estero, che vengono confezionati in Italia prima di essere riesportati, il che manifesta il ruolo chiave del *packaging* fra i comparti di qualità dell'indotto della farmaceutica.

La *performance* positiva del settore non si è tuttavia manifestata nel 2016 anche nell'andamento delle quote italiane rispetto ai principali concorrenti: l'Italia è rimasta l'ottavo importatore mondiale, con una quota ferma al 4,2 per cento; fra gli esportatori, l'Italia ha mantenuto il nono posto, ma ha fatto registrare una perdita di quota di 0,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente, attestandosi al 4,1 per cento. I concorrenti principali, a conferma del ruolo dell'Italia come *hub* farmaceutico, sono allo stesso tempo i suoi partner commerciali più importanti. In Europa, il Belgio, la Svizzera, la Germania e la Francia hanno consolidato il proprio ruolo di principali fornitori dell'Italia, coprendo complessivamente oltre il 50 per cento del totale, mentre la quota dell'Irlanda si è sensibilmente ridimensionata dopo la forte crescita segnata nel 2015. Anche sul versante delle esportazioni si evidenzia un'elevata concentrazione dei flussi: Belgio, Germania, e Svizzera si sono confermati come i principali mercati di sbocco e hanno accresciuto il loro peso percentuale (l'unica eccezione è il Belgio, che è comunque rimasto il primo acquirente mondiale di prodotti farmaceutici italiani). Al di fuori dell'Europa, è proseguita la rapida crescita dell'interscambio con gli Stati Uniti, divenuti nel 2016 il secondo partner commerciale dell'Italia.

² La definizione completa del codice è *Medicamenti (escl. i prodotti delle voci 3002, 3005 e 3006) costituiti da prodotti anche miscelati, preparati per scopi terapeutici o profilattici, presentati sotto forma di dosi o condizionati per la vendita al minuto*.

Tavola 1 - Interscambio con l'estero della farmaceutica italiana ⁽¹⁾

Valori in milioni di euro

Principali partner	Importazioni			Esportazioni		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Europa	16.791	18.051	19.039	16.749	15.312	15.966
Ue	13.232	14.685	14.582	14.106	12.961	13.465
<i>Belgio</i>	2.987	3.808	3.994	5.242	5.050	4.757
<i>Germania</i>	2.346	2.397	2.399	2.633	2.283	2.601
<i>Francia</i>	1.948	1.955	2.116	1.370	1.191	1.390
Non UE	3.558	3.366	3.457	2.643	2.351	2.502
<i>Svizzera</i>	3.488	3.301	3.376	2.095	1.842	1.976
Altri paesi	3.037	4.101	4.825	4.184	4.610	5.316
<i>Stati Uniti</i>	2.331	3.302	3.933	1.067	1.521	1.942
Mondo	19.827	22.153	22.863	20.933	19.923	21.282

⁽¹⁾ Divisione Ateco 2007: CF - *Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici.*

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Il settore presenta inoltre un forte orientamento verso i mercati esteri: la quota di fatturato esportata è balzata dal 57 per cento del 2012 al 76,3 per cento registrato nel 2014: la proiezione internazionale della produzione farmaceutica italiana si è rafforzata grazie anche all'elevato peso delle grandi imprese, pari all'87,1 per cento del totale del settore rilevato nello stesso anno.³ Nei prossimi anni è ragionevole attendersi un ulteriore aumento della propensione all'esportazione del settore, a causa delle politiche fiscali restrittive dovute all'ingente debito pubblico e della conseguente minor spesa per farmaci del Sistema sanitario nazionale.⁴

Gli stessi paesi concorrenti sono anche i principali investitori nella farmaceutica italiana, con partecipazioni attive al 2015 in 77 imprese nazionali su un totale di 118 imprese a partecipazione estera, orientate soprattutto verso aziende con posizioni dominanti per investimenti e interscambio commerciale. Il settore si caratterizza per la rilevante presenza di imprese a capitale estero, pari al 60 per cento del totale nel 2014⁵, che pesano in misura considerevole sui flussi commerciali: il 77,5 per cento per le esportazioni e l'87,4 per le importazioni nel 2013. Nello stesso anno gli scambi intra-gruppo sono stati maggiori per le importazioni (54,6 per cento del totale) che per le esportazioni (39,1 per cento); ciò suggerisce l'ipotesi che le affiliate estere presenti in Italia importino soprattutto semilavorati, laddove le esportazioni riguarderebbero in maggior misura prodotti finiti.

L'attrattività del settore è testimoniata anche dalla crescita degli investimenti in ricerca e sviluppo (R&S): con 1,4 miliardi di euro stanziati nel 2015, il settore è stato il terzo per spesa totale, ma il primo in rapporto al numero degli addetti (6.100 unità). A questi si aggiunge il comparto altamente specializzato delle biotecnologie, perlopiù piccole e medie imprese di sola ricerca, di

³ Per maggiori dati, si veda Istat (2017), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi*, in particolare la scheda riassuntiva delle informazioni settoriali per *Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici*.

⁴ Le conseguenze delle politiche di bilancio sulla domanda interna di farmaci sono analizzate da Sace s.p.a. nell'*Update espresso* del 16 giugno 2017, consultabile al link <https://www.youtube.com/watch?list=PL9G2HQitcCUACq4ZbbQtFZQZw3DBsXON-&v=x5yAluG3rbM>

⁵ Si tratta di una stima di Farindustria, che tiene conto di fatturato, addetti, investimenti in produzione e R&S, vendite estere, imposte pagate.

cui circa l'86 per cento attivo nella farmaceutica, portando gli investimenti in R&S a 1,5 miliardi di euro, il 7 per cento della ricerca svolta in Italia. Non va poi tralasciata la tendenza delle aziende, osservata da un'indagine Farmindustria-Fondazione Symbola, ad abbracciare strategie tipiche dell'Industria 4.0, soprattutto relative alla digitalizzazione dei processi aziendali, al loro uso in terapia (*big data, e-health*) e alla comunicazione.

La crescita sostenuta dell'interscambio con l'estero ha inoltre supportato il rapido sviluppo del comparto della produzione in conto terzi (o *Contract development and manufacturing organization, Cdma*), nato all'inizio degli anni novanta⁶ e rappresentante circa il 7 per cento del settore farmaceutico. Uno studio realizzato da Prometeia⁷ attesta il primato dei contoterzisti dell'industria farmaceutica italiana, con una produzione complessiva di 1,5 miliardi di euro nel 2015 (circa il 29 per cento del valore complessivamente prodotto in Europa) e circa 8.000 addetti. Il successo del comparto, di per sé a elevato tasso di tecnologia, è rafforzato anche dalla realizzazione di strutture organizzative e produttive da Industria 4.0, come la gestione automatizzata della *supply chain* e il controllo remoto dei processi produttivi. Anche in questo caso, la spesa per investimenti in R&S è ingente e finalizzata all'ammodernamento dei sistemi esistenti.

La leadership raggiunta in Europa in un settore relativamente nuovo, fortemente competitivo e ad alto valore aggiunto conferma che è in corso un processo di specializzazione dell'Italia nella farmaceutica, soprattutto per quanto riguarda il commercio con l'estero. Sono numerose le eccellenze industriali, caratterizzate da capitale umano altamente qualificato, elevati investimenti nella ricerca e capacità di ricollocarsi in comparti ad alto valore aggiunto (come il Cdma). Il consolidamento di questa specializzazione e della posizione di leader in Europa richiede il continuo rafforzamento della capacità competitiva, per il quale è necessario anche un sostegno pubblico, con procedure più snelle che consentano di rispondere in modo tempestivo e flessibile alle richieste del mercato.

⁶ D. lgs. 29 maggio 1991, n. 178.

⁷ *Il Cdma farmaceutico: un'eccellenza dell'industria in Italia*, presentato a Milano il 12 febbraio 2016.

4.2 Gli scambi di servizi

Nel 2016 all'espansione del surplus relativo all'interscambio di merci si è accompagnato per il terzo anno consecutivo un disavanzo nei servizi, passato da -2,8 miliardi a -3,2 miliardi di euro (tavola 4.4). Negli ultimi esercizi, il saldo negativo si è progressivamente allargato, trascinato in territorio negativo principalmente dalle forniture dall'estero, in continua crescita, dei servizi finanziari e dei servizi assicurativi e pensionistici. Un contributo negativo è stato apportato anche dagli altri servizi per le imprese, al cui interno presentano un saldo positivo soltanto i *servizi di ricerca e sviluppo*, i *servizi di architettura* e i *servizi di ingegneria*, questi ultimi con importi in diminuzione. Gli operatori economici si rivolgono sempre più all'estero per i *servizi scientifici e gli altri servizi tecnici* (test di prodotti e certificazione), per i *servizi connessi al commercio*, dove vengono registrati i margini d'intermediazione e gli oneri relativi ai contratti di agenzia e per i *servizi di leasing operativo*. Benché siano strutturali, sono rimasti stabili i disavanzi dei compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale e dei trasporti.

Tradizionalmente, la maggiore entrata dell'Italia è costituita dai viaggi, dove vengono registrate le spese dei turisti, con un avanzo di 13,8 miliardi di euro, in crescita sull'anno precedente.

Tavola 4.4 - Scambi con l'estero di servizi per settori

Valori in milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2016	Var. % 2016	Tcma ⁽¹⁾ 2013-16	2016	Var. % 2016	Tcma ⁽¹⁾ 2013-16	2015	2016
Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi	2.299	-11,7	-4,6	2.115	-2,6	0,8	431	184
Servizi di manutenzione e riparazione	958	71,2	34,2	433	-4,7	35,3	105	525
Trasporti	12.317	-3,7	2,6	20.622	-2,7	1,6	-8.406	-8.306
Viaggi	36.359	2,3	3,2	22.547	2,4	2,4	13.544	13.812
Costruzioni	416	-16,1	-9,3	74	-44,5	-33,9	363	342
Servizi assicurativi e pensionistici	1.810	-0,5	-1,7	3.397	39,8	0,2	-611	-1.587
Servizi finanziari	4.199	9,5	2,7	7.630	2,2	10,6	-3.635	-3.431
Compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale	2.963	8,0	-1,9	4.141	6,3	-1,2	-1.153	-1.179
Servizi informatici, di informazione e di telecomunicazione	8.405	7,2	8,3	8.198	0,9	4,2	-288	206
Altri servizi per imprese	20.406	4,8	-1,1	22.963	6,0	3,2	-2.193	-2.558
Servizi personali, culturali e ricreativi	164	5,3	5,4	356	-15,0	-1,9	-263	-192
Beni e servizi per le pubbliche amministrazioni	763	2,8	-10,6	1.770	27,7	-0,7	-644	-1.006
Totale	91.058	2,8	1,9	94.246	3,2	2,7	-2.750	-3.188

⁽¹⁾Tasso di crescita medio annuo a partire dal 2012.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

La quota italiana sulle esportazioni mondiali di servizi (tavola 4.5) è stata pari al 2,1 per cento, lievemente superiore (+0,1 per cento) al dato del 2016. L'Italia occupa il tredicesimo² posto nel mondo tra gli esportatori di servizi, riprendendo due posizioni rispetto all'anno precedente. Un lieve recupero è stato registrato anche verso i paesi dell'Unione Europea, anche se la tendenza di lungo periodo è stata pesantemente negativa.³ A livello delle singole categorie di servizi, i recuperi maggiori sono stati registrati nei trasporti e soprattutto nei viaggi (+0,3 per cento di quota). La quota nei servizi più bassa di quella nelle merci rivela un modello di specializzazione più orientato verso l'industria manifatturiera.

Tavola 4.5 - Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni di servizi commerciali per settori⁽¹⁾

Percentuali

	Quote sulle esportazioni mondiali			Quote sulle esportazioni dell'Ue		
	2014	2015	2016 ⁽²⁾	2014	2015	2016 ⁽²⁾
Trasporti	1,6	1,6	1,6	3,8	3,9	4,0
Viaggi	3,7	3,3	3,4	10,7	10,6	10,9
Altri servizi commerciali	1,8	1,6	1,6	3,7	3,3	3,4
<i>Altri servizi alle imprese</i>	2,4	2,0	2,1	4,9	4,1	4,2
<i>Servizi pensionistici e assicurativi</i>	1,8	1,8	1,7	3,1	3,4	3,3
Totale	2,2	2,0	2,1	5,1	4,8	4,9

⁽¹⁾Data la limitata disponibilità di dati in base ai nuovi standard BPM6, la tavola non riporta tutte le tipologie di servizi.⁽²⁾Stime.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

⁽²⁾ I dati sono reperibili sul sito del Fmi all'indirizzo: <http://data.imf.org/regular.aspx?key=61468206>⁽³⁾ Cfr. il riquadro pubblicato in fondo a questo capitolo.

Le quote di mercato delle esportazioni italiane nei servizi: la dinamica nell'Area dell'euro

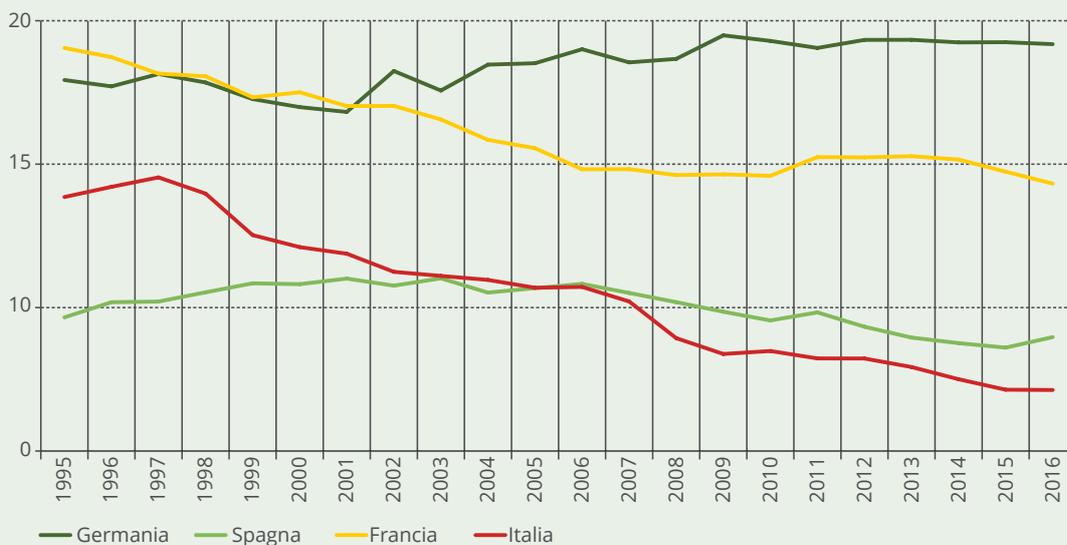
di Pjero Stanojevic*

Le esportazioni di servizi, in un processo di globalizzazione sempre più frammentato e in cui le catene globali del valore sembrano aver perso la loro forza espansiva, rappresentano un importante fattore competitivo anche a sostegno delle esportazioni di merci. Questo riquadro si focalizza sulla posizione dell'Italia nelle esportazioni di servizi con l'obiettivo di stimolare una prima riflessione sulla necessità di completare il contenuto dell'offerta dei nostri prodotti non solo in senso fisico, di qualità delle merci, ma anche in senso ampio, di scambi di pacchetti "a valore" dove il confine tra beni e servizi è sempre più labile.

Alcune tipologie di servizi, infatti, sono correlate con la produzione e con il commercio di manufatti, concorrendo sia all'arricchimento dei loro contenuti che alla trasformazione dei processi produttivi. Negli ultimi venti anni le quote italiane nelle esportazioni di servizi si caratterizzano per un andamento prevalentemente decrescente (grafico 1). Anche le esportazioni di servizi francesi hanno uno sviluppo simile, mentre quelle tedesche guadagnano posizioni.

Grafico 1 - Quote di mercato delle esportazioni di servizi

Percentuali sulle esportazioni dell'Area dell'euro a prezzi correnti



Fonte: Eurostat

Per comprendere meglio le dinamiche nella struttura e nella distribuzione delle esportazioni di servizi tra i principali paesi dell'Area dell'euro, si può fare ricorso ai dati pubblicati recentemente dal Fondo monetario internazionale (Fmi)¹, selezionando un gruppo di paesi per i

* Ice.

¹ Loungani P., Mishra S., Papageorgiou S. e Wang K. (2017). Gli estensori di questo nuovo dataset hanno applicato i principi contabili della sesta edizione di Fmi, *Balance of Payments and International Investment Position Manual* (Bpm6) alle serie storiche sui servizi del Fondo monetario internazionale (Balance-of-Payments Statistics, Bops) ottenendo dati per 66 categorie e 192 paesi, con processi di stima e/o somma dove ciò è stato possibile. Ne risulta il dataset più ampio e temporalmente profondo in materia. Tuttavia i dati più recenti si riferiscono al 2014.

quali ci siano informazioni disaggregate per un periodo sufficientemente lungo.²

I dati più remoti si riferiscono al 2008 (tavola 1). Nel gruppo, l'Italia si colloca al quarto posto, dietro a Germania, Francia e Paesi Bassi, con una quota complessiva del 10,3 per cento, una specializzazione preminente in *viaggi* (42,1 per cento del proprio export) e *altri servizi per le imprese* (24,1 per cento), settore in cui la Germania ha la quota più elevata (25,3 per cento del totale). La tavola 2 descrive il mutamento strutturale verificatosi a sei anni di distanza. Nell'ultima riga della tavola si dà evidenza dei movimenti di quota tra i paesi del gruppo, mentre nell'ultima colonna sono riportati i movimenti tra i settori. Ogni elemento interno alla matrice descrive il contributo di ciascun settore o paese ai totali di riga o di colonna.

Tavola 1 - Esportazioni di servizi (2008)

Percentuali

Settori	Quote														
	AT	BE	FR	DE	EL	IE	IT	LV	LU	MT	NL	PT	SK	SI	Totale
Compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale	0,1	0,1	1,5	0,7	0,0	0,1	0,4	0,0	0,0	0,1	2,7	0,0	0,0	0,0	5,7
Servizi finanziari	0,4	0,6	0,6	2,4	0,0	0,9	0,3	0,1	4,0	0,4	0,6	0,1	0,0	0,0	10,5
Servizi assicurativi e pensionistici	0,1	0,2	0,3	0,7	0,0	1,1	0,3	0,0	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	3,3
Altri servizi per le imprese	1,1	2,3	5,5	6,1	0,2	1,7	2,5	0,1	0,6	0,2	3,3	0,3	0,1	0,1	24,2
Servizi informatici, di informazione e telecomunicazione	0,4	0,6	1,5	1,8	0,1	3,4	0,8	0,0	0,4	0,0	1,2	0,1	0,0	0,0	10,4
Trasporti	1,5	2,8	4,6	5,7	2,7	0,4	1,7	0,2	0,4	0,0	2,5	0,6	0,3	0,2	23,7
Viaggi	2,0	1,1	5,4	3,8	1,6	0,6	4,3	0,1	0,4	0,1	1,2	1,0	0,3	0,3	22,3
Quota del paese sul totale	5,6	7,8	19,4	21,3	4,7	8,3	10,3	0,5	6,2	0,8	11,6	2,2	0,8	0,6	100,0

Tavola 2 - Esportazioni di servizi: variazioni di quota (2008-14)

Percentuali

Settori	Quote														
	AT	BE	FR	DE	EL	IE	IT	LV	LU	MT	NL	PT	SK	SI	Variazioni settoriali
Compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale	0,0	0,1	-0,3	0,4	0,0	0,4	-0,1	0,0	0,1	-0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,7
Servizi finanziari	-0,1	0,0	0,6	-0,5	0,0	0,0	0,1	0,0	0,4	-0,1	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,1
Servizi assicurativi e pensionistici	-0,1	0,0	0,3	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Altri servizi per le imprese	0,1	1,4	1,4	0,2	-0,1	0,3	-0,4	0,0	0,5	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	3,5
Servizi informatici, di informazione e telecomunicazione	0,1	0,3	0,0	0,5	0,0	1,7	0,0	0,0	0,1	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	2,7
Trasporti	-0,2	-0,7	-0,4	-1,2	-1,3	0,1	-0,5	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-4,3
Viaggi	-0,4	0,0	-0,8	-0,3	-0,2	-0,2	-0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	-2,6
Variazioni di quota del paese sul totale	-0,5	1,0	0,8	-0,8	-1,5	2,1	-1,7	-0,1	1,1	0,0	-0,3	0,1	-0,1	-0,1	0,0

Legenda: Austria (AT), Belgio (BE), Francia (FR), Germania (DE), Grecia (EL), Irlanda (IE), Italia (IT), Lettonia (LV), Lussemburgo (LU), Malta (MT), Paesi Bassi (NL), Portogallo (PT), Slovacchia (SK) e Slovenia (SI).

Fonte: Fmi

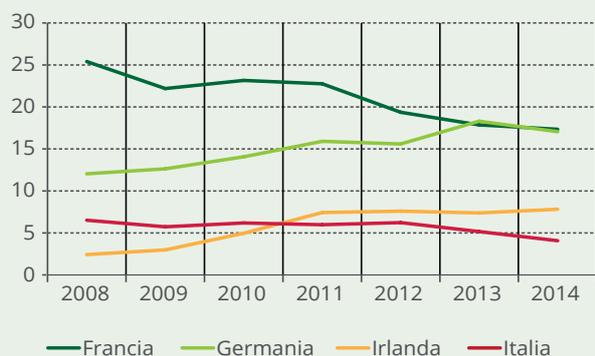
² Considerando il primo livello di disaggregazione, la banca dati offre informazioni per 14 paesi dell'Area dell'euro e 7 settori che insieme coprono l'80 per cento del totale dei servizi. Restano esclusi: servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi, servizi di manutenzione e riparazione, costruzioni, beni e servizi per le pubbliche amministrazioni.

Gli esportatori italiani subiscono la diminuzione di quota più pronunciata (-1,7 per cento), scendendo di una posizione. Il forte posizionamento sui *viaggi* sicuramente non giova. Il settore perde quota relativa a livello totale (cfr. l'ultima colonna della tavola 2) a vantaggio degli *altri servizi per le imprese* e dei *servizi informatici, di informazione e telecomunicazione*, ma in questi due comparti le variazioni di quota delle esportazioni italiane sono pure negative. Questo *zero-sum game* vede vincitori l'Irlanda, +2,1 per cento soprattutto nei *servizi informatici* (decisiva la presenza di grandi gruppi statunitensi attirati dal trattamento fiscale favorevole, che hanno stabilito qui i loro quartier generali per coprire non solo il mercato dell'Ue, ma anche le regioni vicine), il Lussemburgo (+1,1 per cento), dove sempre per motivi fiscali sono domiciliate molte *holdings* e società di intermediazione mobiliare, e il Belgio (+1 per cento), *hub* farmaceutico dove a crescere sono soprattutto gli *altri servizi per le imprese* (+1,4 per cento, al pari della Francia).

L'offerta di servizi per le imprese costituisce un input strategico per renderle competitive a livello globale. Lo sviluppo delle catene globali del valore ha sicuramente contribuito alla crescita della domanda di servizi esportati, sia per i passaggi *intra-firm* conseguenti agli investimenti diretti esteri, che per l'allungamento delle linee di rifornimento, a tutti i livelli, coinvolgendo anche attività che non richiedono passaggi fisici per essere consumate.

Grafico 2 - Area euro: quote di mercato delle esportazioni di compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale

Percentuali a prezzi correnti



Fonte: elaborazioni Ices su dati Fmi

Grafico 3 - Area euro: quote di mercato delle esportazioni di altri servizi per le imprese

Percentuali a prezzi correnti



I *compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale* (grafico 2), comprendenti le remunerazioni per diritti di proprietà su brevetti, marchi registrati e commerciali, processi industriali e progetti, nonché diritti di riproduzione e/o distribuzione di opere originali (libri, manoscritti, *software*, registrazioni, ecc.), sono indice di crescita delle conoscenze, del vantaggio competitivo, dello sviluppo di *clusters* produttivi, e le loro esportazioni misurano la capacità del paese di tenere il passo con i concorrenti nei segmenti più alti, nei quali si generano nuove idee, nuove tecnologie, nuovi prodotti. Anche in questo ambito le esportazioni italiane subiscono una perdita di quota (dovuta a una variazione negativa nel periodo 2008-14 del 17 per cento), a fronte di una crescita sostenuta di Irlanda, dove sono domiciliate molte *software houses*, e Germania, la cui specializzazione nei prodotti ad alto contenuto tecnologico è alimentata e alimenta attività di ricerca e sviluppo che a loro volta generano brevetti, licenze e altri diritti.

Gli *altri servizi per le imprese* (grafico 3) sono un insieme ampio e composito, parimenti rilevante in termini strategici, e sono influenzati, in parte, dal grado di partecipazione degli operatori alle

catene globali del valore.³ Ne fanno parte i *servizi professionali e di consulenza manageriale* (servizi legali, di contabilità, consulenza manageriale, relazioni pubbliche, pubblicità, ricerche di mercato e sondaggi demoscopici), che costituivano nel 2008 circa un quarto del totale (tavola 3)⁴, i *servizi di ricerca e sviluppo* (per conto proprio e di terzi e vendita dei relativi diritti di proprietà), e i *servizi tecnici, connessi al commercio e gli altri servizi per le imprese*. Nel 2008 il settore più rilevante per importanza era proprio quest'ultimo (tre quinti circa del volume totale), con pesi variabili per i singoli paesi che andavano dal 46 per cento della Germania all'89 per cento dell'Irlanda. Per l'Italia questo comparto pesava oltre il 75 per cento del totale settoriale, essendo composto, fra gli altri, di servizi di ingegneria e di altri servizi connessi al commercio.

Tavola 3 - Esportazioni di altri servizi per le imprese - 2008
Percentuali

Settori	Quote													
	AT	EE	FR	DE	EL	IE	IT	LT	LU	MT	NL	PT	SI	Totali
Servizi professionali e di consulenza manageriale	23,5	37,9	34,3	34,7	26,0	6,8	14,7	50,6	42,2	14,7	13,7	31,3	40,6	26,3
Servizi di ricerca e sviluppo	21,7	3,1	14,3	19,2	5,0	3,9	9,9	4,4	5,3	0,2	6,0	1,9	10,7	12,7
Servizi tecnici, connessi al commercio e altri servizi alle imprese	54,8	59,0	51,4	46,1	69,0	89,3	75,5	44,9	52,5	85,2	80,3	66,8	48,7	61,0
Quota del paese sul totale	4,9	0,4	25,1	28,1	1,1	8,0	11,4	0,1	2,9	0,8	15,2	1,6	0,4	100,0

Fonte: Fmi

Tavola 4 - Esportazioni di altri servizi per le imprese: variazioni di quota (2008-14)
Percentuali

Settori	Quote													
	AT	EE	FR	DE	EL	IE	IT	LT	LU	MT	NL	PT	SI	Variazioni settoriali
Servizi professionali e di consulenza manageriale	0,2	0,0	-1,2	0,2	0,0	-0,3	-0,2	0,0	-0,2	0,0	-0,5	-0,1	-0,1	-2,2
Servizi di ricerca e sviluppo	-0,2	0,0	0,8	1,5	0,0	0,5	0,4	0,0	0,1	0,0	-0,2	0,0	0,0	2,9
Servizi tecnici, connessi al commercio e altri servizi alle imprese	0,1	0,0	4,1	-3,2	-0,3	0,3	-2,8	0,1	1,9	0,3	-1,3	0,4	0,0	-0,7
Variazioni di quota del paese sul totale	0,0	0,0	3,7	-1,6	-0,4	0,4	-2,6	0,1	1,8	0,3	-1,9	0,3	-0,1	0,0

Legenda: Austria (AT), Estonia (EE), Francia (FR), Germania (DE), Grecia (EL), Irlanda (IE), Italia (IT), Lituania (LT), Lussemburgo (LU), Malta (MT), Paesi Bassi (NL), Portogallo (PT) e Slovenia (SI).

Fonte: Fmi

³ Gli standard internazionali di rilevazione del Manual on Statistics of International Trade in Services (Msits) del 2010 raccomandano di specificare anche gli scambi tra società affiliate.

⁴ La banca dati (Loungani P. et al. (2017)) al livello di 2 digit non dispone dei dati di Belgio, Cipro, Lettonia, Repubblica Slovacca e Spagna. Pertanto i gruppi rilevati nelle tavole 2 e 3 non sono composti dagli stessi membri, tuttavia gli spostamenti relativi all'interno di ciascuno di essi sono indicativi degli sviluppi delle esportazioni italiane in questi settori in rapporto ai principali concorrenti per i quali esistono dati.

Nei sei anni successivi (tavola 4) le esportazioni italiane perdono quote in misura maggiore di qualsiasi altro concorrente e il settore più colpito è anche quello più importante per importanza relativa (servizi tecnici, connessi al commercio e altri servizi per le imprese), mentre crescono soprattutto le quote degli esportatori francesi e lussemburghesi. Tuttavia, a livello di aggregato, i *servizi di ricerca e sviluppo* sono cresciuti maggiormente in termini di importanza relativa, e le società italiane sono riuscite ad aumentare più velocemente le loro esportazioni rispetto ai loro concorrenti. È una constatazione della capacità di alcune imprese italiane di partecipare a fasi importanti dello sviluppo dei processi produttivi, con ricadute positive sull'occupazione e sulla specializzazione, tanto nei servizi quanto nelle merci.

Complessivamente, il quadro che emerge da questi dati denota però le difficoltà fronteggiate dagli operatori italiani nei servizi. Come emerge anche dal progressivo peggioramento dei saldi commerciali nei servizi destinati alle imprese in Italia (cfr. *altri servizi per le imprese* nella tavola 4.4), la domanda è in aumento, ma si ha una sostituzione con input di provenienza estera, che fanno pensare a problemi di competitività nei prezzi o nella qualità. È una tematica su cui è opportuno riflettere in vista di nuove sfide, quali Industria 4.0 o l'affacciarsi di nuovi concorrenti, come l'India, che puntano sui servizi come motore di sviluppo principale.

4.3 L'internazionalizzazione produttiva

Nel 2016 le imprese estere a partecipazione italiana hanno fatturato 517 miliardi di euro, impiegando 1.458 mila addetti (tavola 4.6). Le cifre sono in diminuzione rispetto all'anno precedente in conseguenza del perfezionamento di operazioni di fusione e di acquisizione dall'estero che hanno coinvolto società nazionali di controllo.

Considerando la distribuzione settoriale del fatturato realizzato dalle affiliate estere di imprese italiane nel manifatturiero, i settori principali sono gli autoveicoli, la meccanica, i derivati del petrolio e la metallurgia, ma un peso rilevante assume anche l'industria alimentare, il cui fatturato è cresciuto anche a seguito delle acquisizioni di Grand Marnier da parte di Campari e di Carte Noire da parte di Lavazza. Il commercio all'ingrosso, che fattura il 23,7 per cento del totale, si sostanzia prevalentemente nella commercializzazione all'estero dei prodotti dell'industria manifatturiera. Altro settore rilevante è quello dell'energia elettrica, gas e acqua (12,9 per cento), dove si registra la maggiore variazione relativa. Di segno opposto i servizi di telecomunicazione e informatica.

Con riferimento alle imprese italiane a partecipazione estera (tavola 4.7), se ne rileva l'aumento sia in termini di dipendenti, +3,4 per cento a quota 1.006 mila addetti, che di fatturato (+1,8 per cento), con 528 miliardi di euro di ricavi. Anche in questo caso la quota maggiore è rappresentata dalle industrie manifatturiere, con presenza prevalente nei settori della meccanica (6,1 per cento del fatturato totale nel 2016), della raffinazione del petrolio, della fabbricazione di prodotti chimici, dell'industria alimentare, della farmaceutica e della metallurgia. Rilevante anche la presenza estera nei servizi. Il commercio all'ingrosso origina il 28,1 per cento dei ricavi, seguito dai servizi di telecomunicazione e informatica, dagli altri servizi professionali e dai trasporti e logistica.

Le maggiori variazioni di fatturato si registrano nella fabbricazione di prodotti non metalliferi, a seguito dell'acquisizione delle quote di controllo di Italcementi da parte di Heidelberg Cement, nelle costruzioni, col passaggio di tratti autostradali sotto il controllo di Albertis, e nei servizi di telecomunicazione e informatica, dove ha pesato il *take over* di Sirti da parte del fondo d'investimento americano Kkr & Co.

Tavola 4.6 - Imprese estere a partecipazione italiana
Pesi percentuali

	Dipendenti				Fatturato			
	2005	2010	2015	2016 ⁽¹⁾	2005	2010	2015	2016 ⁽¹⁾
Industria estrattiva	0,2	2,8	2,9	2,9	0,1	6,9	4,7	4,7
Industria manifatturiera	60,4	61,6	63,6	64,3	45,6	42,6	46,4	46,7
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	4,2	3,9	4,6	4,8	4,6	2,9	3,4	3,5
Industrie tessili	0,6	2,1	1,9	1,9	0,3	0,6	0,6	0,6
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	0,4	3,6	3,5	3,5	0,2	0,8	0,7	0,7
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	0,5	1,7	1,8	1,8	0,3	0,3	0,3	0,3
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio	0,0	0,5	0,6	0,6	0,0	0,1	0,2	0,2
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati	2,6	1,8	1,7	1,7	2,0	1,6	1,5	1,5
Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0,7	0,8	0,8	0,8	3,9	3,2	3,7	3,8
Fabbricazione di prodotti chimici	5,2	2,1	2,1	2,1	5,6	2,0	1,8	1,9
Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	4,6	1,3	1,5	1,7	3,8	1,0	1,1	1,2
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	4,0	3,6	3,2	3,3	2,2	1,7	1,2	1,2
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2,4	3,8	4,2	3,7	1,3	2,4	2,1	1,4
Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	5,8	5,8	5,9	5,9	4,4	4,0	3,7	3,8
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	6,6	5,2	4,7	4,7	3,6	3,0	2,5	2,5
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	5,5	5,1	4,6	4,6	3,3	2,5	2,5	2,6
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.	9,4	7,0	7,3	7,5	5,6	4,4	4,2	4,3
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	5,4	9,5	10,6	10,8	2,8	9,9	14,8	15,1
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	1,8	1,6	1,9	2,0	1,4	1,6	2,3	2,4
Fabbricazione di mobili	0,2	0,9	0,9	0,9	0,1	0,2	0,2	0,2
Altre industrie manifatturiere	0,4	1,4	1,9	1,9	0,2	0,3	0,4	0,4
Energia elettrica, gas e acqua	1,4	3,6	2,9	3,0	6,6	14,8	12,7	12,9
Costruzioni	1,1	4,3	4,5	4,5	0,5	3,3	3,6	3,6
Commercio all'ingrosso	12,7	13,7	14,4	14,6	30,6	21,3	23,1	23,7
Logistica e trasporti	6,2	2,9	3,1	3,2	4,1	3,4	3,0	3,0
Servizi di telecomunicazione e di informatica	9,2	4,0	3,7	3,7	6,8	4,3	3,2	2,7
Altri servizi professionali	8,8	7,1	4,6	3,5	5,6	3,5	2,5	1,9
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100
Valore (unità e milioni di euro)	1.356.226	1.502.694	1.484.784	1.458.035	403.675	513.847	526.673	516.930
Variazioni percentuali ⁽²⁾	-	1,8	-0,4	-1,8	-	8,1	-0,9	-1,8

⁽¹⁾ Dati preliminari.

⁽²⁾ Riferite all'anno immediatamente precedente.

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Tavola 4.7 - Imprese italiane a partecipazione estera

Pesì percentuali

	Dipendenti				Fatturato			
	2005	2010	2015	2016 ⁽¹⁾	2005	2010	2015	2016 ⁽¹⁾
Industria estrattiva	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,3
Industria manifatturiera	60,4	52,9	52,7	52,2	45,6	39,1	43,6	43,4
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	4,2	3,7	3,6	3,5	4,6	3,7	3,9	3,9
Industrie tessili	0,6	0,4	0,4	0,5	0,3	0,2	0,2	0,3
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	0,4	0,6	0,9	0,9	0,2	0,3	0,5	0,5
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	0,5	0,5	0,7	0,7	0,3	0,3	0,5	0,5
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati	2,6	2,3	2,1	2,1	2,0	1,6	1,5	1,6
Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0,7	0,9	0,7	0,7	3,9	4,6	5,8	5,7
Fabbricazione di prodotti chimici	5,2	3,9	3,6	3,6	5,6	4,3	4,4	4,3
Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	4,6	4,0	3,7	3,6	3,8	3,7	3,6	3,6
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	4,0	3,2	3,4	3,4	2,2	1,7	2,5	2,5
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2,4	2,4	2,5	2,7	1,3	1,1	1,2	1,3
Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	5,8	4,9	4,5	4,5	4,4	3,8	3,4	3,4
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	6,6	5,9	5,4	5,3	3,6	2,7	2,6	2,5
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	5,5	4,9	4,6	4,5	3,3	3,0	3,0	2,9
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.	9,4	8,8	9,0	9,0	5,6	4,9	6,0	6,1
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	5,4	4,1	4,0	3,9	2,8	1,9	2,5	2,4
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	1,8	1,5	2,0	1,8	1,4	0,9	1,1	1,1
Fabbricazione di mobili	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Altre industrie manifatturiere	0,4	0,7	1,1	1,1	0,2	0,4	0,7	0,7
Energia elettrica, gas e acqua	1,4	1,8	1,1	1,0	6,6	10,7	6,1	6,0
Costruzioni	1,1	1,4	1,2	1,6	0,5	0,9	0,7	0,8
Commercio all'ingrosso	12,7	13,1	13,0	12,6	30,6	28,3	28,6	28,1
Logistica e trasporti	6,2	7,2	6,7	6,7	4,1	4,1	4,4	4,4
Servizi di telecomunicazione e di informatica	9,2	13,9	14,1	14,4	6,8	10,8	8,8	9,5
Altri servizi professionali	8,8	9,5	11,2	11,4	5,6	6,0	7,5	7,4
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100
Valore (unità e milioni di euro)	871.262	914.374	973.469	1.006.958	403.675	487.567	518.653	528.099
Variazioni percentuali ⁽²⁾	-	-2,1	3,8	3,4	-	9,0	1,2	1,8

⁽¹⁾ Dati preliminari.

⁽²⁾ Riferite all'anno immediatamente precedente.

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

IL TERRITORIO



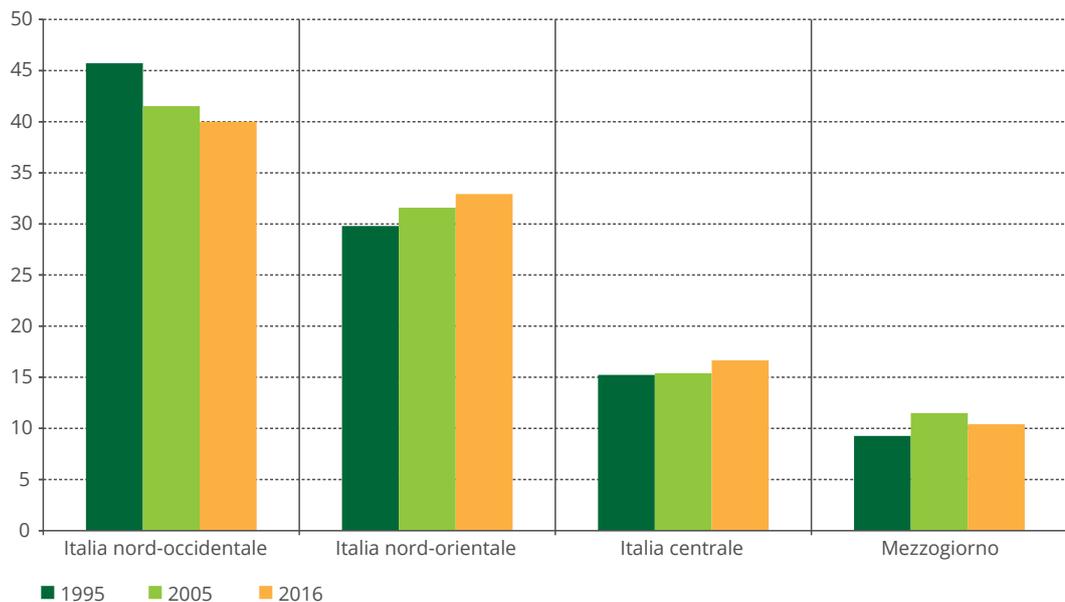


5.1 Interscambio di merci

L'analisi dell'evoluzione di medio-lungo periodo delle esportazioni italiane di merci, disaggregate per ripartizione territoriale, consente di cogliere la dinamica dei contributi regionali al dato nazionale. Guardando alle esportazioni per macro-area (grafico 5.1), si può notare come le regioni settentrionali, che producono circa il 56 per cento del Pil nazionale¹, generino oltre il 70 per cento delle vendite di merci all'estero. Va evidenziato, comunque, come questa quota si sia complessivamente ridimensionata nel tempo, passando dal 75,5 per cento del 1995 al 73,1 del 2016: questa flessione è però interamente riconducibile alle regioni del Nord-Ovest (-5,3 punti percentuali), essendosi ampliata negli stessi anni la quota del Nord-Est (+2,9 punti percentuali). Sono inoltre aumentate le quote complessive delle regioni del Centro (+1,3 punti percentuali) e di quelle del Mezzogiorno (+1,1 punti percentuali). In quest'ultima macro-area, che mostra un andamento in crescita fino al 2005 ma in calo negli anni successivi alla crisi economica, sono state la Basilicata, la Sicilia e la Sardegna a incrementare le proprie quote.

Grafico 5.1 - Esportazioni di merci delle ripartizioni territoriali italiane

Quote percentuali sul totale delle esportazioni nazionali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

È bene notare che i cambiamenti nelle quote delle diverse ripartizioni territoriali hanno cominciato a manifestarsi anche prima della crisi economico-finanziaria iniziata nel 2008, per poi mostrare dinamiche differenti nel corso degli ultimi anni (grafico 5.2). L'Italia centrale, dopo la consistente flessione del 2008, in controtendenza con le altre aree, ha ampliato la propria quota proprio negli anni della crisi; il recupero si è compiuto pienamente già nel 2010, per poi consoli-

* Redatto da Antonio Lembo (Ice) con la supervisione di Luca De Benedictis (DED - Università degli Studi di Macerata e Rossi Doria Centre, Università Roma Tre).

¹ Dato riferito all'anno 2015.

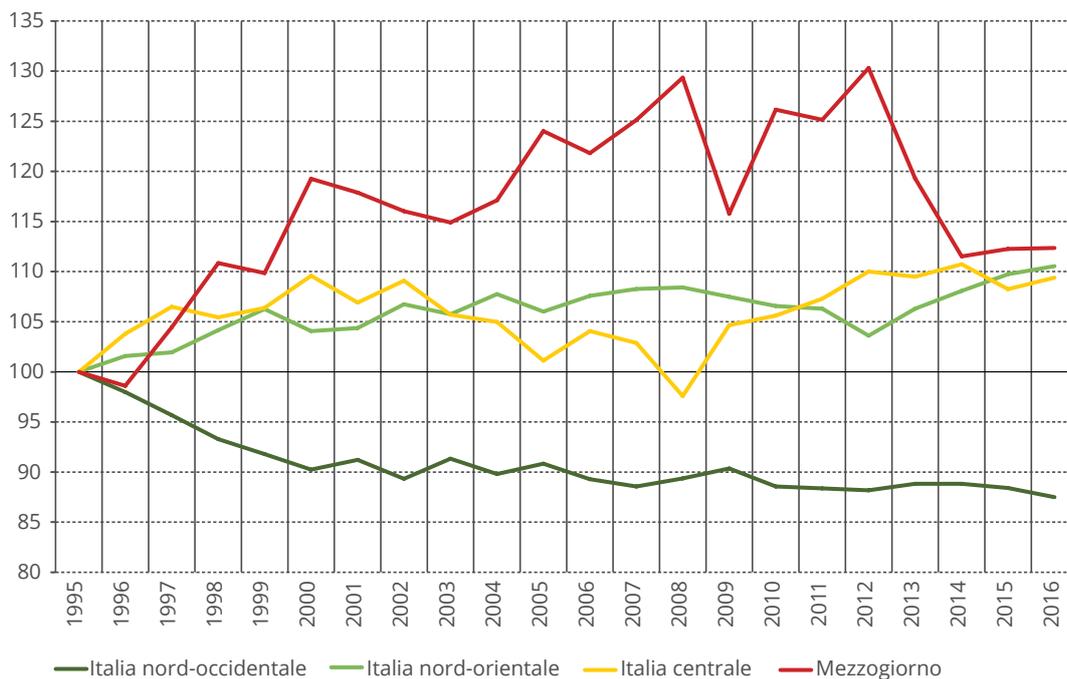
darsi e rafforzarsi negli anni successivi, malgrado la leggera flessione del 2015.

Nelle regioni settentrionali si è manifestato invece un trend più uniforme con una graduale diminuzione del peso del Nord-Ovest e un aumento di quello del Nord-Est che, a partire dal 2012, si è fatto più sostenuto, fino a raggiungere il massimo storico (32,7 per cento) nel 2016. Fondamentali, in questo senso, sono stati i contributi del Veneto e dell'Emilia-Romagna che, grazie a una solida base manifatturiera e a un'elevata propensione a esportare, negli ultimi quattro anni hanno aumentato entrambe le proprie quote di quasi un punto percentuale.

Merita particolare attenzione il caso del Mezzogiorno, che lungo tutto l'arco temporale considerato ha subito bruschi cambiamenti nei segni e nelle dimensioni delle variazioni di quota: tra il 2008 e il 2009 si è verificata una contrazione delle esportazioni del 30 per cento circa, la più intensa tra le diverse ripartizioni territoriali. Il recupero dei livelli pre-crisi si è compiuto l'anno seguente e nel 2012 la quota ha superato il precedente livello di massimo. Nel biennio successivo però le vendite di merci sono tornate a diminuire e, nonostante i recenti segnali di ripresa, la quota del Mezzogiorno sulle esportazioni nazionali si attesta oggi su livelli inferiori a quelli del 2000. Va sottolineato però come questa variabilità sia imputabile in larga misura alle regioni insulari, che a causa del modello di specializzazione fortemente orientato verso il settore degli idrocarburi, hanno risentito della volatilità dei corsi petroliferi e della domanda mondiale di materie prime.

Grafico 5.2 - Esportazioni di merci delle ripartizioni territoriali italiane

Quote percentuali; indici 1995 = 100



Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

I mutamenti intercorsi, seppur di rilievo, non hanno tuttavia modificato il quadro generale, caratterizzato da una sostanziale stazionarietà nelle quote all'esportazione delle diverse aree; uno scenario questo, che mantiene viva la questione del mancato processo di riequilibrio a favore dei territori del paese meno internazionalizzati.

La recente ripresa economica che ha interessato il Mezzogiorno², non ha ridotto i ritardi dell'area rispetto al resto del Paese: le imprese localizzate nel Mezzogiorno continuano a essere caratterizzate da livelli più bassi in termini di dimensione media, patrimonializzazione, produttività del lavoro e qualità del contesto istituzionale e socio-economico in cui operano.³ La carenza di imprese multinazionali e di sistemi produttivi locali specializzati continua a rappresentare inoltre un importante elemento ostativo al processo di integrazione del Mezzogiorno nel sistema economico internazionale.

Tavola 5.1 - Esportazioni di merci delle regioni italiane

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

Ripartizioni e regioni	Valori	Var. %		Quote % sulle esportazioni italiane					
	2016	2015	2016	2000	2005	2008	2014	2015	2016
Italia nord-occidentale	164.526	2,8	-0,0	41,3	41,5	40,9	40,6	40,4	40,0
Piemonte	44.424	7,1	-3,0	11,5	10,9	10,5	10,9	11,2	10,8
Valle d'Aosta	571	-0,3	-5,6	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Lombardia	112.199	1,6	0,8	28,3	29,0	28,7	27,8	27,4	27,3
Liguria	7.332	-3,9	7,7	1,3	1,4	1,4	1,8	1,7	1,8
Italia nord-orientale	135.444	4,9	1,8	31,0	31,6	32,3	32,2	32,7	32,9
Trentino Alto Adige	7.820	7,4	0,2	1,7	1,8	1,7	1,8	1,9	1,9
Veneto	58.246	5,3	1,3	14,4	13,8	13,8	13,9	14,1	14,2
Friuli-Venezia Giulia	13.240	3,6	6,3	3,4	3,3	3,7	3,1	3,1	3,2
Emilia-Romagna	56.138	4,4	1,5	11,5	12,7	13,1	13,4	13,6	13,6
Italia centrale	68.519	1,0	2,1	16,7	15,4	14,9	16,9	16,5	16,7
Toscana	33.229	3,1	0,6	8,3	7,4	7,0	8,1	8,1	8,1
Umbria	3.655	6,4	0,3	0,9	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9
Marche	12.016	-9,0	5,6	2,9	3,2	2,9	3,2	2,8	2,9
Lazio	19.619	3,0	3,0	4,6	3,8	4,0	4,7	4,7	4,8
Mezzogiorno	42.812	4,0	1,1	11,0	11,5	12,0	10,3	10,4	10,4
Abruzzo	8.166	7,4	9,7	2,0	2,1	2,1	1,8	1,8	2,0
Molise	526	36,2	7,0	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Campania	9.996	2,5	2,9	3,0	2,6	2,6	2,4	2,4	2,4
Puglia	7.914	-0,5	-2,2	2,3	2,3	2,1	2,1	2,0	1,9
Basilicata	4.515	156,1	53,5	0,4	0,4	0,5	0,3	0,7	1,1
Calabria	414	15,3	10,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Sicilia	7.073	-11,6	-17,3	2,1	2,5	2,8	2,5	2,1	1,7
Sardegna	4.209	1,6	-10,9	0,9	1,3	1,6	1,2	1,2	1,0
Totale regioni	411.300	3,3	1,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Dati non ripartibili	5.776	7,4	10,5						
Totale	417.077	3,4	1,2						

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Nel 2016 le esportazioni di merci delle regioni italiane sono aumentate in valore dell'1,2 per cento rispetto all'anno precedente. Questo risultato riflette l'incremento delle vendite registrato nelle regioni centrali (+2,1 per cento), nord-orientali (+1,8 per cento) e del Mezzogiorno (+1,1 per cento) e la stazionarietà dell'area nord-occidentale (tavola 5.1).

² Dopo sette anni consecutivi di calo, nel 2015 il Pil del Mezzogiorno è tornato ad aumentare, sia pure a un ritmo contenuto (1,1 per cento), superando la crescita registrata nel Nord (0,8) e nel Centro (0,3).

³ Banca d'Italia (2016), *L'economia delle regioni italiane* - N. 43.

Tutte le regioni del Nord-Est hanno registrato variazioni positive delle vendite, seppur di diversa intensità: il Friuli-Venezia Giulia, trainato dal comparto navale⁴, ha conseguito il miglior risultato tra le regioni della ripartizione, con un aumento dei valori esportati pari al 6,3 per cento; il suo contributo alla crescita della ripartizione è stato di 0,6 punti percentuali sugli 1,8 complessivi. Un contributo analogo è giunto dall'Emilia-Romagna⁵, che ha registrato un aumento delle esportazioni pari all'1,5 per cento. Più modesta, invece, la crescita del Veneto (+1,3 per cento) e pressoché nulla quella del Trentino Alto Adige (+0,2 per cento), dove hanno pesato le flessioni del comparto autoveicoli e della meccanica strumentale.

A livello di macro-area, quasi tutti i settori merceologici hanno apportato contributi positivi (tavola 5.2): spiccano tuttavia per intensità della crescita la meccanica strumentale, sostenuta in particolare dalle vendite emiliane e venete, e il comparto alimentare, dove il contributo maggiore (anche per le bevande) è pervenuto dal Veneto. Negativo invece l'andamento di autoveicoli e prodotti della metallurgia, che hanno risentito della forte contrazione delle esportazioni venete (-16,9 per cento).

Con specifico riferimento ai mercati di destinazione, nel 2016 si è registrato un aumento delle vendite dell'area verso l'Unione Europea (+3,6 per cento)⁶, l'Africa settentrionale (+3,9 per cento) e l'America settentrionale (+3,2 per cento). Negativi i risultati in America latina e Medio Oriente.

Per quanto riguarda invece il Nord-Ovest, la stazionarietà tendenziale dell'export è la sintesi di un andamento disomogeneo tra i singoli territori: si passa infatti dal +7,7 per cento della Liguria al -5,6 per cento della Valle d'Aosta. La Lombardia, principale regione esportatrice d'Italia, ha fatto registrare un tasso di incremento modesto (+0,8 per cento), contribuendo per mezzo punto percentuale al risultato complessivo dell'area. La contrazione delle esportazioni piemontesi ha comportato invece una riduzione di 8 decimi di punto nella dinamica aggregata; vi hanno influito in maniera significativa le vendite di autoveicoli negli Stati Uniti, più che dimezzate nel 2016, dopo aver raggiunto la cifra record di quasi 2,5 miliardi di euro l'anno precedente. La crescita complessiva della ripartizione è stata frenata anche dalla meccanica strumentale, che ha mostrato segni di debolezza in tutto il territorio. Positivi, invece, i risultati del comparto moda e della farmaceutica in Lombardia.

L'analisi geografica delle vendite evidenzia una diminuzione dei valori esportati in Africa, nelle Americhe, in India e in Medio Oriente, a vantaggio dei paesi UE (a eccezione del Regno Unito e della Romania), dell'area Asean, della Cina e del Giappone.

Tra le regioni centrali, sono state le Marche e il Lazio a mostrare una maggiore dinamicità, trainando l'intera crescita dell'area. Sono risultate in aumento anche le esportazioni umbre e toscane, sebbene a un tasso inferiore sia alla media della macro-area di riferimento che a quello dell'Italia.⁷ Il segmento che ha contribuito maggiormente alla formazione del +2,1 per cento complessivo è stato quello dei mezzi di trasporto, e in particolare quello laziale, che ha sperimentato una crescita eccezionale nel 2016: le vendite di aeromobili hanno raggiunto la cifra record di 1,1 miliardi di euro, registrando un +151,7 per cento su base tendenziale, superando così le vendite di autoveicoli, sia pur cresciute del 63,5 per cento. Positivo, inoltre, l'andamento della farmaceutica nelle Marche e della metallurgia in Toscana.

La dinamica delle vendite dell'area è stata complessivamente positiva nei paesi europei e in America settentrionale; si segnala in particolare l'aumento delle vendite toscane in Francia

⁴ Nel 2016 il Friuli-Venezia Giulia ha venduto nel mercato statunitense navi e imbarcazioni per 1,6 miliardi di euro, un valore quasi doppio rispetto a quello del 2015.

⁵ All'Emilia-Romagna si devono 6 decimi di punto – il 35 per cento circa – della crescita complessiva dell'area.

⁶ L'aumento è stato generalizzato, con variazioni significative in Repubblica Ceca (+10,4 per cento) e Spagna (+7,7 per cento). Si segnala inoltre come, nel 2016, il peso dei mercati comunitari, ed in particolare quelli dell'area euro, sia aumentato per tutte le ripartizioni territoriali. Cfr. sezione Analisi Territoriale dell'Annuario Istat-Ice 2016-2017.

⁷ Il contributo della Toscana alla crescita delle esportazioni dell'area è stato di 3 decimi di punto; pressoché nullo quello dell'Umbria.

(+13,5 per cento) e Svizzera (+18,9 per cento) e di quelle laziali in Germania (+20,6 per cento). La flessione più marcata si è registrata invece in Russia (-24,8 per cento) a causa della forte contrazione della domanda di macchine di impiego generale.

Un tasso di incremento medio pari all'1,1 per cento si è registrato infine nel Mezzogiorno d'Italia. Questo risultato, che sintetizza il buon andamento dell'area meridionale (+8,5 per cento) con quello negativo delle isole (-15 per cento), è scaturito da andamenti disomogenei delle singole regioni, influenzati in larga misura da fenomeni prettamente settoriali. In Basilicata, ad esempio, le esportazioni sono cresciute di oltre il 50 per cento rispetto all'anno precedente – nonostante la forte contrazione registrata nel comparto estrattivo (-38,4 per cento) – grazie alle vendite di autoveicoli, aumentate del 73,4 per cento, con una quota sul totale nazionale del settore passata dal 10,7 per cento nel 2015 al 17,5 nel 2016. Una dinamica simile si è manifestata in Abruzzo dove le esportazioni di autoveicoli (+13,6 per cento) hanno contribuito in larga misura alla buona performance generale della regione. All'opposto, il fatturato estero della Sicilia e della Sardegna è diminuito a seguito della contrazione del comparto petrolchimico; al netto di questo settore, infatti, le esportazioni dell'Italia insulare sarebbero rimaste pressoché invariate (-0,1 per cento) rispetto all'anno precedente. Anche la direzione geografica delle vendite è stata guidata da queste dinamiche settoriali: al maggiore peso del mercato statunitense, prodotto dall'aumento delle vendite di autoveicoli⁸, si è contrapposta una perdita di quota della Turchia e dei paesi Opec dovuta alle minori esportazioni di prodotti petroliferi raffinati verso questi paesi.

Tavola 5.2 - Contributi settoriali alla crescita delle esportazioni di merci delle regioni italiane
Anno 2016

Settori	Contributi alla variazione percentuale delle esportazioni totali della ripartizione					
	Italia nord-occidentale	Italia nord-orientale	Centro	Mezzogiorno	Dati non ripartibili	Italia
Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca	0,03	0,08	0,06	0,00	-0,07	0,05
Prodotti dell'industria estrattiva	-0,01	-0,01	-0,03	-0,18	-0,56	-0,04
Prodotti dell'industria manifatturiera	0,10	1,64	2,39	1,26	3,58	1,13
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	0,28	0,38	0,22	0,37	-0,05	0,31
Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	0,34	0,16	-0,27	-0,00	0,12	0,15
Legno e prodotti in legno; carta e stampa	0,00	0,02	0,01	-0,05	-0,02	0,01
Coke e prodotti petroliferi raffinati	-0,07	0,07	-0,62	-4,51	0,00	-0,57
Sostanze e prodotti chimici	0,36	0,11	-0,12	-0,44	0,13	0,12
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici	0,39	-0,05	0,57	0,44	4,32	0,33
Articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	0,12	0,24	0,03	-0,03	-0,04	0,13
Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	-0,13	-0,31	0,77	0,35	-0,11	0,01
Computer, apparecchi elettronici e ottici	-0,12	0,08	0,14	-0,18	-0,05	-0,02
Apparecchi elettrici	0,01	0,01	-0,15	0,25	-0,16	0,01
Macchinari ed apparecchi n.c.a.	-0,34	0,55	-0,11	0,19	-0,43	0,03
Mezzi di trasporto	-0,75	0,28	1,93	4,78	-0,17	0,59
Prodotti delle altre attività manifatturiere	0,00	0,10	-0,01	0,10	0,02	0,04
Altri prodotti nca	-0,13	0,06	-0,31	0,03	7,53	0,01
Totale	-0,01	1,77	2,12	1,12	10,48	1,16

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

⁸ Nel 2016 le vendite di autoveicoli della Basilicata negli Stati Uniti sono più che quintuplicate, raggiungendo un valore complessivo di circa 1,9 miliardi di euro.

Gli acquisti di merci delle regioni italiane (tavola 5.3), calando dell'1,3 per cento nel 2016, hanno manifestato un andamento diverso da quello delle vendite, interrompendo così il trend positivo degli ultimi anni.

Guardando alle singole ripartizioni, si nota come nell'Italia centrale il tasso di crescita delle importazioni (+5,2 per cento) sia stato il più ampio tra le diverse aree territoriali e più che doppio rispetto a quello delle esportazioni. Il contributo principale è pervenuto dal Lazio che negli ultimi anni ha continuato ad ampliare la sua quota all'importazione, in particolare nel settore farmaceutico, verosimilmente a seguito dell'intensificarsi degli scambi intra-gruppo delle multinazionali, che segnala l'incrementarsi della partecipazione a catene globali del valore.

Nel Nord-Est, nonostante un aumento della quota⁹ e del grado di penetrazione delle importazioni (tavola 5.6), si manifesta ancora la forbice più ampia tra le quote relative ai due flussi di interscambio: l'area genera un terzo delle vendite nazionali e assorbe solamente un quarto delle importazioni. Sul modesto incremento dei valori importati nel 2016 (+0,5 per cento) ha inciso in larga misura la flessione della domanda veneta di gas naturale e prodotti della metallurgia.

Come nel caso delle esportazioni, nelle regioni del Nord-Ovest – che rappresentano la parte più consistente delle importazioni italiane – anche per questo flusso si registra un tendenziale ridimensionamento. A diminuire, è stata in particolare la quota della Lombardia, che solamente nell'ultimo anno ha perso tre decimi di punto percentuale.

Nel Mezzogiorno, mediamente in discesa dell'8,4 per cento, i cali più significativi si sono registrati nelle isole (-18,2 per cento) dove, anche nel 2016, sono continuate a diminuire le importazioni di greggio e prodotti petroliferi raffinati.

⁹ La quota dell'Italia nord-orientale sulle importazioni complessive nazionali è cresciuta di 3,5 punti percentuali dal 2005, l'incremento assoluto più consistente registrato nelle diverse ripartizioni.

Tavola 5.3 - Importazioni di merci delle regioni italiane

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

Ripartizioni e regioni	Valori		Var. %		Quote % sulle importazioni italiane				
	2016	2015	2016	2000	2005	2008	2014	2015	2016
Italia nord-occidentale	153.268	5,0	-0,6	48,2	47,3	45,4	43,7	44,0	43,9
Piemonte	30.634	7,6	1,9	8,5	7,7	8,0	8,3	8,6	8,8
Valle d'Aosta	208	3,0	-0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Lombardia	114.664	5,2	-1,3	37,2	36,7	34,1	32,8	33,2	32,9
Liguria	7.761	-6,9	-0,1	2,3	2,8	3,1	2,5	2,2	2,2
Italia nord-orientale	87.409	5,5	0,5	21,1	21,5	23,3	24,5	24,8	25,0
Trentino Alto Adige	6.387	2,8	3,9	1,6	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8
Veneto	41.789	6,9	-1,2	11,0	10,8	11,2	11,8	12,1	12,0
Friuli-Venezia Giulia	6.789	7,6	-5,0	1,9	1,7	2,1	2,0	2,0	1,9
Emilia-Romagna	32.443	3,8	3,3	6,7	7,4	8,2	9,0	9,0	9,3
Italia centrale	64.226	8,4	5,2	16,7	16,1	16,1	16,7	17,4	18,4
Toscana	21.656	7,0	-0,2	6,4	5,6	5,7	6,0	6,2	6,2
Umbria	2.277	6,7	-5,6	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7
Marche	7.559	5,3	2,2	1,4	1,6	1,9	2,1	2,1	2,2
Lazio	32.734	10,4	10,9	8,3	8,2	7,8	8,0	8,4	9,4
Mezzogiorno	44.066	-5,3	-8,4	13,9	15,1	15,3	15,1	13,7	12,6
Abruzzo	3.875	11,1	1,4	1,5	1,2	1,2	1,0	1,1	1,1
Molise	594	57,8	5,9	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Campania	12.268	10,8	0,4	2,9	2,7	2,9	3,3	3,5	3,5
Puglia	8.173	-1,0	-5,6	1,9	2,3	2,7	2,6	2,5	2,3
Basilicata	2.318	221,4	-3,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,7	0,7
Calabria	574	4,6	-0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Sicilia	11.061	-26,0	-14,6	5,4	6,2	5,2	5,2	3,7	3,2
Sardegna	5.203	-17,7	-24,9	1,7	2,1	2,8	2,5	2,0	1,5
Totale regioni	348.969	4,1	-0,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Dati non ripartibili	16.610	-1,9	-17,5						
Totale	365.579	3,8	-1,3						

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

5.2 Interscambio di servizi

Nel 2016 le esportazioni di servizi delle regioni italiane hanno continuato a crescere, registrando un aumento del 4,4 per cento rispetto all'anno precedente (tavola 5.4). L'apporto maggiore è pervenuto dall'Italia centrale che, con un aumento dell'8,2 per cento, ha contribuito per 2,5 punti percentuali alla dinamica aggregata, raggiungendo così un peso del 31,8 per cento sul totale nazionale. Variazioni positive si sono registrate anche in tutte le regioni settentrionali, a eccezione della Valle d'Aosta, mentre sono scese le esportazioni di servizi del Mezzogiorno (-4,0 per cento) soprattutto a causa della forte contrazione di quelle siciliane (-14,5 per cento).

Tavola 5.4 - Esportazioni di servizi delle regioni italiane ⁽¹⁾

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

Ripartizioni e regioni	Valori	Var. %	Quote % sul totale					
	2016	2016	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Italia nord-occidentale	29.874	2,8	43,4	44,7	43,5	42,2	40,5	39,9
Piemonte	5.614	2,1	10,5	10,9	9,7	9,0	7,7	7,5
Valle d'Aosta	348	-0,0	0,6	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5
Lombardia	21.465	2,5	29,0	29,5	30,2	29,8	29,2	28,7
Liguria	2.447	7,8	3,3	3,7	3,1	2,8	3,2	3,3
Italia nord-orientale	15.894	5,1	19,6	19,4	20,3	19,9	21,1	21,2
Trentino-Alto Adige	1.812	3,8	2,3	2,5	2,6	2,7	2,4	2,4
Veneto	7.091	6,9	9,3	9,0	8,4	8,4	9,3	9,5
Friuli-Venezia Giulia	2.993	4,6	3,2	3,4	3,7	3,6	4,0	4,0
Emilia-Romagna	3.997	2,9	4,8	4,5	5,6	5,2	5,4	5,3
Italia centrale	23.781	8,2	30,2	29,3	29,5	30,8	30,7	31,8
Toscana	5.801	6,9	7,6	7,6	7,8	7,7	7,6	7,8
Umbria	238	-5,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3
Marche	477	-1,5	0,8	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6
Lazio	17.264	9,1	21,2	20,4	20,6	22,1	22,1	23,1
Mezzogiorno	5.291	-4,0	6,9	6,6	6,8	7,2	7,7	7,1
Abruzzo	337	7,1	0,6	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5
Molise	16	-48,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Campania	1.933	-0,7	2,4	2,4	2,5	2,5	2,7	2,6
Puglia	565	-4,5	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
Basilicata	41	-17,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Calabria	337	14,9	0,3	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5
Sicilia	1.407	-14,5	1,4	1,6	1,7	2,2	2,3	1,9
Sardegna	655	1,9	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Totale regioni	74.841	4,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Dati non ripartibili	1.602	5,1						
Totale	76.442	4,4						

⁽¹⁾ Esclusi i servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi e i trasporti. Per l'anno 2012 sono esclusi anche i servizi di manutenzione e riparazione.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

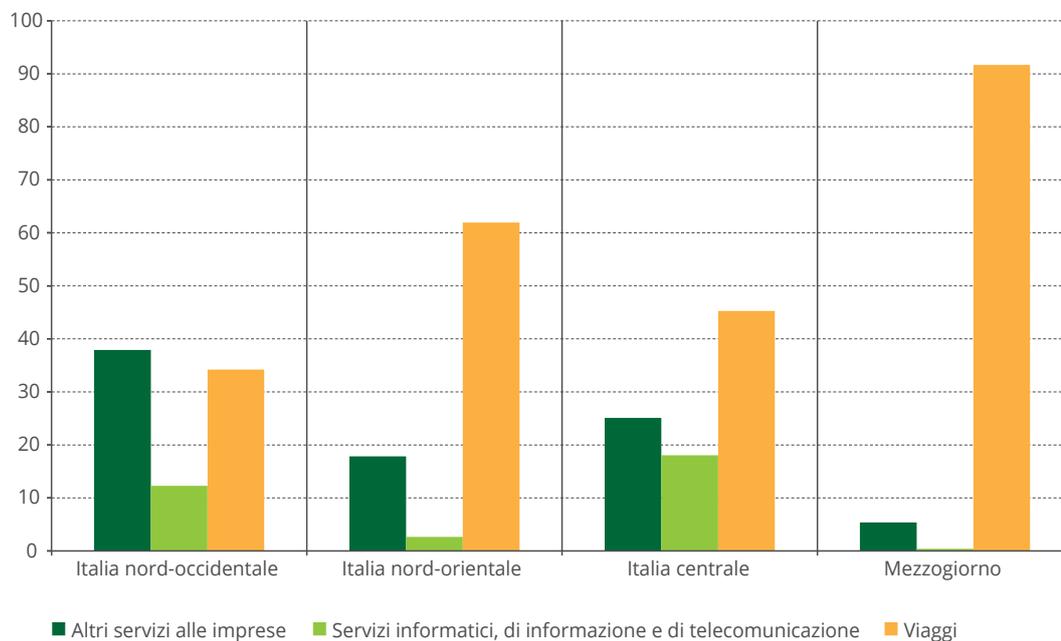
Per quanto concerne le tipologie di servizi esportati, anche nel 2016 i viaggi hanno mantenuto il primato assoluto (grafico 5.3). Se si esclude l'Italia nord-occidentale, area in cui il turismo copre solo un terzo delle vendite all'estero (34,2 per cento), per tutte le altre ripartizioni territoriali esso rappresenta la fonte primaria di entrate da servizi: si passa infatti dal 45,2 per cento dell'Italia centrale, al 61,9 di quella nord-orientale, per arrivare al 91,7 del Mezzogiorno. In particolare nelle Isole, il turismo rappresenta il 97,8 per cento dei crediti all'esportazione per servizi ed è di fatto l'unico settore di rilievo per i mercati internazionali.

Gli "altri servizi alle imprese" sono la seconda voce come valore delle vendite di servizi all'estero, con un fatturato totale di 20,4 miliardi di euro nel 2016. Questa categoria – che comprende i servizi tecnici, di consulenza professionale e gestionale e quelli connessi al commercio – è una fetta dei servizi molto importante per tutte le ripartizioni, ma soprattutto per il Nord-Ovest dove, con una quota del 37,9 per cento, rappresenta la principale posta del fatturato estero.

I servizi informatici, di informazione e di telecomunicazione rappresentano il terzo comparto per rilevanza. Il fatturato estero del settore si è attestato intorno agli 8 miliardi e mezzo di euro nel 2016, il 51 per cento del quale generato nelle regioni centrali. Va segnalato che questa categoria di servizi è quella che negli ultimi anni ha sperimentato la crescita maggiore: il tasso di incremento medio annuo dei ricavi derivanti dalle vendite oltre confine di servizi Ict, relativamente al quadriennio 2012-2016, è stato infatti pari all'8,3 per cento, ben al di sopra di quello relativo al totale servizi (1,9 per cento).

Grafico 5.3 - Esportazioni di servizi delle ripartizioni territoriali italiane per principali categorie

Pesi percentuali sul totale delle esportazioni della ripartizione



Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

Le importazioni di servizi sono anch'esse aumentate nel 2016, a un tasso maggiore (+5,4 per cento) rispetto a quello delle esportazioni (tavola 5.5). L'incremento più consistente si è registrato nel Nord-Est (+12,6 per cento), grazie soprattutto al contributo del Friuli-Venezia Giulia dove le importazioni di servizi sono aumentate del 41 per cento rispetto al 2015; meno marcata

è risultata invece la crescita nel Centro (+3,4 per cento) e nell'area nord-occidentale (+4,6 per cento). Nel Mezzogiorno, ad eccezione di Campania, Puglia e Sardegna, tutte le regioni hanno registrato un calo dei servizi acquistati dall'estero, contribuendo negativamente alla dinamica aggregata dell'area (-0,9 per cento).

La Lombardia e il Lazio continuano ad assorbire, insieme, oltre la metà delle importazioni nazionali di servizi: va tuttavia segnalato come la quota della Lombardia sia diminuita di 1,2 punti percentuali dal 2011, facendo perdere peso all'intera macro-area, mentre la quota del Lazio (e del Centro Italia) risulta in leggero aumento.

Come per le vendite - i viaggi, gli "altri servizi alle imprese" e i servizi Ict - rappresentano le principali categorie di servizi acquistati dall'estero.

Tavola 5.5 - Importazioni di servizi delle regioni italiane ⁽¹⁾

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

Ripartizioni e regioni	Valori	Variaz. %	Quote % sul totale					
	2016	2016	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Italia nord-occidentale	32.924	4,6	49,9	49,1	48,4	47,1	47,3	47,0
Piemonte	6.600	6,4	10,2	9,8	9,6	8,9	9,3	9,4
Valle d'Aosta	126	1,6	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Lombardia	24.036	4,0	35,5	35,1	35,8	35,0	34,8	34,3
Liguria	2.161	6,3	4,0	4,0	2,9	2,9	3,1	3,1
Italia nord-orientale	13.654	12,6	16,3	17,4	18,2	18,3	18,2	19,5
Trentino-Alto Adige	1.073	-3,0	1,4	1,4	1,6	1,6	1,7	1,5
Veneto	4.139	4,1	5,6	5,7	5,7	6,0	6,0	5,9
Friuli-Venezia Giulia	3.833	41,0	4,0	4,4	4,6	4,2	4,1	5,5
Emilia-Romagna	4.610	6,7	5,3	6,0	6,3	6,5	6,5	6,6
Italia centrale	19.030	3,4	26,4	26,2	26,4	27,6	27,7	27,2
Toscana	3.102	-1,3	3,4	5,8	4,7	4,7	4,7	4,4
Umbria	293	-5,9	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4
Marche	674	-6,7	1,2	1,1	1,0	1,1	1,1	1,0
Lazio	14.961	5,2	21,3	18,8	20,2	21,3	21,4	21,4
Mezzogiorno	4.449	-0,9	7,5	7,2	7,0	6,9	6,8	6,4
Abruzzo	598	-4,8	1,1	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9
Molise	42	-18,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Campania	1.298	0,7	2,3	2,2	2,1	2,0	1,9	1,9
Puglia	660	3,5	1,3	0,9	1,0	1,1	1,0	0,9
Basilicata	86	-5,6	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Calabria	149	-5,6	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Sicilia	1.224	-2,5	1,4	1,6	1,8	1,7	1,9	1,7
Sardegna	392	2,9	1,0	0,8	0,8	0,8	0,6	0,6
Totale regioni	70.057	5,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Dati non ripartibili	1.451	-3,0						
Totale	71.508	5,2						

⁽¹⁾ Esclusi i servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi e i trasporti. Per l'anno 2012 sono esclusi anche i servizi di manutenzione e riparazione.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

5.3 Indicatori di apertura internazionale delle regioni italiane

La tavola 5.6 sintetizza due indici di apertura internazionale delle regioni italiane: il grado di penetrazione delle importazioni (espresso come rapporto tra importazioni di beni e servizi e domanda interna¹⁰) e la propensione a esportare, quest'ultima misurata sia come rapporto tra esportazioni di beni e servizi e Pil regionale, sia in termini di valore delle esportazioni per occupato.

Da tutti gli indicatori emerge chiaramente come le regioni del Centro-Nord siano maggiormente integrate nel commercio internazionale rispetto a quelle del Mezzogiorno.

Tavola 5.6 - Indicatori di apertura internazionale per regione

Rapporti percentuali sui valori a prezzi correnti

Ripartizioni e regioni	Penetrazione delle importazioni			Propensione a esportare					
	Rapporto tra importazioni di beni e servizi e domanda interna			Rapporto tra esportazioni di beni e servizi e Pil			Esportazioni di beni e servizi per occupato (valori in euro)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015	2016
Italia nord-occidentale	34,4	34,1	35,0	35,5	35,6	35,9	29.035	29.458	29.269
Piemonte	29,7	30,5	33,3	38,2	39,0	40,2	28.303	29.217	28.366
Valle d'Aosta	8,3	9,0	8,8	20,4	21,8	21,7	17.667	17.753	17.243
Lombardia	37,7	37,2	37,8	37,1	36,8	36,8	31.390	31.732	31.580
Liguria	22,9	20,9	20,1	18,2	19,0	18,9	15.509	15.277	16.520
Italia nord-orientale	28,3	28,9	30,3	37,1	37,9	39,3	29.177	30.725	30.872
Trentino Alto Adige	18,4	18,7	19,2	22,7	23,1	23,9	19.729	20.491	20.459
Veneto	32,2	32,7	34,6	39,6	40,3	42,3	29.912	31.919	32.109
Friuli-Venezia Giulia	30,0	30,8	32,6	39,6	40,9	42,9	29.978	31.615	33.251
Emilia-Romagna	26,7	27,6	28,4	37,9	38,6	39,6	30.525	31.765	31.513
Italia centrale	21,5	21,9	23,0	24,2	25,0	25,2	18.711	18.839	19.398
Toscana	25,4	24,6	25,4	34,2	34,4	34,8	25.053	25.448	25.692
Umbria	12,7	13,1	13,6	18,6	18,0	18,4	10.903	11.111	11.238
Marche	21,8	22,3	22,3	31,2	32,3	29,5	21.086	19.593	20.752
Lazio	20,4	21,4	22,9	17,4	18,6	19,1	15.048	15.419	16.101
Mezzogiorno	15,2	14,7	14,0	12,8	12,5	12,9	7.926	8.183	8.100
Abruzzo	13,7	14,5	15,5	22,5	23,3	24,2	15.567	16.638	17.947
Molise	7,2	7,0	10,2	6,2	6,6	8,8	3.888	5.218	5.205
Campania	11,5	12,2	13,2	11,4	11,2	11,6	7.280	7.517	7.418
Puglia	13,2	13,6	13,1	12,5	12,6	12,4	7.683	7.517	7.213
Basilicata	6,0	7,9	23,3	9,6	11,4	26,7	6.872	16.104	24.144
Calabria	2,2	2,1	2,3	1,5	1,6	2,1	961	1.320	1.466
Sicilia	22,2	20,2	15,6	14,3	13,2	11,8	8.578	7.661	6.390
Sardegna	28,0	25,0	21,5	18,6	16,5	16,7	9.861	9.723	8.852
Totale regioni	25,7	25,7	26,4	28,2	28,6	29,2	21.261	21.789	21.858

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat e Banca d'Italia

¹⁰ La domanda interna è calcolata sottraendo al Pil regionale le esportazioni e sommando le importazioni di beni e servizi.

Il grado medio di penetrazione delle importazioni è tornato a crescere nel 2015, dopo essere rimasto stabile al 25,7 per cento nel biennio precedente. L'incremento si è manifestato in tutte le ripartizioni territoriali, con la sola eccezione del Mezzogiorno o, più specificatamente, dell'Italia insulare.

La Lombardia si conferma anche dal lato delle importazioni la regione più aperta, soddisfacendo quasi il 40 per cento della propria domanda interna con beni e servizi acquistati dall'estero; seguono il Veneto, il Piemonte e il Friuli-Venezia Giulia. Tra le regioni del Mezzogiorno si rileva invece la recente e consistente apertura della Basilicata che, con un grado di penetrazione delle importazioni passato dal 7,9 per cento nel 2014 al 23,3 per cento nel 2015, diviene la regione dell'area maggiormente integrata nei mercati di approvvigionamento internazionali. Anche nel caso della Sardegna e della Sicilia questo indicatore si mantiene ancora su livelli piuttosto elevati, ma è tuttavia evidente una sua tendenza al ridimensionamento, prodotta in buona sostanza dalla riduzione delle attività di trasformazione degli idrocarburi.

Nel 2015 la propensione a esportare, misurata in rapporto al Pil, è invece aumentata in tutte le ripartizioni territoriali, registrando un incremento tendenziale medio dello 0,5 per cento. L'area d'Italia più orientata all'estero rimane il Nord-Est, dove l'indice di propensione all'export – in crescita di 1,5 punti percentuali – tocca i livelli più elevati in Friuli-Venezia Giulia e Veneto. Seguono il Piemonte, l'Emilia-Romagna e la Lombardia. Le regioni centrali hanno invece mostrato un aumento modesto della propensione a esportare, ostacolato in particolare dalla dinamica della regione Marche, dove l'indicatore ha registrato la flessione più forte di tutta la penisola. Il Mezzogiorno, invece, nonostante il corso positivo del 2015, presenta un livello dell'indice non distante da quello rilevato nel 2013 e inferiore alla media nazionale di ben oltre 16 punti percentuali, palesando pertanto un evidente ritardo del processo di integrazione internazionale rispetto alle altre ripartizioni. È bene tuttavia sottolineare due eccezioni al dato complessivo dell'area: la prima è rappresentata dall'Abruzzo, che presenta un grado di apertura verso i mercati esteri che, oltre a essere tendenzialmente crescente, è strutturalmente in linea con quello delle regioni centrali d'Italia, grazie principalmente alla presenza di grandi gruppi multinazionali. La seconda riguarda la Basilicata. Già dal 2014 il peso del fatturato estero sul Pil della Basilicata si mostrava in aumento; la crescita è stata ancora più consistente nel 2015 a seguito della ripresa dell'attività produttiva e delle esportazioni del comparto autoveicoli.

L'apertura internazionale dei sistemi produttivi locali può essere misurata anche in termini di diffusione della capacità di esportare tra le imprese. A tal proposito, la tavola 5.7 mostra la distribuzione del numero degli esportatori presenti in ciascuna regione (il cosiddetto margine estensivo delle esportazioni) e la dinamica recente del valore medio esportato per operatore (margine intensivo). Si nota subito come nel 2016 il margine estensivo sia cresciuto nel Mezzogiorno a un tasso nettamente superiore alla media nazionale (peraltro lievemente negativa), grazie all'aumento del numero di operatori all'esportazione presenti in Puglia e Sicilia. Il margine intensivo, invece, è risultato in crescita in particolare nel Nord-Est e nel Centro Italia, a seguito dell'aumento del valore medio esportato dagli operatori in Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Marche e Lazio.

L'Italia nord-occidentale rappresenta infine l'area che, nell'intervallo temporale che va dal 2005 al 2016, ha accresciuto maggiormente il suo peso sul numero totale degli esportatori presenti, a espressione di una crescente diffusione tra le imprese della capacità di affacciarsi sui mercati esteri.

Tavola 5.7 - Numero di esportatori presenti

Numero degli operatori all'esportazione presenti in ciascuna regione, variazioni e quote percentuali

	Numero	Var. %	Quote % sul totale					Valore medio esportato per operatore ⁽²⁾	Var. %
	2016	2016	2005	2010	2014	2015	2016	2016	2016
Italia nord-occidentale	86.370	-0,5	37,6	38,7	39,7	39,9	39,8	1.905	0,5
Piemonte	17.969	-1,6	8,5	8,4	8,4	8,4	8,3	2.472	-1,4
Valle d'Aosta	464	0,9	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	1.231	-6,5
Lombardia	62.635	-0,6	26,9	27,5	28,5	28,9	28,8	1.791	1,4
Liguria	5.302	4,4	2,0	2,6	2,6	2,3	2,4	1.383	3,2
Italia nord-orientale	61.977	-0,4	29,9	29,5	28,6	28,6	28,5	2.185	2,2
Trentino Alto Adige	4.338	1,1	1,7	1,9	1,9	2,0	2,0	1.803	-0,9
Veneto	28.858	0,0	14,0	13,2	12,9	13,2	13,3	2.018	1,2
Friuli-Venezia Giulia	6.179	-0,7	3,7	3,7	2,9	2,9	2,8	2.143	7,1
Emilia-Romagna	22.602	-1,2	10,5	10,8	10,9	10,5	10,4	2.484	2,7
Italia centrale	41.061	-0,2	20,4	19,6	18,9	18,9	18,9	1.669	2,4
Toscana	19.918	-0,0	9,6	9,8	9,1	9,1	9,2	1.668	0,6
Umbria	2.821	0,4	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1.296	-0,2
Marche	7.704	-0,7	4,8	4,0	3,6	3,6	3,5	1.560	6,3
Lazio	10.618	-0,6	4,7	4,5	5,0	4,9	4,9	1.848	3,6
Mezzogiorno	27.829	0,8	12,1	12,2	12,8	12,7	12,8	1.538	0,3
Abruzzo	3.409	0,6	1,7	1,5	1,6	1,6	1,6	2.396	9,0
Molise	404	-1,0	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	1.301	8,1
Campania	10.130	-0,2	4,5	4,5	4,8	4,7	4,7	987	3,0
Puglia	6.133	3,3	2,9	2,8	2,6	2,7	2,8	1.290	-5,4
Basilicata	634	2,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	7.121	50,1
Calabria	1.465	0,2	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	282	10,2
Sicilia	4.492	2,0	1,6	1,8	2,0	2,0	2,1	1.575	-18,9
Sardegna	1.162	-7,1	0,4	0,5	0,6	0,6	0,5	3.622	-4,1
Totale regioni ⁽¹⁾	217.237	-0,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.893	1,3

⁽¹⁾ Il numero totale degli operatori presenti nelle regioni è superiore al dato nazionale, poiché un esportatore può essere presente in più regioni.

⁽²⁾ In migliaia di euro.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

5.4 Internazionalizzazione produttiva

I dati sui processi di internazionalizzazione attiva e passiva, di fonte Reprint (Ice-Politecnico di Milano), fotografano al 2016 sia la presenza di multinazionali di diritto estero in Italia (tavola 5.8) sia le partecipazioni all'estero di imprese e gruppi italiani (tavola 5.9), disaggregate per singola ripartizione territoriale, e dettagliate in termini di numero di imprese partecipate, di addetti e di valore del fatturato.¹¹

Tavola 5.8 - Imprese italiane a partecipazione estera

Distribuzione percentuale

	Addetti				Fatturato				Numero di imprese	Addetti	Fatturato
	Distribuzione percentuale				Distribuzione percentuale				Unità	Unità	Milioni di euro
	2007	2010	2015	2016 ⁽¹⁾	2007	2010	2015	2016 ⁽¹⁾	31.12.2016 ⁽¹⁾	2016 ⁽¹⁾	2016 ⁽¹⁾
Italia nord-occidentale	59,1	57,8	56,2	56,1	57,1	56,4	53,5	54,0	6.296	565.204	284.910
Piemonte	11,7	10,5	10,3	10,2	7,7	7,5	7,4	7,4	978	102.537	39.145
Valle d'Aosta	0,5	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	14	1.678	926
Lombardia	44,6	44,4	42,8	42,9	46,5	45,3	42,8	43,4	5.047	432.423	229.063
Liguria	2,4	2,6	2,9	2,8	2,5	3,4	3,0	3,0	257	28.566	15.776
Italia nord-orientale	14,7	15,6	17,5	17,7	12,5	12,1	13,4	13,8	2.516	178.393	72.621
Trentino-Alto Adige	1,8	1,8	1,7	1,7	1,3	1,3	1,4	1,4	490	17.222	7.211
Veneto	4,8	5,5	6,1	6,3	4,8	5,0	5,2	5,3	958	63.859	28.208
Friuli-Venezia Giulia	2,1	2,0	2,1	2,1	1,4	1,3	1,4	1,3	179	20.721	7.081
Emilia-Romagna	6,0	6,2	7,5	7,6	4,9	4,5	5,5	5,7	889	76.591	30.122
Italia centrale	20,8	21,6	20,9	20,8	26,4	27,7	27,4	26,7	1.487	209.529	141.074
Toscana	3,6	3,5	4,4	4,3	3,0	3,2	4,1	4,0	478	43.351	21.312
Umbria	0,7	0,7	0,6	0,6	1,3	0,8	0,5	0,5	62	5.702	2.752
Marche	0,5	0,6	1,2	1,2	0,3	0,3	0,8	0,7	105	11.607	3.938
Lazio	16,1	16,7	14,7	14,8	21,8	23,4	22,0	21,4	842	148.869	113.073
Mezzogiorno	5,4	5,0	5,5	5,3	4,0	3,8	5,7	5,6	608	53.832	29.493
Abruzzo	2,3	2,1	2,3	2,2	1,6	1,3	1,6	1,6	83	22.612	8.270
Molise	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10	456	119
Campania	1,2	1,1	1,5	1,4	0,8	0,8	0,8	0,8	134	14.382	4.241
Puglia	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	113	6.677	2.486
Basilicata	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	65	500	216
Calabria	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	32	1.882	438
Sicilia	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	0,8	1,0	1,0	120	3.342	5.172
Sardegna	0,6	0,4	0,4	0,4	0,5	0,3	1,7	1,6	51	3.981	8.550
Totale regioni	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	10.907	1.006.958	528.099

⁽¹⁾ 2016: dati preliminari.

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

¹¹ Sono escluse dalla rilevazione le partecipazioni di natura puramente finanziaria, attuate da soggetti istituzionalmente o di fatto non interessati alla gestione dell'impresa. Non sono altresì considerate le modalità *non-equity*, ossia quelle forme di internazionalizzazione leggera, che vanno dalla sub-fornitura alla collaborazione progettuale fra imprese, che non implicano modificazioni degli assetti di proprietà.

Nel 2016 si contavano in Italia 10.907 imprese a partecipazione estera, 138 in meno rispetto al 2015. Tuttavia, il numero di addetti e il fatturato delle partecipate sono ulteriormente aumentati. Come per le esportazioni, la maggior parte delle partecipazioni in entrata si concentra nell'Italia nord-occidentale. Qui, infatti, risiede quasi il 58 per cento delle imprese partecipate, quattro su cinque tra queste con sede in Lombardia; quote solo leggermente più contenute si riscontrano in termini di occupati e fatturato.

Le restanti partecipazioni si distribuiscono nel Nord-Est (23,1 per cento), nel Centro (13,6) e nel Mezzogiorno (5,6), rivelando una concentrazione ancora maggiore di quella delle esportazioni. L'Italia centrale rappresenta però un caso particolare, in quanto detiene una quota sugli addetti e sul fatturato ben superiore rispetto a quella relativa al numero di imprese (13,6 per cento), nonché il fatturato medio per addetto più elevato tra le diverse ripartizioni: è "l'effetto città metropolitana" di Roma, ovvero un caso esemplificativo di agglomerazione urbana che, per i vantaggi di localizzazione che ne derivano, attrae maggiormente le imprese di più grandi dimensioni, con una più marcata propensione all'esportazione e un più ampio ricorso a personale specializzato, caratteristiche queste, che ben corrispondono a quelle associate alle imprese multinazionali.

Le partecipate con sede nell'area del Nord-Est, Trentino-Alto Adige e Veneto in particolare, sono invece mediamente più piccole.¹²

Anche per quanto riguarda le partecipazioni italiane in imprese estere, il divario tra Nord e Sud del paese emerge molto chiaramente; le multinazionali italiane si concentrano infatti nelle aree più ricche, in misura più che proporzionale rispetto al peso che esse hanno sull'economia nazionale. L'Italia nord-occidentale si conferma la macro-area più internazionalizzata, seguita dall'Italia centrale, mentre il Mezzogiorno manifesta un enorme ritardo, registrando quote percentuali nettamente inferiori alle altre aree per tutte le variabili.

A fine 2016 e per il secondo anno consecutivo, le partecipazioni in imprese estere hanno mostrato una dinamica negativa rispetto all'anno precedente: -2 per cento il numero delle partecipazioni e -1,8 per cento il livello degli addetti e il valore del fatturato delle filiali estere. Questo risultato tendenziale, che ben sintetizza l'andamento di tutte le regioni, si inserisce tuttavia in un'evoluzione consolidata degli ultimi anni, che vede diminuire il numero delle imprese estere partecipate da imprese italiane. Questa evidenza va tuttavia interpretata con cautela: non si tratta necessariamente di una perdita di capacità di presidio dei mercati esteri, ma, come si vedrà meglio nel capitolo 6, del risultato di acquisizioni dall'estero di multinazionali italiane, che comportano anche il trasferimento della titolarità delle loro partecipazioni estere.

In piccola parte, possono avervi contribuito fenomeni di *re-shoring*. Alcune imprese hanno infatti riportato in Italia produzioni che avevano precedentemente trasferito all'estero per ritrovare l'affidabilità, la qualità e il "saper fare" locale, in particolare nei settori del *made in Italy*, per i quali la provenienza geografica dei prodotti può essere un valore aggiunto per i consumatori.¹³

¹² In termini di addetti per impresa.

¹³ Diversi casi di *reshoring*, inteso come rientro delle linee di produzione all'interno dei confini nazionali, per contenere i costi e i tempi della logistica, per amplificare l'effetto del *made in* e per migliorare il servizio offerto ai clienti, sono stati segnalati nel comparto della moda (tra cui Prada, Ferragamo, Cucinelli, Piquadro, Benetton, Safilo, Marcolin, Falconeri, Geox), nel settore del mobile (Natuzzi) e nella meccanica (gruppo Argo Tractors, gruppo IMA, Vimec). Per una disamina complessiva del fenomeno si veda anche Intesa Sanpaolo (2016), *Economia e finanza dei distretti industriali*, n. 9. I dati sono tuttavia troppo limitati per poter fornire una appropriata quantificazione del fenomeno.

Tavola 5.9 - Imprese estere a partecipazione italiana

Distribuzione percentuale

	Addetti				Fatturato				Numero di Imprese	Addetti	Fatturato
	Distribuzione percentuale				Distribuzione percentuale				Unità	Unità	Milioni di euro
	2007	2010	2015	2016 ⁽¹⁾	2007	2010	2015	2016 ⁽¹⁾	31.12.2016 ⁽¹⁾		2016 ⁽¹⁾
Italia nord-occidentale	57,3	55,2	53,9	53,2	52,2	48,0	53,2	52,4	12.495	776.107	271.076
Piemonte	23,6	19,5	17,1	17,5	22,4	17,6	22,9	23,4	2.523	255.853	121.169
Valle d'Aosta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11	178	45
Lombardia	32,8	35,0	36,1	34,9	29,0	29,9	29,8	28,5	9.335	509.039	147.108
Liguria	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,5	0,5	0,5	626	11.037	2.755
Italia nord-orientale	22,3	23,9	25,3	25,5	11,7	13,9	14,6	14,7	9.614	372.445	76.171
Trentino-Alto Adige	0,9	1,0	1,4	1,4	0,6	0,7	0,9	0,9	707	19.977	4.502
Veneto	10,8	10,1	10,9	11,1	5,1	5,3	5,5	5,6	4.035	161.632	28.771
Friuli-Venezia Giulia	1,7	1,7	2,5	2,5	1,0	0,8	1,4	1,3	904	36.526	6.861
Emilia-Romagna	8,9	11,2	10,5	10,6	5,0	7,1	6,9	7,0	3.968	154.310	36.036
Italia centrale	17,8	18,0	17,7	18,0	34,1	36,3	30,5	31,1	4.574	262.298	160.713
Toscana	3,8	3,7	4,0	4,0	2,8	2,9	2,8	2,8	1.559	58.392	14.668
Umbria	0,5	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	252	7.805	1.027
Marche	2,8	2,4	1,5	1,5	1,4	1,3	0,6	0,7	649	22.244	3.382
Lazio	10,7	11,5	11,7	11,9	29,7	31,9	26,9	27,4	2.114	173.857	141.636
Mezzogiorno	2,6	2,9	3,2	3,2	2,0	1,7	1,7	1,7	1.351	47.185	8.968
Abruzzo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	251	7.897	1.007
Molise	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,2	0,2	35	440	823
Campania	1,1	1,3	1,5	1,5	0,9	1,0	0,9	0,9	489	21.724	4.701
Puglia	0,6	0,6	0,6	0,6	0,3	0,2	0,2	0,2	237	9.211	948
Basilicata	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	42	1.475	109
Calabria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22	254	36
Sicilia	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	229	5.311	975
Sardegna	0,1	0,1	0,1	0,1	0,4	0,1	0,1	0,1	46	873	368
Totale regioni	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	28.034	1.458.035	516.929

⁽¹⁾ 2016: dati preliminari.

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano



Giacomo Becattini e il *made in Italy* distrettuale

Marco Bellandi*, Gabi Dei Ottati*, Fabio Sforzi**

Introduzione

Giacomo Becattini, scomparso quest'anno all'età di 89 anni, è stato un grande economista e pensatore sociale. Con la sua intelligenza sintetica e la straordinaria eloquenza amava applicare rigorosi ragionamenti economici alla riflessione sulle trasformazioni della società contemporanea. Grande esperto del pensiero economico dell'Inghilterra vittoriana e, in particolare, di Alfred Marshall, ha sempre intrecciato questa passione intellettuale con la curiosità e la necessità etica di analizzare problemi economico-sociali concreti. Lo scambio fra i due livelli è stato, per Becattini, la base costante per tentare di comprendere la dialettica delle società capitalistiche contemporanee, per confrontare prospettive di politica di sviluppo economico e sociale, e alimentare il suo impegno nei dibattiti politici e civili, e per sviluppare la sua intensa attività accademica. Professore ordinario di economia politica presso la Facoltà di Economia e Commercio di Firenze dal 1968 al 1998, poi professore emerito, si è dedicato alla formazione di giovani ricercatori, ha promosso l'istituzione di centri di ricerca, l'Irpet e l'Iris, e la libera scuola di Artimino sullo sviluppo locale.

Già negli anni sessanta questo andirivieni fra ricerca empirica e riflessione generale si focalizza sullo sviluppo economico toscano, e sul pensiero di Marshall e i suoi studi sull'organizzazione industriale. Con ciò emerge in Becattini un'attenzione, poi sempre più profonda, su luoghi di vita e lavoro dove si possono strutturare in forma specializzata attitudini professionali, imprenditorialità diffusa, relazioni fiduciarie, accumulazione di capitale imbrigliata da consenso sociale, entro popolazioni animate da una forte volontà di autoaffermazione economica e sociale. I primi risultati si vedono con le pubblicazioni nel 1969 e nel 1975 delle ricerche condotte da Becattini e l'Irpet sull'industrializzazione leggera della Toscana (si veda su questi Becattini, 1999). Nel 1979 Becattini pubblica l'articolo di fondazione della "distrettualistica" contemporanea, dove recupera esplicitamente il concetto marshalliano di distretto industriale e lo propone come unità di indagine dei fenomeni di sviluppo industriale (Becattini, 1979). Le produzioni tipiche dell'industrializzazione toscana, e altre che caratterizzano percorsi analoghi soprattutto nelle regioni della *Terza Italia* o del *modello NEC*, sono il nucleo di quello che comincia a essere riconosciuto sui mercati mondiali come il *made in Italy*. Fondamentale sarà il confronto di Becattini su questi temi con Giorgio Fuà, Arnaldo Bagnasco, Sebastiano Brusco, e poi con Giuliano Conti. I due termini convergeranno nell'idea di *made in Italy distrettuale* che Becattini svilupperà negli anni ottanta e novanta, fino alla sintesi del Calabrone Italia sul modello di specializzazione italiano (Becattini, 2007).

In questa nota proponiamo un breve percorso entro premesse e implicazioni becattiniane di tale idea, così come sulla sua importanza attuale e in prospettiva.

L'industrializzazione leggera e la domanda frammentata e variabile

La lettura del motore della crescita economica della Toscana nel secondo dopoguerra in termini di industrializzazione leggera, proposta nelle pubblicazioni dell'Irpet, fu accolta dalle aspre critiche dell'*establishment* politico-intellettuale regionale e dallo scetticismo degli economisti accademici, con poche eccezioni. Lo scandalo stava nell'aver mostrato, pur con varie cautele, gli elementi di forza non casuale di un modello di specializzazione "leggero", fondato appunto su grappoli di prodotti a modesta

* Università di Firenze.

** Università di Parma.



intensità di capitale tecnico, ma ad alta professionalità artigiana, su nuclei di piccole imprese manifatturiere concentrate in determinate aree, fuori dai centri urbani maggiori e dal controllo delle grandi imprese, su un fitto reticolo di infrastrutture materiali e di scambi che collegava questi nuclei fra di loro e ai centri urbani maggiori. *Campagna urbanizzata* fu il termine coniato da Becattini per fissare l'immagine territoriale del modello toscano di specializzazione. Il concetto di economie esterne all'impresa, ma interne ai nuclei di piccole imprese della campagna urbanizzata, di derivazione marshalliana, era già esplicitato.

Il modello si completava con l'interpretazione del successo di mercato del grappolo di produzioni "tipiche" toscane (i beni per la persona e per la casa, insieme a vari prodotti intermedi e strumentali collegati, più le attività di servizio al turismo, pure in crescita), in termini di aggancio a tendenze della domanda in Italia e nei paesi sviluppati, soprattutto di quelli facenti parte del mercato comune europeo, sotto la spinta della grande crescita economica di quel periodo. Segmenti estesi delle classi medie e in parte operaie, superato il livello di reddito che permette di soddisfare i bisogni primari tramite beni e servizi standardizzati offerti dalla produzione di massa, volge il potere di acquisto in eccesso a beni di consumo via via a maggiore contenuto di differenziazione e variabilità. Lo stesso vale per una serie di servizi sociali e alla persona. Certamente il decollo industriale negli anni cinquanta è permesso anche da un'offerta di lavoro ampia, con la fuga di tanti giovani dalle campagne circostanti verso i centri industriali in crescita, che tiene bassi i salari. Ma il basso costo del lavoro non spiega tutto, anche perché le condizioni lavorative col decollo migliorano.

La varietà e variabilità nella domanda finale hanno effetti di induzione a monte per una serie vastissima di prodotti intermedi e strumentali, dai tessuti, alle pelli, e tanti altri prodotti, e sempre di più per la meccanica *leggera* di tutti i tipi. Tale domanda "frammentata e variabile", richiede un'organizzazione più flessibile di quella della grande impresa verticalmente integrata. Richiede il ritorno a una ricca varietà di laboratori immersi nella società, con capacità produttive versatili, attenzione artigiana, strutture commerciali articolate dai piccoli negozi ai *buyers* internazionali, pronte a ricevere e dare stimoli personalizzati a consumatori e produttori. Il *made in Italy*, di cui le produzioni tipiche toscane sono parte, si avvale poi di effetti di creatività e immagine legati alla straordinaria accumulazione storico-artistica del paese, con le sue innumerevoli peculiarità locali.

Come ricorda Becattini in vari scritti, i dibattiti internazionali sulle alternative alla produzione di massa, sulla specializzazione flessibile e sul post-fordismo non erano stati ancora lanciati dai ricercatori di grandi università estere, ma di qualcosa di simile, cioè di una tendenza neo-artigiana, si stava in effetti parlando nel piccolo laboratorio toscano, che poi diventa il laboratorio italiano anche per colleghi stranieri, per esempio Charles Sabel che intorno al 1980 lavora a Modena con Brusco.

Il distretto industriale e le traiettorie neo-artigiane

L'esplicitazione del distretto industriale nell'articolo del 1979 ha motivazioni articolate, su cui Becattini è tornato varie volte. Ci basta qui ricordare due aspetti. In primo luogo, il distretto industriale è un contesto complesso ed evolutivo per lo sviluppo delle economie esterne marshalliane, mentre il settore merceologico della teoria dei prezzi neo-classica non lo è, come aveva argomentato Piero Sraffa. Le economie esterne distrettuali comprendono, già per Marshall, l'apprendimento dei "misteri dell'industria" attraverso le reti sociali; la circolazione e il confronto delle conoscenze su cos'è un buon lavoro, su invenzioni e nuove idee per l'organizzazione degli affari; la crescita delle industrie sussidiarie (beni e servizi); l'utilizzo di macchinari altamente specializzati; la formazione di mercati locali per specifiche abilità e il supporto di strutture collettive da parte di vari enti pubblici e privati. La divisione del lavoro distrettuale combina economie esterne con economie di specializzazione e di versatilità. Ciò comporta



una mediazione fra principi industriali, che riducono i costi e aumentano le capacità produttive, e principi artigiani, rivolti ai bisogni di personalizzazione. Insomma, il distretto industriale può essere visto come una grande organizzazione produttiva *dis-integrata* capace di realizzare economie di scala e di varietà entro traiettorie di mercato neo-artigiane. In secondo luogo, il distretto industriale è una “entità socio-economica che cambia rimanendo sé stessa”: prima di essere un’organizzazione produttiva, è una società locale accomunata in modo forte e riconoscibile da un patrimonio culturale tangibile e intangibile fatto di identità locali, propensioni professionali e imprenditoriali, valori e istituzioni formali e informali. Comunanza o *coralità* di luogo, secondo un’espressione che Becattini userà nei suoi ultimi lavori (Becattini, 2015), sono la base per propensioni alla specializzazione produttiva che si articolano a seconda dell’aprirsi di finestre di opportunità sui mercati esterni e della capacità nel presidiare e adattare tali finestre.

Il decennio successivo alla pubblicazione del 1979 vede Becattini impegnato su vari fronti, con collaboratori e colleghi: di nuovo la storia del pensiero economico, l’affinamento del concetto di distretto industriale, i metodi di ricerca statistica a larga scala su sistemi locali del lavoro e distretti, le politiche di sviluppo locale anche per il Mezzogiorno, il confronto con linee di ricerca internazionale. I distretti industriali sono riconosciuti da un numero crescente di studiosi come la struttura portante dell’industrializzazione leggera in molte regioni italiane. Rispetto alla Toscana, in Lombardia, come in Emilia-Romagna e in Veneto, la meccanica leggera e altre specializzazioni distrettuali a medio-alta intensità tecnologica hanno importanza relativamente maggiore di quella delle produzioni in beni per la persona e per la casa.

In quegli anni, l’impegno più duraturo per Becattini, col quale tutti gli altri sono combinati, è la ricerca per il quarto volume della Storia di Prato, sul periodo contemporaneo, che Fernand Braudel lo ha invitato a coordinare nel 1979. La ricerca, conclusa nel 1997, offre a Becattini la possibilità di toccare con mano un laboratorio reale del concetto di distretto industriale, cioè l’area pratese, con la storia lunga, civica e imprenditoriale, della sua società locale, la specializzazione tessile che torna ad affermarsi dopo la prima guerra mondiale. Fra la fine della seconda guerra mondiale e i primi anni cinquanta la metamorfosi della struttura produttiva, con la crisi dei lanifici verticalmente integrati, e lo sviluppo del tessuto di piccole imprese specializzate, segna la nascita del distretto industriale pratese nelle sue forme contemporanee.

La definizione del *made in Italy* distrettuale

Durante gli anni novanta si estende l’interesse sui temi distrettuali da parte di istituzioni e studiosi internazionali: es. l’International Institute for Labour Studies di Ginevra, con la sua campagna di ricerca sulle piccole imprese e i distretti industriali (si veda il ricordo in Sengenberger, 2003). Incoraggiato anche da questo interesse, Becattini si convince che occorra una nuova interpretazione dello sviluppo post-bellico dell’Italia (progetti Murst-Cnr 1995-1997). È in questo ambito che propone di caratterizzare il *made in Italy* sulla base del rapporto peculiare coi distretti industriali. Una serie di suoi interventi sul punto sono raccolti in un volume (Becattini, 1998), che ospita anche una versione breve di un articolo pubblicato su “Sviluppo locale” (Becattini e Menghinello, 1998), sintesi di uno studio per il Ministero del Commercio con l’Estero.

Lo scritto breve si apre (p. 124) con due domande e un’affermazione: «Quali sono il peso e il ruolo del *made in Italy* sulle esportazioni nazionali di manufatti? In che modo lo sviluppo e il successo del *made in Italy* si intrecciano col tessuto produttivo dei distretti industriali italiani? Le risposte a queste domande sono cruciali per disegnare una politica industriale che rafforzi davvero i punti di eccellenza dell’economia italiana, evitando cioè quei velleitarismi che, per quanto ripetutamente sconfitti dalla storia, si ripresentano ognora sotto nuove vesti» (lo *ognora* ci sembra valga anche nel 2017!).



L'idea è che il *made in Italy* non sia frutto di logiche settoriali che poi si calano in qualche organizzazione produttiva più o meno localizzata, quanto risultato di specializzazioni produttive che nascono dalle società locali con le loro conoscenze e regole di convivenza, che evolvono secondo proprie traiettorie, entro ambiti regionali e nazionali. In altre parole, se si vuole comprendere la produzione del *made in Italy* tessile, occorre andare a vedere i distretti di Biella, Prato, Schio e pochi altri sistemi locali ad alta specializzazione tessile. D'altra parte, ciò che i dati settoriali dicono del modello di specializzazione italiano, che si afferma negli anni settanta e si mantiene negli anni successivi, è che esso è caratterizzato dal grappolo di prodotti tipici delle traiettorie dell'industrializzazione leggera distrettuale: beni per la persona e per la casa e relativi beni intermedi, meccanica correlata. Non si tratta di un coacervo irrelato, bensì di un grappolo di beni che fanno sistema. Difatti, il consumatore che sceglie scarpe italiane tenderà a scegliere anche vestiti e accessori italiani. Inoltre, se la produzione di tessuti o di pelli conciate è innovativa e di elevata qualità, le imprese che producono abbigliamento o prodotti in pelle se ne avvantaggeranno e viceversa.

L'applicazione statistica del 1997 non dispone ancora di dati del commercio internazionale a livello di sistemi locali del lavoro; quindi viene effettuata una stima sulla base dell'identificazione delle cosiddette *province distrettuali*, cioè province ad alto grado di presenza di distretti industriali identificati a livello di sistemi locali del lavoro. La stima porta a identificare il peso di specializzazioni del *made in Italy* distrettuale tipico (cioè, beni per la persona e per la casa) *diretto* e *indiretto*. La componente diretta è quella dei beni di consumo finale; la componente indiretta è quella di prodotti intermedi, complementari, strumentali e residuali rispetto ai primi. La meccanica leggera non viene calcolata nella sua completezza, ma solo nella parte che contribuisce (almeno potenzialmente) alle filiere dei prodotti tipici. La stima porta a definire una quota prossima al 22 per cento dell'export italiano stabilmente rappresentato dal *made in Italy* distrettuale fra il 1985 e il 1995. Il 22 per cento può sembrare una quota bassa. Tuttavia, Becattini e Menghinello osservano che: a) appare stabile; b) le produzioni distrettuali di *made in Italy* indiretto alimentano sistemi produttivi non distrettuali di beni di consumo finali che esportano; c) il *made in Italy* distrettuale può fare da trascinamento di immagine per imprese che producono beni simili entro sistemi locali meno specializzati. Infine, viene rilevato che fra il 1985 e il 1995 il peso del *made in Italy* distrettuale indiretto cresce dal 34 al 41 per cento. Considerando che le produzioni della componente indiretta hanno in genere una più alta intensità tecnologica, rispetto a quelle della componente diretta, Becattini e Menghinello vi leggono una tendenza alla diversificazione fisiologica del *made in Italy* distrettuale e con questa un'indicazione di valore più generale (p. 128): «L'incentivazione dell'alta tecnologia o di produzioni anche avveniristiche dev'essere fatta a partire da quegli accumuli di conoscenze produttive, pratiche e teoriche, e da quegli sbocchi di mercato che, da un lato, sono costati immensi sacrifici e hanno richiesti tesori di operosità e creatività nei decenni passati; e dall'altro ci hanno consentito di pagar le nostre bollette energetica e alimentare».

Naturalmente, le esportazioni dei sistemi locali distrettuali sono più elevate, sia per la presenza di specializzazioni meccaniche e di altri settori non legati al *made in Italy* tipico; sia per presenza di vari settori esportatori anche nei distretti con specializzazioni tipiche. I calcoli successivamente effettuati dall'Istat a livello di sistemi locali del lavoro (Istat, 2002) stimeranno il contributo dei distretti industriali alle esportazioni nazionali di manufatti per il 1996 complessivamente pari al 46 per cento, con valori massimi pari al 67 per cento nel tessile-abbigliamento e nei manufatti in cuoio e pelle.

Dibattiti recenti e prospettive

Quanto richiamato sopra si presterebbe a vari approfondimenti, sia su alcuni correlati marshalliani a riguardo di leadership industriali, spirito nazionale e locale, ed economie esterne; sia su diramazioni del pensiero di Becattini in tema di matrici di scambi luoghi-settori e di riserve sui modelli della Neg, e in tema di federalismo solidale globale e politiche di sviluppo a partire dalla coscienza dei luoghi.



Concludiamo con due brevi osservazioni su dibattiti recenti a proposito delle tendenze al cambiamento del modello di specializzazione italiano e dell'importanza relativa fra distretti e città, e dentro ai distretti fra piccole e medie imprese e imprese di dimensione medio-grande. Analisi aggiornate presentate e discusse negli Incontri di Artimino sullo sviluppo locale, e raccolte negli atti, mostrano il proseguire della tendenza, anche negli ultimi due decenni, all'incremento del ruolo, entro il commercio internazionale italiano, del *made in Italy* indiretto, della meccanica, di attività produttive a medio-alta tecnologia e di servizi ad alta intensità di conoscenza tecnologica. Tale tendenza non è in contraddizione con la perdurante importanza quantitativa per l'economia italiana dei sistemi locali distrettuali, come già ricordato sopra, specie quando questi esprimano fattori imprenditoriali e organizzativi adeguati, per esempio in termini di crescita della presenza di imprese medio-grandi in essi radicate, che operano attraverso reti trans-locali e internazionali. Naturalmente, a fronte delle sfide della fase recente della globalizzazione e della grande crisi esplosa nel 2007-2008, le traiettorie di cambiamento dentro e fra i distretti tendono a essere eterogenee.

Infine, analisi comparative sulle specializzazioni produttive e sulle performance dei sistemi locali urbani e distrettuali hanno messo in evidenza come le città ospitino una parte non insignificante del *made in Italy*, con livelli di produttività (in valore) più elevati degli analoghi distrettuali. Sarebbe interessante entrare nel merito di questi processi in atto attraverso il pensiero becattiniano, ma rinviando a un'altra occasione. Tuttavia, ci sia consentito ricordare che anche per Becattini è sempre stato scontato che alcune funzioni ad alto valore aggiunto connesse alle filiere distrettuali potessero essere localizzate nelle principali città delle regioni distrettuali; come, del resto, avveniva anche per distretti, città e regioni industriali dei tempi di Marshall. Certe tendenze della globalizzazione contemporanea hanno accresciuto il valore aggiunto delle fasi produttive a localizzazione urbana, anche in Italia, insieme all'intervento più incisivo a opera di imprese medio-grandi e di multinazionali. Ciò nonostante, la resilienza adattiva al cambiamento di molti distretti industriali permette di mantenere al loro interno un saldo presidio delle fasi operative strategiche relative alla personalizzazione di prodotti e servizi, come sembrano indicare anche i dati relativi al periodo post-crisi analizzati nei Rapporti ICE degli ultimi anni.

Nota bibliografica di approfondimento

Becattini G. (1979), *Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità d'indagine dell'economia industriale*, "Rivista di Economia e Politica Industriale", 1, pp. 7-21.

Becattini G. (1998), *Distretti industriali e made in Italy. Le basi socioculturali del nostro sviluppo economico*, Torino, Bollati Boringhieri.

Becattini G. (1999), *L'industrializzazione leggera in Toscana. Ricerca sul campo e confronto delle idee*, Milano, Franco Angeli.

Becattini G. (2007), *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana*, Bologna, Il Mulino.

Becattini G. (2015), *La coscienza dei luoghi. Il territorio come soggetto corale*, Roma, Donzelli.

Becattini G. e Menghinello S. (1998), *Contributo e ruolo del made in Italy distrettuale nelle esportazioni nazionali di manufatti*, "Sviluppo locale", V. 9, pp. 5-41.

Istat (2002), *Le esportazioni dei sistemi locali del lavoro*, a cura di S. Menghinello, Roma, Istat.

Sengenberger W. (2003), Foreword, in: Becattini G., Bellandi M., Dei Ottati G., Sforzi F., *From Industrial Districts to Local Development. An Itinerary of Research*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. IX-XI.



Concentrazione e diversificazione delle esportazioni regionali

di Maria Serena Causo e Adele Vendetti *

L'evoluzione dell'export delle regioni italiane riflette sia la diversa dotazione ed efficienza dei fattori materiali e immateriali alla base della capacità competitiva dei singoli territori, sia la presenza di un differente modello di specializzazione regionale all'export a livello di prodotti, di mercati, ma anche di organizzazione delle imprese esportatrici nel territorio. Quest'ultimo aspetto, se da un lato fornisce specifiche opportunità di crescita sui mercati esteri, dall'altro ne condiziona la capacità di reagire alle crisi globali nella prospettiva di una diversa dipendenza da specifici mercati o prodotti, nonché dalla *performance* di imprese particolarmente influenti sulla dinamica complessiva delle esportazioni regionali.

A partire dal 2000, le esportazioni delle regioni italiane mostrano un crescente divario nei risultati conseguiti sui mercati internazionali, solo in parte condizionato dall'evoluzione complessiva delle esportazioni nazionali (grafico 1).

Grafico 1 - Dinamica delle esportazioni italiane

Tasso di crescita delle esportazioni nazionali (2000-2016) e coefficiente di variazione dei tassi di crescita normalizzati delle esportazioni regionali (2000=100)



Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Dagli anni pre-crisi internazionale del 2009, caratterizzati da una fase espansiva delle esportazioni nazionali, si osserva un progressivo aumento della dispersione nei tassi di crescita delle esportazioni regionali¹,

* Istat.

1 Il coefficiente di variazione delle esportazioni regionali è calcolato sui rapporti percentuali tra l'export regionale dell'anno corrente t rispetto all'anno di riferimento 2000. In particolare, per ogni anno t , $CV_t = \frac{\sigma_t}{\mu_t} \times 100$, dove:

$$\sigma_t = \sqrt{\frac{1}{N-1} \sum_{n=1}^N \left(\frac{x_{n,t}}{x_{n,2000}} - \mu_t \right)^2} \text{ e } \mu_t = \frac{1}{N} \sum_{n=1}^N \frac{x_{n,t}}{x_{n,2000}} \text{ con } t=2000, \dots, 2016 \text{ e } N=20.$$



a indicare una crescente variabilità delle dinamiche territoriali. Fanno eccezione il 2009, in cui si registra un parziale allineamento delle *performance* regionali in corrispondenza della caduta dell'esportazioni italiane, e il biennio successivo al 2012 in cui si osserva una minore dispersione dei tassi di crescita regionali. L'anno 2016 risulta comunque quello che si caratterizza per il maggiore livello di dispersione nell'evoluzione delle esportazioni regionali, su cui pesa anche la rapida crescita dell'export di alcune regioni come la Basilicata.

Al fine di porre in relazione la crescente variabilità riscontrata nella *performance* regionale all'export con il grado di dipendenza delle esportazioni regionali da un numero limitato di settori, prodotti, mercati o dalla *performance* di un numero limitato di imprese, si è scelto di utilizzare l'indice di Herfindahl-Hirschman (HH)² come misura del grado di concentrazione delle esportazioni regionali. Per il calcolo degli indici di concentrazione a livello regionale sono stati utilizzati i dati sul commercio con l'estero³, per diversi livelli di disaggregazione delle tipologie merceologiche. In particolare, l'indice è stato calcolato a livello di sottosezioni e categorie della *Classificazione delle attività economiche Ateco 2007*, e di singolo prodotto (Nc8) codificato secondo la *Nomenclatura combinata delle merci*. La Tavola 1 riporta nelle prime colonne i valori dell'indice di Herfindahl-Hirschman a livello regionale, con riferimento all'anno 2016. I dati ordinati dal valore più basso dell'indice (maggiore diversificazione merceologica dell'export) al valore più elevato (maggiore concentrazione), restituiscono un quadro di evidente diversità fra le varie regioni.

La Puglia e la Liguria registrano una diversificazione settoriale all'export maggiore rispetto alle altre regioni, sebbene per comparti più dettagliati siano mediamente differenziate. Segue la Lombardia che si caratterizza per una differenziazione molto marcata a livello di comparti e di prodotti. Nel complesso, le regioni del Nord d'Italia mostrano per comparto e prodotto un livello dell'indice di concentrazione molto basso, a indicare una struttura dell'export estremamente differenziata e basata su una varietà di categorie merceologiche piuttosto ampia.

All'estremo opposto troviamo regioni come la Sardegna e la Basilicata, con alta polarizzazione dell'export su pochi comparti e una forte dipendenza da specifiche tipologie di prodotto. In base al livello di differenziazione è possibile individuare tre tipologie di regioni: quelle che presentano una struttura merceologica diversificata, le regioni mediamente diversificate e infine le regioni dipendenti da un numero limitato di prodotti.

Nelle colonne centrali, la tavola 1 riporta le quote cumulate delle esportazioni relative alle principali categorie merceologiche rispetto al totale delle esportazioni regionali. A conferma di quanto mostrato dall'indice HH, l'export delle regioni a più elevata concentrazione merceologica è sostenuto da un numero limitato di settori, mentre l'export delle regioni caratterizzate da una maggiore diversificazione è sostenuto da una base settoriale più ampia.

È interessante approfondire quanto la diversificazione regionale all'export sia associata alla molteplicità di operatori all'export, e quindi sia un effetto dell'eterogeneità della popolazione delle imprese, e quanto invece sia dovuta a una differenziazione dell'export a livello di singolo operatore. Per rispondere a questa domanda, si è fatto ricorso a due indicatori medi regionali di concentrazione per operatore, ovvero la media aritmetica degli indicatori HH degli operatori e la media pesata con la quota

² L'indice HH è $\sum_{i=1}^n (S_i)^2$, dove S_i sono le quote di export regionale relative ad una tipologia merceologica i , rispetto al totale delle esportazioni della regione. L'indice assume valori compresi tra 1, in caso di massima concentrazione e $1/n$ a cui corrisponde la massima diversificazione. Il livello n relativo alle diverse aggregazioni merceologiche considerate è pari a 22 per le sottosezioni Ateco (colonna 2), a 356 per le categorie Ateco (colonna 3) e a 9.428 per i prodotti della Nomenclatura combinata 2016 (colonna 4).

³ Per i dati contenuti in questo paragrafo si fa riferimento alle variabili derivanti dal sistema di indagini sul commercio con l'estero di merci di fonte Istat.



in valore dell'operatore sull'export regionale⁴ (ultime due colonne di tavola 1). Entrambi gli indicatori per impresa forniscono risultati interessanti. Al contrario del caso precedente, tutte le regioni presentano valori elevati degli indici. La diversificazione merceologica regionale globale sembra essere quindi influenzata in larga misura dalla molteplicità ed eterogeneità delle imprese presenti sul territorio, più che da una varietà merceologica dell'export attivato dal singolo operatore. L'indicatore ottenuto come media pesata mostra una sensibilità più elevata al contesto regionale, con regioni per le quali l'export dei principali operatori è maggiormente differenziato rispetto alla media (Valle d'Aosta, Piemonte e Umbria). Al contrario, i principali operatori della Basilicata e della Sardegna mostrano una maggiore specializzazione dell'export rispetto alla media degli operatori.

Tavola 1 - Graduatoria delle regioni per grado di diversificazione settoriale dell'export e quote percentuali (anno 2016)

Indici di concentrazione merceologica e quota delle categorie merceologiche prevalenti (Ateco 5) sul totale dell'export regionale

Ordinamento effettuato rispetto alla colonna Sottosezioni

Regione	Indice di concentrazione merceologica regionale HH			Quota delle categorie merceologiche prevalenti sull'export regionale			Indice di concentrazione merceologica media per operatore HH	
	sotto sezioni Ateco	categorie Ateco	prodotti	prime 5 categorie	prime 10 categorie	prime 20 categorie	categorie Ateco	
							indice semplice	indice pesato
Puglia	0,103	0,044	0,032	36,7	55,2	74,0	0,87	0,82
Liguria	0,108	0,037	0,023	36,0	50,0	64,0	0,87	0,76
Lombardia	0,111	0,012	0,002	13,1	23,1	37,9	0,80	0,71
Trentino-Alto Adige/Südtirol	0,111	0,024	0,012	27,3	38,6	53,7	0,84	0,76
Veneto	0,122	0,015	0,003	18,9	29,5	44,6	0,83	0,73
Marche	0,126	0,051	0,023	40,2	51,2	63,7	0,86	0,78
Umbria	0,128	0,028	0,010	26,9	41,6	58,8	0,86	0,71
Campania	0,130	0,043	0,016	38,2	48,6	61,8	0,88	0,83
Piemonte	0,134	0,030	0,007	29,4	38,8	52,3	0,85	0,70
Friuli-Venezia Giulia	0,139	0,034	0,020	33,1	44,5	58,1	0,83	0,78
Toscana	0,143	0,030	0,012	31,0	46,0	63,8	0,84	0,72
Emilia-Romagna	0,144	0,021	0,007	25,0	37,0	50,6	0,83	0,71
Calabria	0,170	0,059	0,028	43,9	56,8	72,1	0,90	0,86
Lazio	0,190	0,151	0,058	54,4	63,6	73,3	0,85	0,79
Molise	0,207	0,139	0,111	71,3	79,9	88,0	0,89	0,82
Abruzzo	0,264	0,194	0,098	54,6	65,7	76,4	0,87	0,86
Sicilia	0,309	0,224	0,057	63,1	73,4	84,3	0,88	0,77
Valle d'Aosta	0,344	0,156	0,075	65,4	78,4	90,2	0,83	0,62
Sardegna	0,667	0,664	0,150	88,8	92,4	96,3	0,89	0,96
Basilicata	0,705	0,677	0,275	91,7	94,4	97,4	0,88	0,97

Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

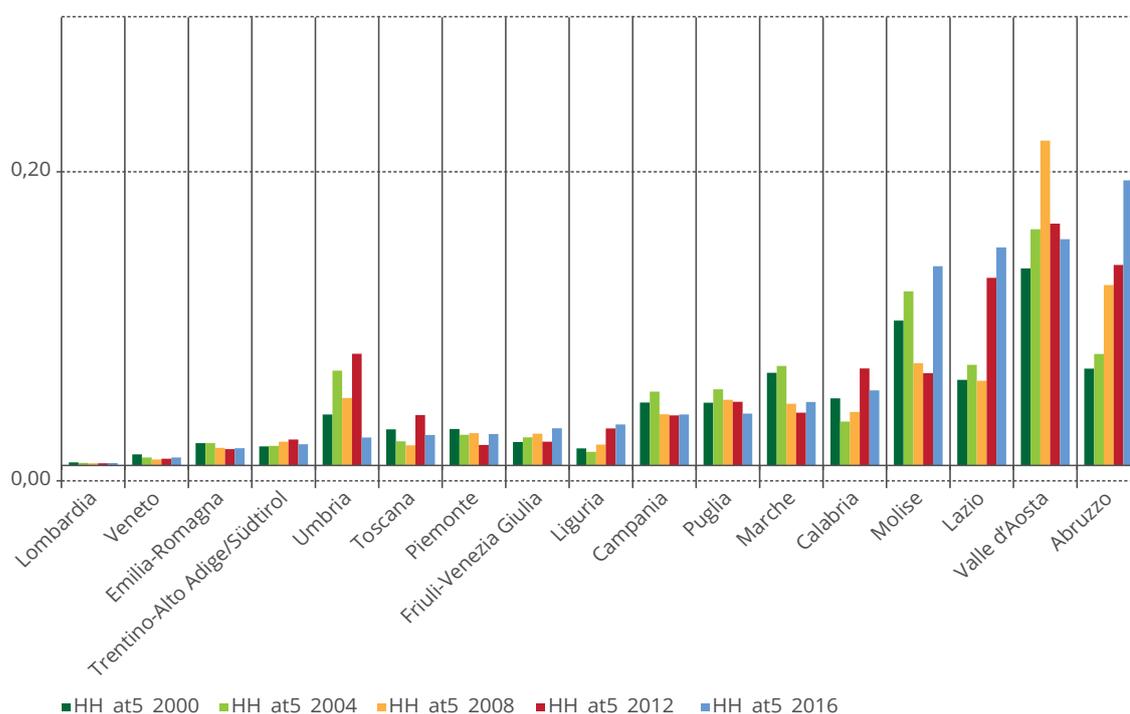
⁴ Media aritmetica degli HH degli operatori: $\frac{1}{N} \sum_{j=1}^N HH_j$, dove $HH_j = \sum_{i=1}^n (S_{ij})$, dove l'indice i si riferisce alle categorie Ateco. Media aritmetica ponderata degli HH degli operatori: $\sum_{j=1}^N S_j * HH_j$. In questo caso, S_{ij} indica la quota di export regionale dell'operatore j relativa ad una categoria Ateco i , rispetto al totale delle esportazioni regionali dello stesso operatore, mentre S_j rappresenta la quota dell'operatore j sull'export regionale.



Gli indicatori di diversificazione merceologica sono stati calcolati per diversi anni, al fine di rilevare possibili effetti di redistribuzione merceologica dell'export durante e dopo il periodo di crisi economica (grafico 2)⁵. Non emerge un comportamento omogeneo: si osservano gruppi di regioni con diversificazione in calo (Abruzzo, Lazio e Liguria), in crescita (Emilia Romagna), con andamento a U (Veneto, Toscana, Marche e Calabria) o a U rovesciata (Umbria e Valle d'Aosta). La Lombardia mantiene una diversificazione costante negli anni osservati.

Grafico 2 - Diversificazione merceologica dell'export delle principali regioni italiane

Indice di concentrazione di Herfindahl-Hirschman per categoria merceologica (Ateco 5) (anni 2000, 2004, 2008, 2012, 2016)



Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Un'altra interessante caratteristica strutturale dell'export è quella relativa alla diversificazione rispetto al mercato di sbocco, ovvero al paese di destinazione delle esportazioni regionali, a cui è associata una maggiore o minore vulnerabilità rispetto a mutamenti del quadro internazionale. Anche in questo caso, la diversificazione è stata misurata utilizzando l'indice di Herfindahl-Hirschman calcolato in base alle quote di export regionale destinate ai diversi continenti, subcontinenti e Paesi (tavola 2). In questo caso, la numerosità n è pari a 5 continenti, 10 subcontinenti e 249 paesi.

Rispetto alla specializzazione merceologica, quella per paese di destinazione presenta differenze meno ampie fra le varie regioni. Le regioni mostrano nel complesso valori relativamente bassi dell'indice di concentrazione, a indicare una maggiore omogeneità in termini di specializzazione geografica rispetto a quanto non si riscontri in termini di specializzazione merceologica.

Tale differenza è evidente dal confronto grafico fra i due indici di concentrazione (grafico 3), da cui emergono chiaramente 3 cluster di regioni con diverse caratteristiche di diversificazione merceologica, mentre non si notano evidenti cluster a livello di diversificazione geografica.

⁵ Il grafico non include le tre regioni con i valori dell'indice più elevati (Basilicata, Sardegna e Sicilia) e che presentano un comportamento *outlier* rispetto alle altre regioni.

Tavola 2 - Graduatoria delle regioni per grado di diversificazione geografica dell'export

Indice di concentrazione per mercati di destinazione (anno 2016)

Ordinamento effettuato rispetto alla colonna continenti

Regione	Indice di concentrazione Herfindahl-Hirschman		
	continenti	sub-continenti	paesi
Liguria	0,335	0,243	0,037
Molise	0,383	0,315	0,123
Sardegna	0,388	0,261	0,068
Sicilia	0,393	0,250	0,038
Toscana	0,418	0,261	0,057
Calabria	0,427	0,247	0,058
Campania	0,435	0,297	0,051
Basilicata	0,447	0,418	0,212
Friuli-Venezia Giulia	0,464	0,349	0,069
Emilia-Romagna	0,465	0,353	0,051
Lombardia	0,484	0,339	0,049
Veneto	0,508	0,377	0,048
Puglia	0,528	0,325	0,056
Piemonte	0,533	0,367	0,062
Umbria	0,546	0,426	0,066
Marche	0,549	0,397	0,049
Lazio	0,552	0,458	0,075
Trentino-Alto Adige/Südtirol	0,618	0,498	0,098
Valle d'Aosta	0,640	0,356	0,122
Abruzzo	0,692	0,595	0,092

Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Infine, per valutare quanto l'export regionale sia sostenuto da una base ampia di operatori attivi sui mercati esteri, è stato misurato l'indice di concentrazione regionale HH in termini di operatori.

I risultati, riportati in tavola 3 insieme alle quote cumulate di export associate ai principali operatori, mostrano un ordinamento molto simile a quello osservato per la differenziazione merceologica. L'export delle regioni a bassa differenziazione merceologica è sostenuto da un numero esiguo di operatori.

In conclusione, gli indicatori di Herfindahl-Hirschman forniscono un quadro di concentrazione merceologica regionale dell'export italiano piuttosto chiaro, con una evidente polarizzazione e una diversificazione crescente da Sud a Nord. Anche gli indici calcolati per operatore restituiscono uno scenario simile all'indicatore merceologico.

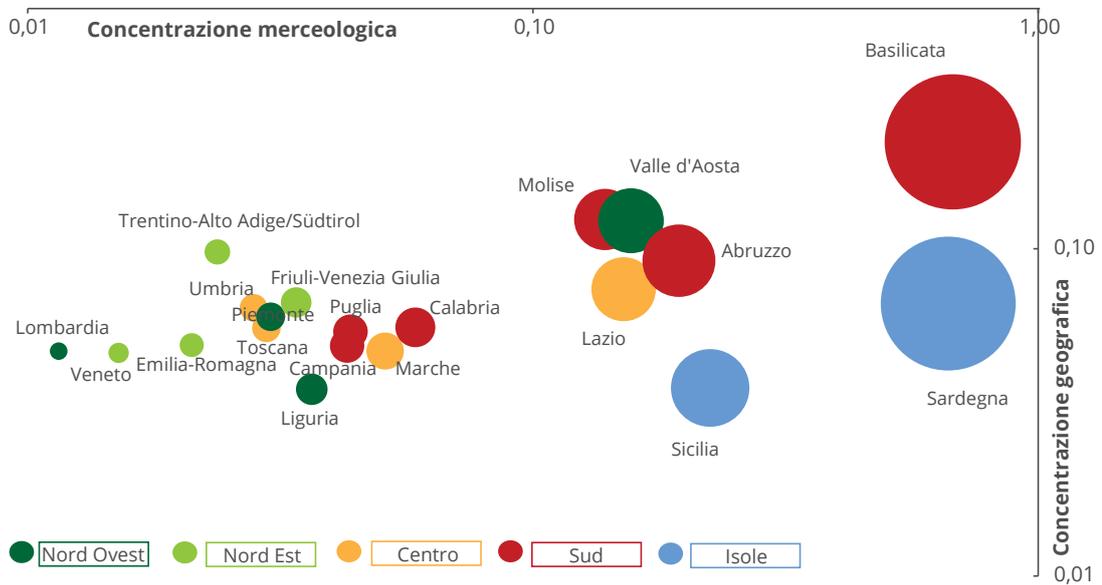
Al contrario, la diversificazione per paese di destinazione mostra risultati diversi. In questo contesto, sembra che i fenomeni strutturali abbiano un'influenza minore rispetto all'aspetto merceologico.

Sintetizzando i due aspetti, risulta evidente che le regioni, come la Sardegna e la Basilicata, che presentano una struttura settoriale concentrata, e una base ridotta di operatori attivi in pochi paesi di sbocco, risultano maggiormente vulnerabili alle crisi globali. Al contrario, le regioni con una maggiore differenziazione sia dei mercati sia della struttura merceologica sembrano poter meglio reagire, grazie ad una struttura delle esportazioni più complessa e diversificata, alle crisi globali.



Grafico 3 - Diversificazione dell'export delle regioni italiane per categoria merceologica e paese di destinazione

Indici di concentrazione di Herfindahl-Hirschman, in scala logaritmica (anno 2016)



Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Tavola 3 - Diversificazione dell'export regionale in termini di operatori (anno 2016)

Indici di concentrazione in termini di operatori e quota dell'esportazioni dei principali operatori economici
Ordinamento effettuato rispetto alla colonna continenti

Regione	Indice di concentrazione Herfindahl-Hirschman	Quota dell'export dei principali operatori sul totale regionale		
		primi 10 operatori	primi 25 operatori	primi 50 operatori
Lombardia	0,001	8,3	13,7	18,9
Veneto	0,003	10,5	16,6	23,1
Emilia-Romagna	0,004	13,6	23,4	32,5
Trentino-Alto Adige/Südtirol	0,008	21,0	36,6	52,6
Toscana	0,011	26,0	35,1	42,5
Campania	0,011	25,4	36,8	47,7
Marche	0,012	30,4	42,3	51,7
Piemonte	0,013	24,8	34,4	41,8
Lazio	0,024	42,7	61,8	71,3
Friuli-Venezia Giulia	0,025	35,8	48,1	58,3
Liguria	0,027	44,6	59,2	68,9
Calabria	0,030	39,6	57,2	71,2
Umbria	0,032	37,1	54,1	69,1
Puglia	0,034	47,2	61,0	68,9
Abruzzo	0,097	59,4	70,6	78,9
Sicilia	0,113	66,9	74,2	79,6
Molise	0,118	75,6	87,2	94,4
Valle d'Aosta	0,290	83,5	93,3	96,8
Basilicata	0,341	92,8	96,5	98,3
Sardegna	0,647	90,2	94,1	96,4

Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

L'integrazione internazionale delle regioni dei principali paesi europei

di Giovanni Mastronardi,* Elena Mazzeo** e Gianfranco Viesti***

In questo contributo¹ sono messi a confronto i dati delle esportazioni delle 77 regioni dei cinque principali paesi dell'Europa occidentale, sulla base di una originale ricostruzione statistica a partire da fonti nazionali.² L'analisi delle esportazioni regionali presenta molti aspetti di rilevante interesse. I fenomeni di sviluppo economico e di industrializzazione avvenuti in Europa negli ultimi due secoli sono infatti caratterizzati da una notevole varietà e variabilità regionale. Infatti, come messo in luce sin dall'analisi di Sidney Pollard³ e sviluppato dal filone di studi della nuova geografia economica⁴, all'interno dei principali paesi si sono avuti fenomeni molto differenziati di sviluppo, a partire sia dalle diverse condizioni primarie di origine (*first nature*) sia dalla successiva interazione, nel lungo periodo, di fattori localizzati di domanda, di offerta e tecnologici (condizioni *second nature*) che hanno favorito o meno tali processi. L'analisi dell'andamento delle esportazioni a livello nazionale è fondamentale per evidenti ragioni. Tuttavia non va mai trascurato che dimensione, struttura e dinamiche delle esportazioni dei sistemi-paese sono sempre la somma di condizioni e *performance* di aree sub-nazionali, regionali, che possono presentare differenze anche notevoli. In assenza di dati sui flussi interregionali (vendite fra regioni

* Università dell'Aquila.

** Ice.

*** Università di Bari.

1 Hanno collaborato Marco De Angelis (Istat) autore delle cartine e Antonio Lembo (Ice) nelle elaborazioni dei dati.

2 I dati utilizzati sono tutti ricavati da fonti pubbliche. I valori delle esportazioni sono stati mutuati dalle fonti nazionali: "Le chiffres du commerce extérieur" per le regioni francesi (http://lekiosque.finances.gouv.fr/portail_default.asp); "Regionaldatenbank Deutschland" per quelle tedesche (<https://www.regionalstatistik.de/genesis/online>); "Istat" per le regioni italiane (<http://www.istat.it>); "HM Revenue & Customs" per quelle del Regno Unito (<https://www.uktradeinfo.com/Statistics/RTS>); "Data Comex" per le regioni spagnole (<http://datacomex.comercio.es>). Gli altri dati, relativi al Pil valutato in base al potere di acquisto e alla popolazione media annua sono stati invece estratti dalla banca dati dell'Unione Europea, Eurostat (<http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>). I dati delle esportazioni si riferiscono al totale delle merci. Le regioni considerate sono 77. Quelle della Germania (*Bundesländer*) e del Regno Unito (*Government Office Regions* - unità statistiche ma non anche enti territoriali dotati di personalità giuridica) sono aree di primo livello della Nomenclatura europea delle unità territoriali statistiche (NUTS); quelle di Francia, Italia e Spagna sono di secondo livello. La scelta di utilizzare aree di diverso livello è derivata da due circostanze. In primo luogo, a causa della natura e della disponibilità dei dati; in secondo luogo per la sufficiente omogeneità tra gruppi di aree dell'insieme studiato, simili in termini di grandezza indicata dalla popolosità. Nell'insieme delle aree non è stata inclusa la Corsica a causa della esiguità dei valori e della loro alta erraticità. Questi stessi elementi e il fatto che non appartengono al territorio e, quindi, strettamente all'economia europea hanno indotto a tralasciare anche i cosiddetti Dipartimenti d'oltremare della Francia - Guadalupa e Martinica (America centrale), Guyana Francese (Sud America), Riunione e Mayotte (Africa) - e le Città Autonome di Ceuta e Melilla, territori spagnoli in Marocco. Si ringrazia della collaborazione nell'elaborazione dei dati Antonio Lembo (Ice).

3 Pollard S. (1984), *La conquista pacifica*, Il Mulino.

4 I modelli della nuova geografia economica forniscono un notevole contributo alla comprensione dei fenomeni dello sviluppo. Stando a questo approccio, alcune regioni hanno evidenti vantaggi oggettivi, definibili di *first-nature*, sulle altre: risorse naturali, clima, posizione geografica; esse spiegano con relativa facilità il loro successo e l'agglomerazione di attività economiche. Ma quale che sia la causa prima delle agglomerazioni, il punto chiave è che si sviluppano ulteriori, più importanti, vantaggi *second-nature*, proprio a partire dalle agglomerazioni iniziali, tramite effetti di domanda, di offerta e tecnologici: Krugman P. (1993), *First nature, second nature and metropolitan location*, "Regional Science", n. 33; Gallup S.L., Sachs J.D. e Mellinger A.D. (1999), *Geography and Economic Development*, "International Regional Science Review", n. 22.

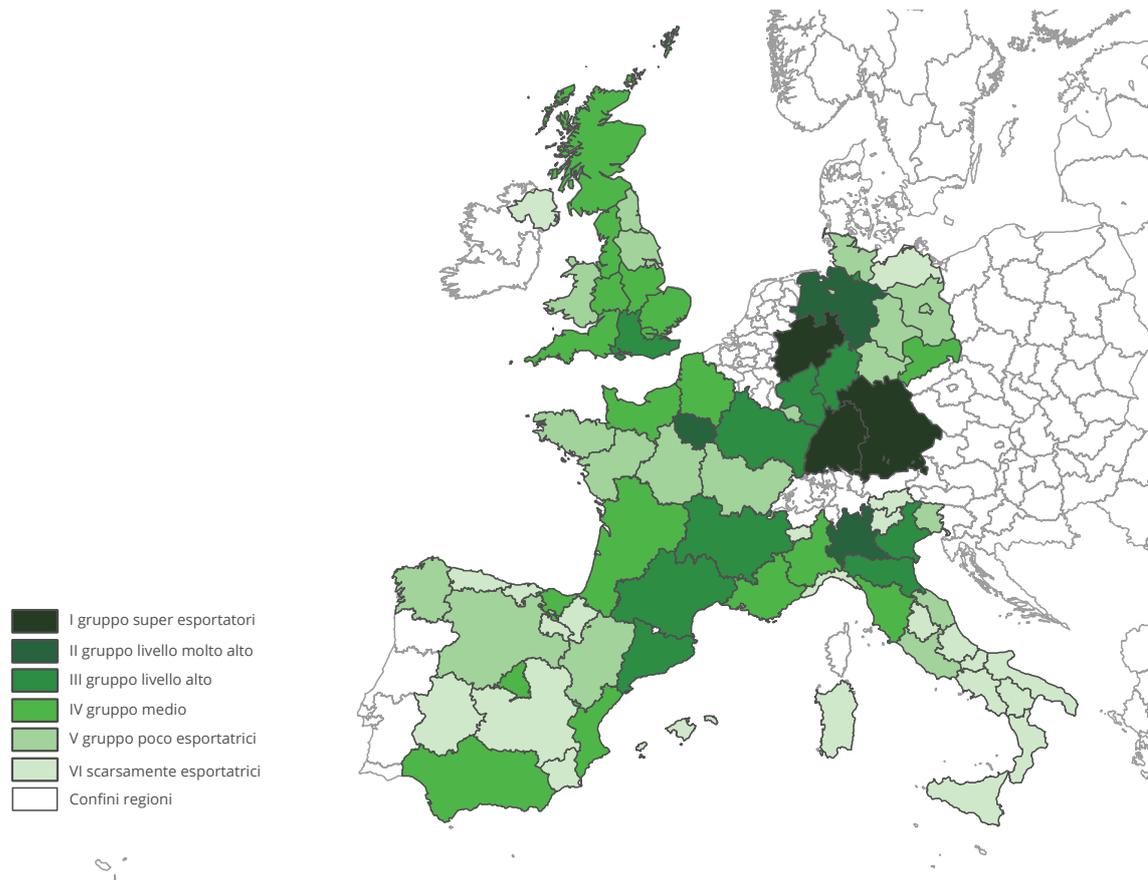




all'interno dei paesi) il valore delle vendite di ciascuna regione verso l'estero è il principale indicatore della capacità delle sue imprese di vendere beni a consumatori relativamente lontani, superando i limiti della domanda locale, e sfruttando economie di scala, di varietà e di apprendimento.⁵

Cartina 1 - Valore delle esportazioni regionali

Media annua 2015-2016



Fonte: elaborazioni su dati Istat e Istituti di statistica nazionali

Quali sono le principali regioni esportatrici dei cinque principali paesi europei? La risposta a questa domanda consente di evidenziare con chiarezza i fenomeni di concentrazione territoriale delle attività economiche competitive al di fuori dei mercati locali. Questi sono, come si vedrà, notevoli: le 77 regioni possono essere suddivise in sei gruppi con una dimensione delle esportazioni assai differente (cartina 1). Tre regioni, tutte tedesche, si staccano nettamente da tutte le altre perché hanno un valore delle esportazioni annuo, nel 2015-16, compreso fra 180 e 195 miliardi (nonostante un quinto delle

⁵ Cautela va adoperata nella lettura dei dati nell'Europa contemporanea. A seguito del Mercato unico e dell'assoluta assenza di ostacoli al movimento dei beni oltre frontiera, l'export regionale comprende anche scambi di prossimità che avvengono fra regioni collocate a cavallo dei confini nazionali, del tutto assimilabili a flussi di commercio interregionale.

vendite all'estero totali della Germania non sia attribuito alle regioni).⁶ Sono il Baden-Württemberg (la regione di Stoccarda), la Baviera (la grande regione con Monaco di Baviera) e la Renania Settentrionale-Vestfalia (la regione di Bonn, Colonia, Dortmund, Düsseldorf), dove vi è un'elevata concentrazione dell'industria (principalmente meccanica e automobilistica, ma non solo) tedesca ed europea. È l'area più forte del continente: l'intera Spagna esporta per 250 miliardi, quindi poco più di una di queste regioni, il Regno Unito per meno della somma di due di loro; Italia e Francia molto meno della somma di queste tre regioni. A notevole distanza si può individuare un altro terzetto, con esportazioni che vanno dai 112 miliardi della Lombardia (che è quindi la quarta regione d'Europa per valore di esportazioni), agli 84 della Bassa Sassonia (la regione di Wolfsburg e Hannover, sede di stabilimenti produttivi della Volkswagen, oltre che di alcune delle principali aziende produttrici di componenti) e dell'Ile-de-France (la regione di Parigi, e anche sede delle due principali case automobilistiche francesi: Peugeot e Renault). A notevole distanza vi è poi un gruppo di dieci regioni con un valore di esportazioni compreso fra i 52 e i 65 miliardi: cifre in sé ragguardevoli, ma pur sempre pari a solo un terzo delle tre leader. Fra loro ce ne sono due italiane (Emilia-Romagna e Veneto), ancora tre tedesche, poi tre francesi e le principali regioni esportatrici della Spagna (la Catalogna, la regione di Barcellona) e Regno Unito (il Sud-Est, che comprende la costa sud-orientale ma anche Oxford). Un quarto gruppo comprende le regioni con valore delle esportazioni fra 20 e 50 miliardi, quindi con valori intorno alla media (il valore medio delle 77 regioni è pari a 33 miliardi). Sono in totale 18: qui sono massicciamente presenti le regioni del Regno Unito (7); ve ne sono 4 francesi e 4 spagnole, due italiane (Piemonte e Toscana) e una tedesca. Seguono gli ultimi due gruppi con i valori più bassi: fra 10 e 20 miliardi (20 regioni, fra cui Lazio, Friuli-Venezia Giulia e Marche) e sotto i 10 miliardi (23 regioni, tra le quali ben 12 regioni italiane e 9 spagnole).

Già da questi primi dati emerge come le esportazioni siano fortemente concentrate. Le prime tre regioni (le tre tedesche di cui si è detto) determinano il 23,1 del totale dei cinque paesi.⁷

Tale situazione, essendo il frutto di processi storici di lunga durata, non può naturalmente variare in misura significativa in pochi anni. Confrontando questa situazione con quella del 2007-08 vi è però qualche interessante cambiamento. La posizione relativa delle prime tre esportatrici è invertita: nel 2007-08 al primo posto era la Renania Settentrionale-Vestfalia, nel 2015-16 il Baden Wurttemberg; fra le principali regioni guadagna posizioni in graduatoria la Catalogna (da undicesima a settima), mentre perdono le francesi Alvernia-Rodano-Alpi (la regione di Lione e Grenoble) e Alta Francia (la regione di Lilla), così come il Sud-Est inglese. Fra le italiane guadagnano posizioni Emilia-Romagna (da quattordicesima

⁶ I dati delle esportazioni si riferiscono al 2015 e al 2016. Per l'ultimo anno essi sono stati recentemente pubblicati come provvisori da tutte le istituzioni statistiche considerate. Si è scelto di utilizzare la media semplice del biennio in modo da limitare la variabilità annuale delle informazioni statistiche. I dati relativi al Pil valutato in base al potere di acquisto e alla popolazione media annua sono invece disponibili fino al 2015, anno utilizzato nei calcoli degli indicatori. I totali delle esportazioni, sia quello complessivo che quelli per paesi, sono stati calcolati mediante l'aggregazione dei flussi attribuiti alle regioni. Si è così scelto di centrare l'attenzione sulle *performance* territoriali, considerando le regioni dei cinque paesi e i loro aggregati nazionali come parti di un insieme territoriale europeo sufficientemente contiguo e fortemente integrato (cfr. nota 2). La metodologia nella classificazione dei dati regionali di esportazione fa sì che questi non corrispondano, una volta aggregati, ai dati nazionali. In tutti i paesi europei analizzati non vengono assegnati alle regioni i flussi provenienti da più aree interne o per i quali non è possibile determinare l'origine. In Francia non vengono attribuiti al livello locale neppure i flussi di esportazione relativi ai prodotti militari e in Germania quelli dei beni di origine estera. Pertanto, i totali dei paesi non rappresentano i rispettivi dati nazionali ma l'insieme dei dati regionali di ognuno. Le due misure possono divergere tra loro anche in modo significativo: le cifre dei "residui non attribuiti", in percentuale dei valori totali nazionali, sono i seguenti: Francia 2,5 per cento; Germania 20,1 per cento; Italia 1,3 per cento; Regno Unito 14,2 per cento; Spagna 2,7 per cento.

⁷ A livello nazionale l'indicatore di concentrazione ha il valore massimo in Italia, dove alle prime tre regioni fa capo il 55 per cento del totale delle esportazioni, seguita da Spagna e Francia (48 per cento e 45 per cento rispettivamente). Decisamente inferiori i tassi di concentrazione nel Regno Unito (39 per cento) e in Germania (38 per cento). Quest'ultima cifra testimonia come, pur in presenza di grandissime economie regionali esportatrici, il sistema economico nazionale sia territorialmente più omogeneo.

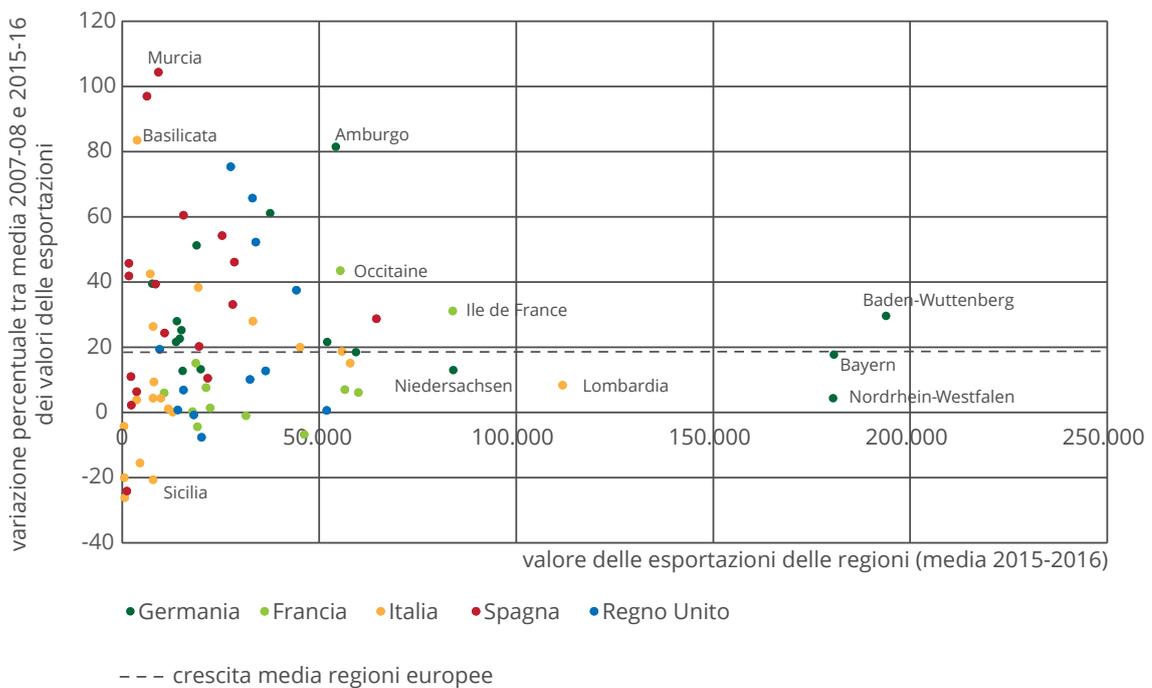


a dodicesima) e Lazio; arretrano Piemonte, Friuli-Venezia Giulia, Marche e Abruzzo. In questo periodo, in Germania (10 su 16) e Spagna (12 su 17) la maggioranza delle regioni cresce più del totale dei cinque paesi; il contrario accade in Italia (6 su 20), nel Regno Unito (5 su 12) e soprattutto in Francia (2 su 12).

Il grafico 1 mette a confronto la dimensione delle regioni in termini di valori esportati e la dinamica tra 2016 e 2007. I risultati non evidenziano una correlazione tra dimensione e dinamica delle esportazioni: i casi di maggiore successo negli ultimi anni includono sia alcuni grandi esportatori sia regioni che partivano da valori relativamente contenuti. Nelle regioni piccole e medie l'andamento delle esportazioni è spesso determinato dallo sviluppo internazionale di pochi comparti, magari uno solo, e a volte dal successo di singole importanti imprese esportatrici.⁸ Murcia e Basilicata confermano questo punto: com'è noto, in Basilicata è presente lo stabilimento di Melfi della Fca, nella Murcia c'è una forte specializzazione produttiva e commerciale nell'agroalimentare (ortofrutta).

Grafico 1 - Dimensione e dinamica delle esportazioni regionali

Valori in milioni di euro delle esportazioni anni 2015-16 e variazione percentuale 2016-2007



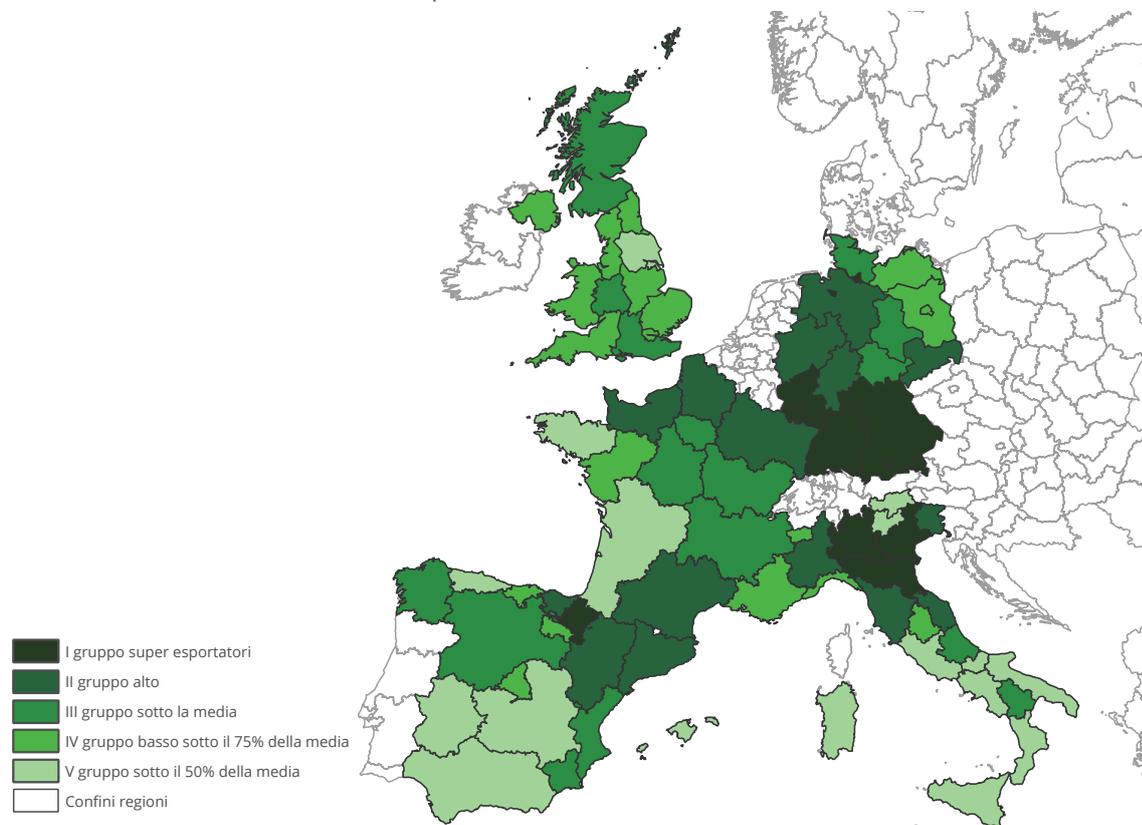
Fonte: elaborazioni su dati Istat, Eurostat e dati altri istituti di statistica nazionali

Il valore delle esportazioni di ciascuna regione può essere rapportato alla sua popolazione per ottenere una misura della *intensità dell'export* rispetto alla dimensione demografica. Essa indica, in prima approssimazione, il contributo che la capacità di esportazione delle imprese fornisce al reddito, e quindi al benessere dei cittadini (cartina 2). Le esportazioni medie pro capite dei cinque paesi è pari nel biennio 2015-16 a 7.553 euro per abitante. Naturalmente la media è ben più alta in Germania (11.764 euro), rispetto a Francia e Italia (rispettivamente 6.921 e 6.738 euro) e ancor più a Spagna e Regno Unito (rispettivamente 5.416 e 5.171 euro).

⁸ Per ragioni di spazio in questo contributo sono presentati solo alcuni dei principali risultati dell'analisi. Si rimanda ad un successivo lavoro per approfondimento di questo e di altri temi.

Cartina 2 - Esportazioni pro capite

Media annua 2015-2016; media dei 5 paesi=100



Fonte: elaborazioni su dati Istat e Istituti di statistica nazionali

Le 77 regioni possono essere suddivise in cinque gruppi per intensità delle esportazioni.⁹ Va subito notato che le regioni con un'intensità delle esportazioni superiore alla media sono assai di meno delle altre: 25 (i primi due gruppi) contro 52 (gli altri tre); di queste 25 ben 10 sono tedesche. Il primo gruppo comprende dieci regioni. Le prime due, Amburgo e Brema (che hanno valori intorno ai 30.000 euro per abitante all'anno) fanno storia a sé, essendo città-regioni portuali relativamente piccole. Ma ciò che rileva è che nel primo gruppo vi siano anche Baviera e Baden-Württemberg, nonostante abbiano una popolazione molto ampia.¹⁰ Sono realtà straordinarie, da questo punto di vista: il Baden-Württemberg, con più di 10 milioni di abitanti, ha un indicatore di export pro-capite di quasi 18.000 euro, che lo colloca al terzo posto fra le 77 regioni. Notevolmente alto è lo stesso indicatore anche in due regioni tedesche relativamente piccole e al confine con la Francia: Saar e Renania-Palatinato. Il primo gruppo comprende anche due regioni italiane: l'Emilia-Romagna (la prima in Italia per intensità dell'export, con 12.525 euro), il Veneto (11.762 euro), e la piccola regione spagnola della Navarra.

La Lombardia, la più grande regione esportatrice italiana, si colloca nel secondo gruppo per intensità, poco sotto il 150 per cento della media delle cinque nazioni. Questo gruppo (16 regioni in totale) include anche Piemonte, Friuli-Venezia Giulia, Toscana e Marche. Ci sono poi grandi regioni tedesche:

⁹ Rispettivamente: più del 150 per cento della media dei cinque paesi; 100-150 per cento; 75-100 per cento; 50-75 per cento; meno del 50 per cento.

¹⁰ Rispettivamente: più del 150 per cento della media dei cinque paesi; 100-150 per cento; 75-100 per cento; 50-75 per cento; meno del 50 per cento.



APPROFONDIMENTI

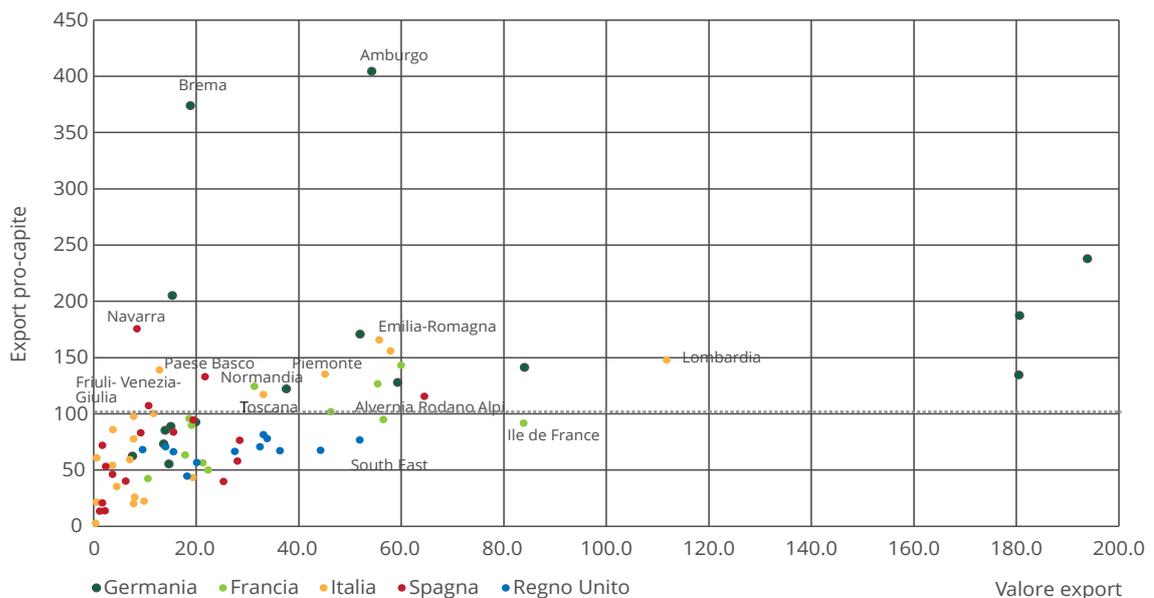
la Bassa Sassonia (la regione di Hannover), Assia (la regione di Francoforte) e Sassonia (la regione di Lipsia e Dresda): circostanza quest'ultima molto interessante, dato che si tratta di uno dei Länder dell'ex Germania Est. Ancora, tre regioni spagnole: il Paese Basco (la regione con Bilbao), la Catalogna e l'Aragona (la regione di Saragozza): fondamentale notare che si tratta delle aree che, insieme alla Navarra, confinano con la Francia. Ancora, quattro sono le francesi: il Grande Est (Grand Est, cioè la regione di Strasburgo), l'Occitania (la regione sud-orientale con Tolosa), la Normandia (regione settentrionale con Le Havre e Rouen) e l'Alta Francia (la regione di Lilla a Nord-Est). Anche il Grande Est e l'Alta Francia sono regioni di confine: con Germania e Belgio la prima, con il Belgio la seconda. È già evidente, e sarà oggetto di successivi approfondimenti a cura degli autori, il ruolo delle città nei processi di sviluppo, e quindi di integrazione internazionale, di queste regioni: luoghi privilegiati di insediamento del capitale umano e di interazioni personali e sviluppo di nuove conoscenze e attività economiche; sedi particolarmente favorevoli di attività di ricerca (e di imprese basate sull'innovazione); dei quartier generali delle maggiori imprese (e spesso di una quota rilevante delle loro attività produttive); di servizi per l'innovazione e l'internazionalizzazione.

Tutte le altre regioni europee sono sotto la media. Fra di esse, tutte quelle del Regno Unito: la prima in questa graduatoria è la Scozia, con circa 6.100 euro di valore esportato pro capite. Importante notare che nel gruppo più in basso (sotto il 50 per cento) vi sono 16 regioni, di cui ben sette italiane: il Lazio e sei delle regioni meridionali, escluse Abruzzo e Basilicata (che invece si collocano molto più in alto, sopra il 75 per cento della media europea).

Come già in parte emerso da quanto appena detto, le grandi regioni esportatrici sono tali non tanto e non solo per la loro superiore dimensione demografica, ma perché ad essa associano anche un'intensità dell'export per abitante, particolarmente elevata. Vi è una correlazione positiva piuttosto evidente fra la dimensione assoluta delle esportazioni regionali e la loro intensità. Il grafico 2 presenta le 77 regioni considerando contemporaneamente il valore delle loro esportazioni (sull'asse orizzontale) e la sua intensità (sull'asse verticale), espressa attraverso l'indicatore appena visto: export pro capite, rispetto alla media delle cinque nazioni.

Grafico 2 - Valore e intensità di export delle regioni dei principali paesi europei

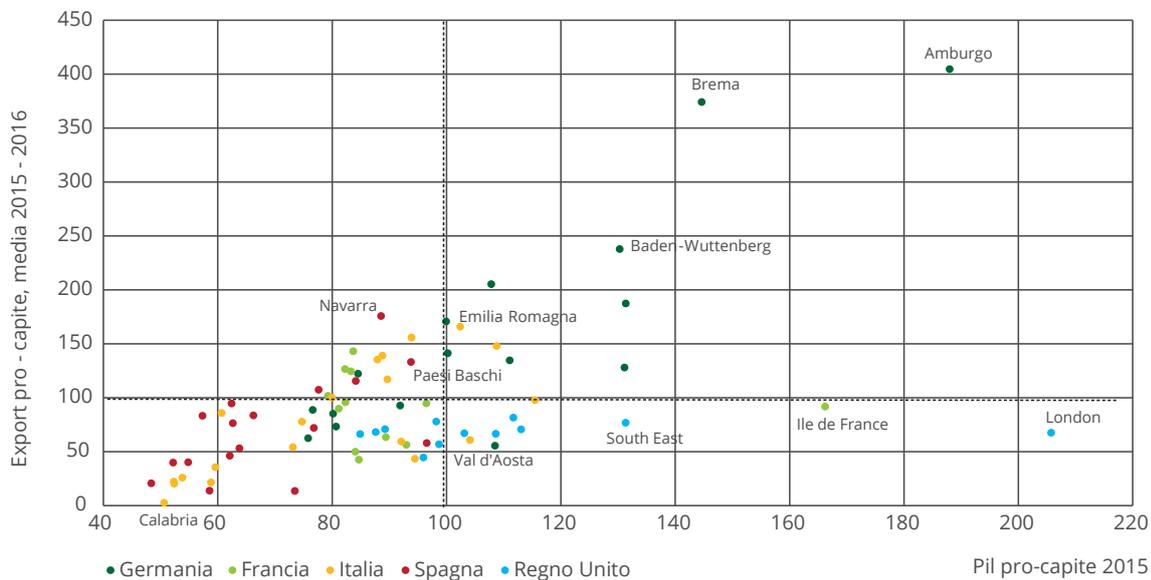
Indici, media dei 5 paesi 2015-2016=100



Fonte: elaborazioni su dati Istat, Eurostat e dati altri istituti di statistica nazionali

Grafico 3 - Livello di sviluppo e grado di internazionalizzazione nelle regioni dei principali paesi europei

Pil pro capite ed export pro capite, indici, media delle regioni dei cinque paesi 2015 =100



Le linee tratteggiate corrispondono alla media di Germania, Francia Italia, Regno Unito e Spagna.

Fonte: elaborazioni su dati Istat, Eurostat e dati altri istituti di statistica nazionali

Fra i principali esportatori (i primi per dimensione) l'intensità dell'export è assai elevata; solo l'Ile de France (che però contiene la capitale Parigi con tutte le sue funzioni terziarie) ha un valore inferiore alla media, ma di poco. Lo stesso accade anche per le regioni con un export sopra i 50 miliardi: delle dieci regioni ben otto hanno un'intensità delle esportazioni superiore alla media; solo l'Alvernia-Rodano-Alpi, appena inferiore. L'unica eccezione vera è il Sud-Est inglese. Il quadro cambia decisamente negli altri gruppi. Fra le 18 regioni con esportazioni comprese fra 20 e 50 miliardi, solo cinque hanno un'intensità dell'export superiore alla media: fra loro due italiane (Piemonte e Toscana), oltre al Paese Basco, la Normandia, la Sassonia. Fra quelle con esportazioni comprese fra 10 e 20 miliardi ve ne sono solo quattro su venti (fra cui il Friuli-Venezia Giulia). Tra le 23 regioni con i valori delle esportazioni più contenuti solo una, la Navarra, ha un'intensità dell'export superiore alla media. Questo quadro non sembra ovvio: esso mostra che valori elevati di esportazioni si associano molto spesso a una sua elevata intensità. Essere o meno grandi esportatori in senso assoluto si associa per la grande maggioranza delle regioni europee ad esserlo (o meno) in senso relativo: vi sono dunque evidenti economie di scala nelle esportazioni regionali.

Un ultimo elemento di analisi è la correlazione fra reddito pro capite e livello di esportazioni pro capite. Il grafico 3 mostra sull'asse orizzontale il livello di reddito pro capite di ciascuna regione, calcolato a parità di potere d'acquisto e normalizzato ponendo pari a 100 la media dei valori delle regioni dei cinque paesi, e su quello verticale l'intensità del suo export, già vista nel grafico precedente. Essa non è lineare. Fra le regioni a maggior reddito,¹¹ l'intensità dell'export è straordinariamente variabile: va

¹¹ Le regioni sono state raggruppate in tre insiemi, simili a quelli utilizzati per le politiche di coesione dell'Unione Europea: sviluppate (con un Pil pro capite superiore al 90% della media), intermedie (fra 75% e 90%) e meno sviluppate (sotto il 75%). La similitudine non è piena, dato che in questo caso la media è calcolata sui valori delle regioni dei cinque paesi e non sull'Unione Europea a 28.



dagli oltre 30.000 euro per abitante di Amburgo (405, in numero indice) ai poco più di 3.000 del Lazio (in numero indice: 43). A distinguere queste regioni vi sono due principali fenomeni: da una parte l'incidenza dell'industria manifatturiera sul Pil, dall'altra il modello di specializzazione industriale, e quindi il peso più rilevante dei settori a maggior grado di internazionalizzazione sul totale. Le regioni con il Pil pro capite elevato e intensamente esportatrici sono principalmente italiane e tedesche, con la sola aggiunta del piccolo Paese Basco. È evidente come il loro elevato grado di sviluppo economico sia associato proprio alla capacità di esportazione. Le regioni più sviluppate negli altri tre paesi (e alcune altre italiane) non sono invece intensamente esportatrici. In questi casi l'elevato livello di reddito dipende da economie più diversificate e terziarizzate: è, infatti, il caso delle regioni con le cinque capitali; di regioni turistiche, come la Provenza-Alpi-Costa Azzurra (con Marsiglia e Nizza) e la Val d'Aosta, e di tutte le regioni britanniche a maggior reddito, più terziarizzate di quelle degli altri paesi. Questo *pattern* si ripete per le regioni a sviluppo intermedio, che mostrano dati di export pro capite assai differenti. Il quadro cambia invece drasticamente con le regioni meno sviluppate, che hanno tutte un valore delle esportazioni pro capite inferiore, in alcuni casi nettamente, alla media europea.

Dunque, in conclusione, è possibile essere una regione ad alto reddito sia perché si è grandi esportatori, sia per differenti fenomeni di specializzazione settoriale nel terziario. Tuttavia nessuna regione grande esportatrice è a basso reddito: un elevato export si associa sempre e solo a elevati livelli di reddito.

Ulteriori analisi saranno compiute, sulle stesse regioni considerate in questa nota, grazie alle analisi della composizione settoriale delle loro esportazioni e dei loro principali mercati di sbocco, per pervenire a spiegazioni più articolate dei fattori che favoriscono e spiegano uno sviluppo favorevole della dinamica regionale delle esportazioni.

Complessità dell'export provinciale e performance economica

di Nicola D. Coniglio, Raffaele Lagravinese e Davide Vurchio *

Nell'ultimo decennio, grazie principalmente ai contributi di Hausmann *et al* (2007) e Hidalgo *et al* (2007), l'analisi della composizione dell'export di paesi e aree sub-nazionali ha raccolto un rinnovato interesse quale determinante della performance economica di medio-lungo periodo. In particolare, il lavoro di Hausmann *et al* (2007) dimostra come le economie che si specializzano nella realizzazione di beni più 'sostanziosi' abbiano tassi di crescita più elevati. Il grado di complessità viene generalmente misurato in questi studi utilizzando un indicatore sintetico, ExpY, calcolato come valore medio ponderato del livello di sofisticazione/complessità dei beni che compongono il paniere di beni esportati.¹

Gli studi esistenti che analizzano la relazione fra complessità dell'export e performance economica sono stati condotti in prevalenza a livello paese, guardando sia al tasso di crescita di medio-lungo periodo (es. Felipe *et al*, 2012 per un gruppo di 68 paesi, Poncet e Starosta de Waldemar, 2013 per la Cina e Kadochnikov e Fedyunina, 2013 per la Russia) che alla durata delle fasi di espansione o *growth spell*² (Berg *et al*, 2012 su un campione di 140 paesi). Pochi contributi hanno esplorato la relazione a livello sub-nazionale, con alcune eccezioni quali i contributi di Minondo (2011) e Jarreau e Poncet (2012) rispettivamente per le regioni spagnole e per le province cinesi.³

Per quanto riguarda l'Italia, fin qui solo pochi lavori hanno affrontato il tema. In particolare, a livello aggregato, lo studio di Di Maio e Tamagni (2008) riscontra un aumento del grado di complessità (misurato con ExpY) dell'export italiano nel periodo 1980-2000, ma un contestuale aumento di competitività in prodotti caratterizzati da un livello di sofisticazione decrescente, mentre il più recente articolo di Stafforte e Tamperi (2012) rileva una diminuzione dell'ExpY nel periodo successivo al 2005. De Benedictis e Tamperi (2013), utilizzando dati sull'export delle province italiane nel periodo 1997-2011, evidenziano due importanti fatti stilizzati. Primo, la complessità dei panieri di esportazione delle province italiane è fortemente associata al livello di reddito pro-capite; le province italiane più ricche esportano prevalentemente beni con un grado di sofisticatezza elevato. Secondo, nell'ambito di una tendenza generale all'incremento del grado di complessità nel periodo analizzato, gli autori evidenziano un elevato grado di eterogeneità tra le province, in particolare nel Mezzogiorno.

* Dipartimento di Scienze economiche e Metodi matematici, Università degli studi di Bari Aldo Moro.

1 Un prodotto è sofisticato quando caratterizzato da un'elevata produttività; tale produttività è quantificata attraverso il ricorso all'indice ProdY, calcolato come la media ponderata del Pil pro-capite dei paesi che, a livello globale, esportano tale prodotto. I pesi sono rappresentati dall'indice di Balassa relativo alla produzione di ciascun prodotto in ciascun paese. In estrema sintesi, se un prodotto è principalmente esportato da un paese ad elevato Pil pro-capite è facile aspettarsi che tale prodotto sia caratterizzato da un livello di 'sofisticatezza' sopra la media.

2 Periodi di crescita minima del 2 per cento e della durata minima di 5 anni.

3 Minondo (2011) rileva come il livello di sofisticazione dell'export delle province spagnole tenda a convergere nel periodo 1994-2005 e che il tasso di crescita medio risulti più elevato per le province con un elevato livello iniziale di ExpY. Jarreau e Poncet (2012), utilizzando dati regionali e provinciali dal 1997 al 2007, pur evidenziando in linea generale una relazione positiva fra livello di ExpY iniziale e performance economica in Cina, sottolinea come tale correlazione sia condizionale alla tipologia di esportazioni prese in considerazione per la definizione dell'indice di sofisticazione. Calcolando indici ExpY per diverse tipologie di export in base al regime tariffario e alle imprese esportatrici (domestiche versus straniere), gli autori rilevano che la relazione tra complessità e crescita è positiva e significativa solo per le esportazioni ordinarie (*non-processing*) o relative a imprese domestiche.





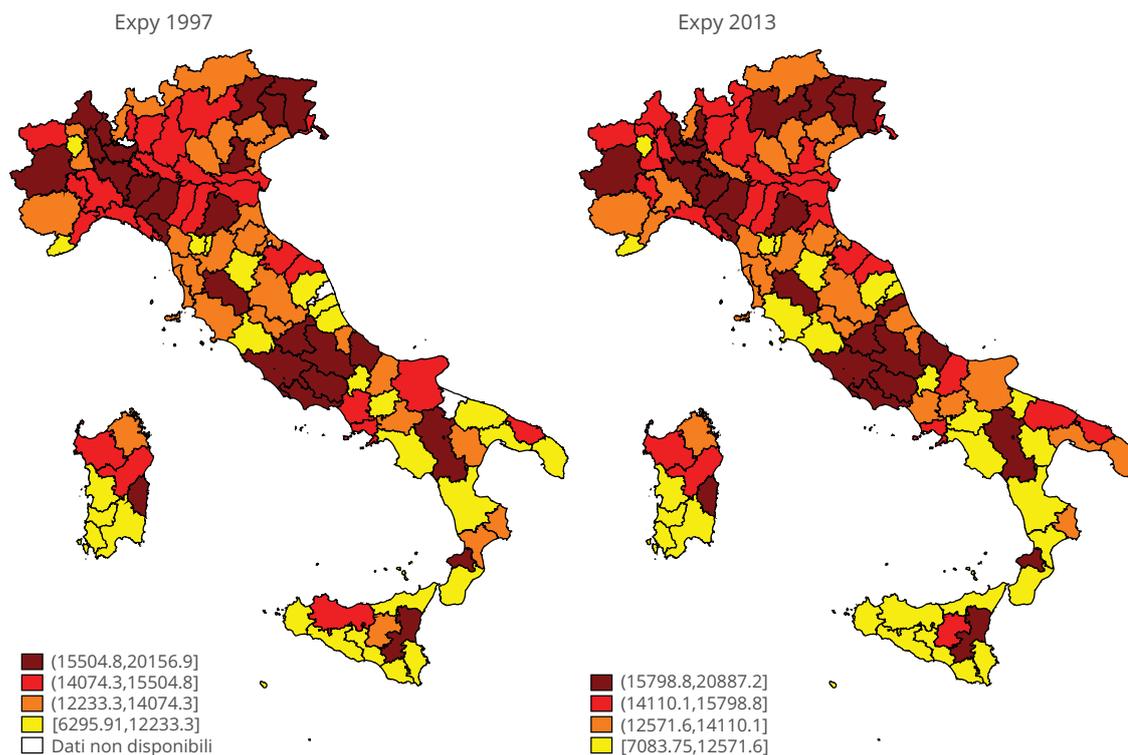
Questa nota ha come punto di partenza le importanti eterogeneità tra province enfatizzate nello studio di De Benedictis e Tamberi (2013).⁴ Nello specifico, il primo obiettivo dello scritto è quello di indagare l'evoluzione del livello di complessità dei panieri di esportazione delle province italiane nel periodo 1997-2013 tenendo conto, in particolare, del ruolo della crisi. Il secondo obiettivo è quello di analizzare la relazione tra grado di complessità dell'export e crescita economica nelle diverse aree del paese.

L'evoluzione della complessità dell'export delle province italiane: 1997-2013

Il livello medio di complessità del paniere di beni esportati dalle province italiane - misurato con l'indice Expy - rivela un andamento crescente fino al 2008, interrotto da una diminuzione negli anni della crisi, prima di osservare una leggera ripresa in corrispondenza dell'ultimo anno preso in considerazione.

Il grafico 1 riporta i valori degli indici di complessità (Expy) delle province italiane rispettivamente nel 1997 e nel 2013. Tre macro-aree presentano una specializzazione in beni ad elevata complessità. La prima area è concentrata fra Lazio e Abruzzo; la seconda raggruppa province appartenenti a Piemonte, Lombardia ed Emilia-Romagna, mentre la terza si colloca nel Nord-Est del paese.

Grafico 1 - Valore dell'indice di complessità dell'export delle province italiane¹



¹ Gradazioni di colore differenti indicano l'appartenenza a diversi quartili della distribuzione (Coniglio et al, 2016).

Fonte: elaborazione degli autori

⁴ Tra i pochi lavori che utilizzano misure di complessità a livello sub-nazionale al fine di analizzarne l'evoluzione strutturale dell'export italiano è opportuno citare De Benedictis et al (2014) sulle province marchigiane e Carbone e Henke (2012) sul settore agro-industriale.

È interessante notare come accanto a questi tre *clusters* di province ad elevata complessità dell'export esistano in altre aree del paese, le cosiddette 'isole di complessità', caratterizzate da una forte discontinuità rispetto alle province limitrofe. La specializzazione produttiva di queste isole di complessità è generalmente legata a singoli settori/imprese debolmente integrati in catene locali del valore (ad esempio, per Vibo-Valentia, Potenza e Catania rispettivamente, elettromeccanica, autoveicoli e parti ed elettronica).⁵

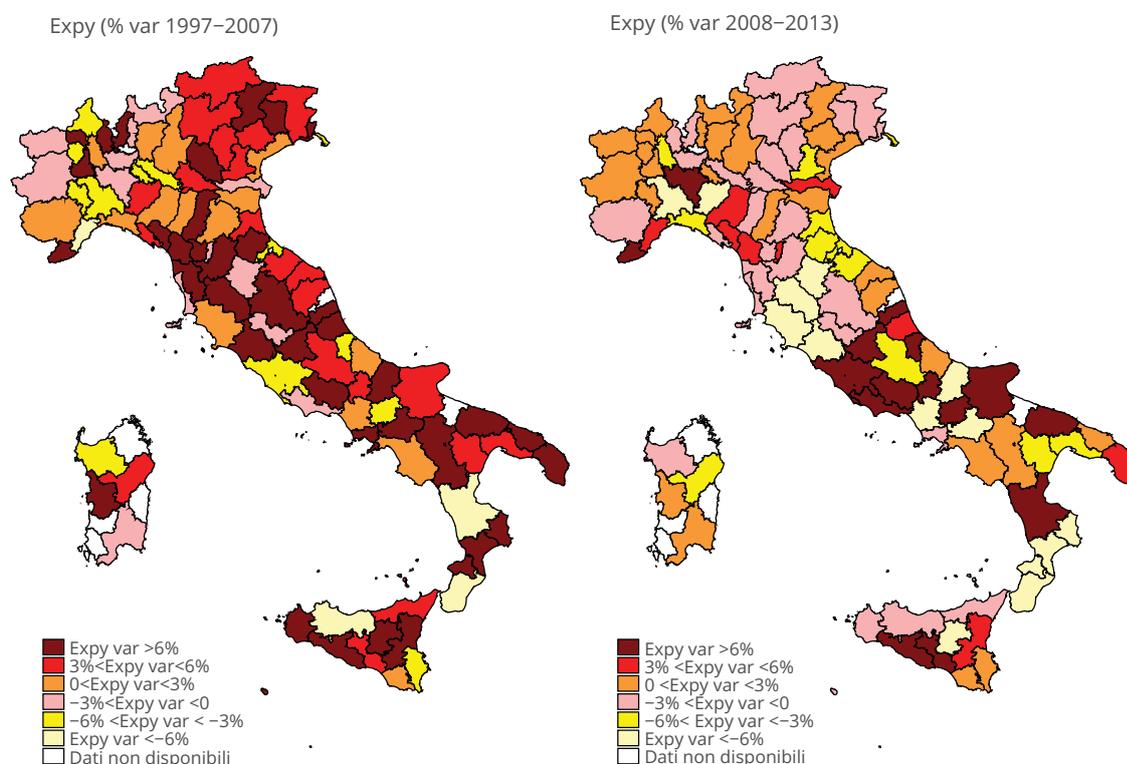
Il *pattern* geografico complessivo dei livelli dell'indice di complessità nel 2013 non si discosta significativamente da quello relativo al 1997. La graduatoria provinciale è piuttosto persistente nei 17 anni inclusi nell'analisi: sono solo 11 le province che si avvicendano fra le prime cinque a più elevata complessità ed in particolare tre province – Latina, Belluno e Rieti – risultano essere costantemente fra esse.

La crisi interrompe il processo di convergenza della complessità dell'export provinciale

Nel periodo pre-crisi la crescita generalizzata dell'indice di sofisticazione produttiva è stata accompagnata da un processo di convergenza provinciale: gran parte delle province caratterizzate da un Expy medio-basso hanno registrato tra il 1997 e il 2007 tassi di crescita superiori rispetto ai *cluster* ad elevata complessità, con l'eccezione delle province del Nord-Est (grafico 2).

Il processo di convergenza si è arrestato nel periodo di crisi successivo al 2008.

Grafico 2 - Variazione percentuale dell'indice di complessità dell'export delle province italiane



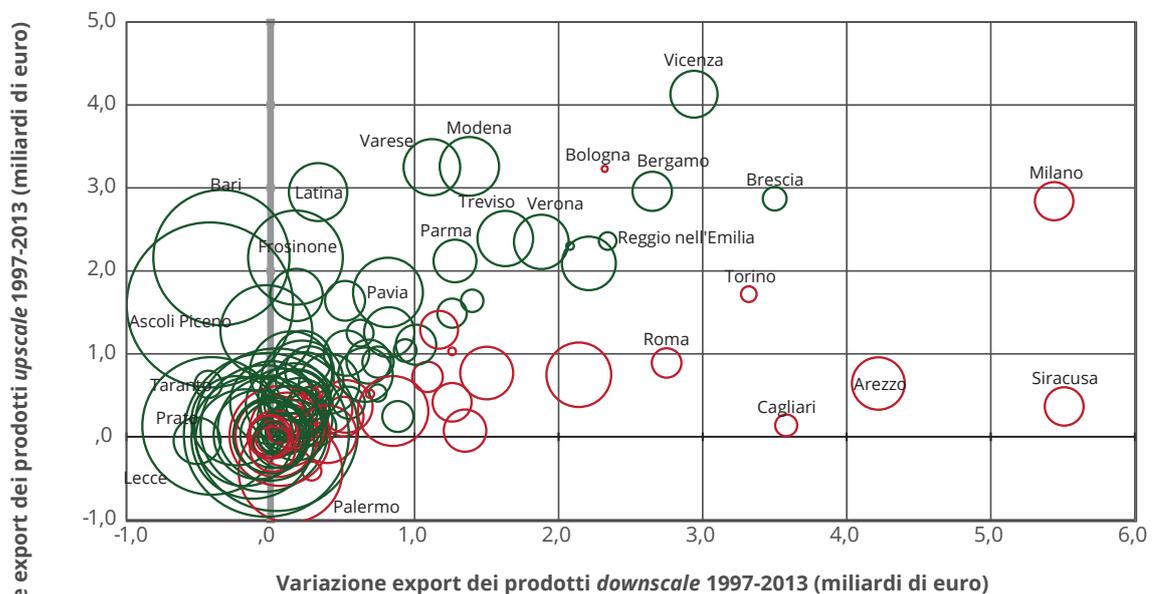
Fonte: elaborazione degli autori

⁵ Test di autocorrelazione spaziale dei valori di complessità riportati più in dettaglio in Coniglio *et al* (2016) confermano la scarsa influenza di queste 'isole di complessità' sulle province limitrofe.



Il processo di convergenza/divergenza nei livelli di complessità dell'export dipende in particolare dall'andamento di due categorie di prodotti: quei beni esportati con un valore di complessità superiore alla media provinciale (prodotti *upscale*), e quei beni che invece presentano un grado di complessità inferiore (meno sofisticati) rispetto alla media di ogni provincia italiana (prodotti *downscale*). Il grafico 3 mette in evidenza come gran parte delle province italiane abbia sperimentato, nel periodo che va dal 1997 al 2013, un incremento nei volumi delle esportazioni di entrambe le categorie di prodotti. Il risultato sull'evoluzione della metrica *à la* Hausmann *et al.* è legato all'effetto netto dell'aumento delle quote di export delle due categorie di prodotti. Vicenza, ad esempio, registra un discreto aumento cumulato dell'ExpY poiché le esportazioni in prodotti ad elevata complessità sono cresciute più di quelle in prodotti meno sofisticati. Arezzo, di converso, nel periodo in considerazione, ha registrato una significativa diminuzione del livello di complessità associato al proprio export *basket* frutto di un modesto incremento nei volumi di esportazioni di prodotti *upscale* e di un consistente incremento nelle esportazioni di prodotti di scarsa complessità. Le province di Bari e di Ascoli Piceno registrano un contestuale decremento nelle esportazioni di prodotti a bassa complessità ed un incremento nell'export di beni sofisticati, registrando pertanto, tassi di crescita dell'ExpY tra i più elevati. La provincia di Palermo, in cui si osserva una delle peggiori performance in termine di variazione del livello di complessità dell'export tra il 1997 ed il 2013, risulta aver ridotto le esportazioni in volume di entrambe le categorie di prodotto, in particolare nei prodotti *upscale*.

Grafico 3 - Variazione (cumulata) di ExpY ed export provinciali: prodotti *upscale* vs *downscale*



● Var.ExpY > 0% ● Var.ExpY < 0%

La dimensione dei cerchi rappresenta il valore assoluto della variazione percentuale dell'ExpY.

I prodotti *upscale* sono quelli con ProdY superiore rispetto all'ExpY provinciale.
Quelli *downscale* sono i prodotti con ProdY inferiore.

Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Complessità dell'export e crescita economica

In linea con Hausmann *et al* (2007), è possibile verificare se il livello di complessità media delle esportazioni delle province italiane, misurato con ExpY, sia associato positivamente alla performance di medio periodo. Nella tavola 1 si riportano i risultati dell'analisi sulle determinanti del tasso di crescita triennale del valore aggiunto in 107 province italiane nel periodo 1997-2013.⁶

Tavola 1 - Risultati analisi panel - Variabile dipendente: tasso di crescita triennale

	(1) Fe 1997-2013	(2) Fe Sud	(3) Fe Centro- Nord	(4) Fe 1997-2007	(5) Fe 2008-2013	(6) Sem 1997-2013	(7) Sem 1997-2007	(8) Sem 2008-2013
Valore aggiunto procapite (<i>t-3, in Ln</i>)	-0,862*** (24,02)	-0,842*** (11,63)	-0,991*** (23,35)	-0,636*** (13,89)	-2,020*** (25,11)	-0,831*** (22,26)	-0,670*** (14,51)	-1,993** (25,48)
EXPY (<i>t-3, in Ln</i>)	0,142*** (4,26)	0,071 (1,52)	0,330*** (6,24)	0,103** (2,20)	0,095 (1,50)	0,126*** (4,14)	0,081** (1,98)	0,096* (1,68)
Popolazione (<i>t-3, in Ln</i>)	-0,236*** (4,46)	-0,399*** (3,86)	0,09 (1,25)	-0,25 (1,51)	-0,685*** (6,28)	-0,207*** (4,13)	-0,532*** (3,41)	-0,650*** (6,29)
Apertura commerciale (<i>t-3, in Ln</i>)	-0,005* (1,94)	-0,004 (1,12)	-0,030*** (4,66)	-0,009* (1,72)	-0,007 (1,30)	-0,004 (1,53)	-0,007 (1,51)	-0,007 (1,39)
Indice di diversificazione dell'export (<i>t-3, in Ln</i>)	-0,012 (1,54)	-0,005 (0,44)	-0,011 (0,89)	-0,01 (1,02)	0,002 (0,15)	-0,020*** (2,75)	-0,009 (1,03)	0 (0,03)
EXPY (<i>t-3, in Ln</i>) x Apertura commerciale (<i>t-3, in Ln</i>)	0,004*** (3,37)	0,003* (1,88)	0,014*** (4,69)	0,008*** (4,08)	0,002 (0,67)	0,003*** (2,89)	0,008*** (4,12)	0,002 (0,68)
Costante	10,367*** (11,25)	12,697*** (6,74)	5,997*** (5,22)	8,749*** (3,92)	28,060*** (12,95)			
Spatial lambda						0,363*** (12,24)	0,358*** (7,10)	0,07 (1,48)
Sigma²						0,004*** (26,56)	0,002*** (19,95)	0,003*** (17,57)
R²	0,36	0,33	0,43	0,23	0,68	0,358	0,231	0,681
N	1,442	518	924	824	618	1,442	824	618

Nota: Sem = Stime Panel con Spatial Error Model
 Fe = Stime Panel con effetti fissi. Statistiche t fra parentesi.
 * p<0,1
 ** p<0,05
 *** p<0,01

Fonte: Coniglio et al (2016)

⁶ I risultati riportati in tabella sono tratti dal recente lavoro di Coniglio et al. (2016). La tabella riporta le stime realizzate attraverso il modello Panel con effetti fissi (*Fixed Effect - Fe*) e, come analisi di robustezza, dal modello Panel con effetti spaziali nel termine d'errore (*Spatial Error Model - Sem*) Si rimanda all'articolo pubblicato per maggiori dettagli metodologici. Oltre alla variabile di interesse, ExpY, le stime includono altre variabili di controllo fra cui il livello di valore aggiunto pro-capite di inizio periodo, la popolazione, il grado di apertura commerciale (esportazioni e importazioni rapportate al valore aggiunto provinciale) e delle misure di diversificazione produttiva à la Frenken *et al* (2007). I risultati riportati vanno interpretati con la dovuta ed usuale cautela rispetto al preciso nesso di causalità tra complessità iniziale e crescita successiva.



Il livello iniziale di complessità del paniere di esportazione è associato in modo positivo e statisticamente significativo al successivo tasso di crescita triennale del valore aggiunto; il legame tra le due variabili risulta inoltre maggiore nelle province più orientate ai mercati esteri. Guardando ai risultati suddivisi per aree geografiche, l'effetto della misura di sofisticazione è significativamente positivo per le province del Centro e del Nord Italia, in particolare per quelle caratterizzate da un elevato grado di apertura commerciale. Al contrario, la complessità dell'export è correlata positivamente alla crescita delle province del Mezzogiorno solo per quelle caratterizzate da un'elevata apertura commerciale.

La crisi economica non ha solo frenato il processo di convergenza nei livelli di complessità, ma sembra aver anche alterato la relazione tra export, complessità dell'export e crescita. Difatti, dalle nostre stime per il periodo 2008-2013 la complessità dell'export sembra avere un ruolo più debole nello spiegare le differenti performance provinciali. Il periodo di crisi rappresenta dunque un 'punto di rottura' per le economie provinciali italiane.

Considerazioni conclusive

In sintesi, l'analisi dell'evoluzione dell'export *basket* delle province italiane evidenzia come il paniere di beni esportati possa essere decisivo nel processo di crescita economica. I risultati della nostra analisi mostrano come nel periodo pre-crisi ci sia stata una tendenziale convergenza nei livelli di complessità dei panieri di export provinciali nonché un nesso positivo tra iniziale complessità e successiva performance economica. La crisi sembra tuttavia aver interrotto (almeno temporaneamente) entrambe le dinamiche.

I risultati suggeriscono che interventi di politica industriale e regionale in grado di incidere sul grado di sofisticazione delle esportazioni possano condurre a tassi di crescita più elevati. Inoltre, l'esistenza di elevate eterogeneità nei livelli di complessità tra province, in particolare tra le province definite come 'isole di complessità' e quelle limitrofe sottolinea l'importanza fondamentale delle *local capabilities*, ovvero delle risorse locali che consentono un generalizzato aumento dell'abilità di produrre prodotti più complessi e ad elevato valore aggiunto. Gli interventi volti a un innalzamento del livello di complessità di quello che le economie provinciali producono ed esportano in tutto il mondo non possono prescindere da contestuali interventi volti alla formazione di quelle *capabilities* fondamentali per la diffusione geografica delle innovazioni produttive, fra tutte, un elevato livello di capitale umano.

Nota bibliografica

Berg A., Ostry J.D. e Zettelmeyer J. (2012), *What makes growth sustained?*, "Journal of Development Economics", 98(2), pp. 149-166.

Carbone A. e Henke R. (2012), *Sophistication and Performance of Italian Agri-food Exports*, "International Journal on Food System Dynamics", 3(1), pp. 22-34.

Coniglio N.D., Lagravinese R. e Vurchio D. (2016), *Production 'sophisticatedness' and growth: evidence from Italian Provinces before and during the crisis, 1997-2013*, "Cambridge Journal of Regions, Economy and Society", vol.9(2), pp. 423-442, Oxford University Press.

De Benedictis L. e Tamberi M. (2013), *Mutamento strutturale, vantaggi comparati provinciali e complessità dei prodotti*, in "L'Italia nell'economia internazionale", Rapporto ICE 2012-2013.

- De Benedictis L., Lavoratornovi M. e Tamberi M. (2014) Trade and change: *A meso perspective from four Italian provinces*, "Economia Marche-Journal of Applied Economics", 33(1), pp. 14-36.
- Di Maio M. e Tamagni F. (2008), *The evolution of world export sophistication and the Italian trade anomaly*, "Rivista di politica economica", 98(1), pp. 135-174.
- Frenken K., Van Oort F.G. e Verburg T. (2007), *Related variety, unrelated variety and regional economic growth*, "Regional Studies", 41, pp. 685-697.
- Hausmann R., Hwang R. e Rodrik D. (2007), *What you export matters*, "Journal of Economic Growth", 12, pp. 1-25.
- Hidalgo C.A., Klinger B., Barabasi A. e Hausmann R. (2007), *The product space conditions the development of nations*, "Science", 317, pp. 482-487.
- Jarreau J. e Poncet S. (2012), *Export sophistication and economic growth: Evidence from China*, "Journal of development Economics", 97(2), pp. 281-292.
- Kadochnikov S. e Fedyunina A. (2013), *Export diversification in the product space and regional growth: Evidence from Russia*, "Papers in Evolutionary Economic Geography 1327", Utrecht University, Section of Economic Geography.
- Minondo A. (2011), *Exports' productivity and growth across Spanish provinces*, "Regional Studies", Taylor & Francis (Routledge), SSH Titles, 44, pp. 569-577.
- Poncet S. e Starosta de Waldemar F. (2013), *Export Upgrading and Growth: The Prerequisite of Domestic Embeddedness*, "World Development", Elsevier, vol. 51(C), pp. 104-118.
- Stafforte S. e Tamberi M. (2012), *Italy in the space (of products) [Italia nello spazio (dei prodotti)]*. "Economia Marche/Journal of Applied Economics", 31(1), pp. 90-113.

LE IMPRESE





6.1 L'internazionalizzazione commerciale delle imprese italiane

L'andamento dei dati sugli operatori nel 2016¹

Nel 2016 è ulteriormente aumentato il numero di operatori all'esportazione rispetto all'anno precedente portando il totale a quasi 216 mila (tavola 6.1); come era già accaduto l'anno precedente all'aumento ha contribuito principalmente la classe dei micro-esportatori, cioè degli operatori che hanno un fatturato all'esportazione inferiore a 75 mila euro, alcuni dei quali presumibilmente si affacciano occasionalmente sui mercati internazionali.

Rispetto a cinque anni fa, confrontando con il 2011, gli operatori sono aumentati di poco più di 8 mila unità. L'aumento di quasi il 4 per cento ha riguardato oltre che la categoria dei micro, anche i maggiori esportatori, ovvero con fatturato all'esportazione superiore a 15 milioni di euro e, ancor di più, a 50 milioni di euro.

Tavola 6.1 - Operatori ed esportazioni per classe inflazionata di valore delle esportazioni
Numeri, valori in milioni di euro

Classi di valore delle esportazioni ⁽¹⁾ in migliaia di euro	Operatori						Esportazioni					
	Numero				Peso %		valori				Peso %	
	2011	2015	2016 ⁽²⁾	Var. % 2015-16	2011	2016 ⁽²⁾	2011	2015	2016 ⁽²⁾	Var. % 2015-16	2011	2016 ⁽²⁾
0-75	129.952	138.751	139.808	0,8	62,7	64,8	2.116	2.491	2.476	-0,6	0,6	0,6
75-250	26.810	26.864	26.564	-1,1	12,9	12,3	4.041	4.554	4.543	-0,2	1,1	1,1
250-750	19.323	19.226	19.199	-0,1	9,3	8,9	9.150	10.209	10.269	0,6	2,5	2,5
750-2.500	15.826	15.306	15.072	-1,5	7,6	7,0	23.376	25.571	25.328	-1,0	6,3	6,2
2.500-5.000	6.109	5.935	5.894	-0,7	2,9	2,7	22.887	25.001	25.081	0,3	6,2	6,2
5.000-15.000	5.784	5.549	5.605	1,0	2,8	2,6	52.648	56.698	57.788	1,9	14,3	14,2
15.000-50.000	2.575	2.569	2.582	0,5	1,2	1,2	71.795	80.649	81.783	1,4	19,5	20,1
oltre 50.000	973	970	984	1,4	0,5	0,5	182.491	197.183	199.141	1,0	49,5	49,0
Totale	207.352	215.170	215.708	0,3	100,0	100,0	368.504	402.357	406.409	1,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Gli estremi delle classi di valore delle esportazioni sono calcolate per ogni anno inflazionando le soglie sulla base dei valori medi unitari all'esportazione.

⁽²⁾ Dati provvisori.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

* Redatto da Elena Mazzeo (Ice) con la supervisione di Giancarlo Corò (Università di Venezia Ca' Foscari).

¹ L'Istat definisce operatore economico del commercio con l'estero il soggetto economico, identificato attraverso la partita Iva, che risulta avere effettuato almeno una transazione commerciale con l'estero nel periodo considerato; con impresa esportatrice/importatrice, invece l'Istat identifica un'impresa dell'industria e dei servizi che, sulla base dell'integrazione tra l'Archivio statistico delle imprese attive (Asia) e quello degli operatori economici del commercio con l'estero, risulta aver effettuato transazioni commerciali con l'estero nel periodo di osservazione. In questo capitolo le due espressioni sono utilizzate come sinonimi. Si tenga presente tuttavia che per gli operatori i dati sono aggiornati al 2016, mentre i dati sulle imprese esportatrici/importatrici sono disponibili fino al 2015.

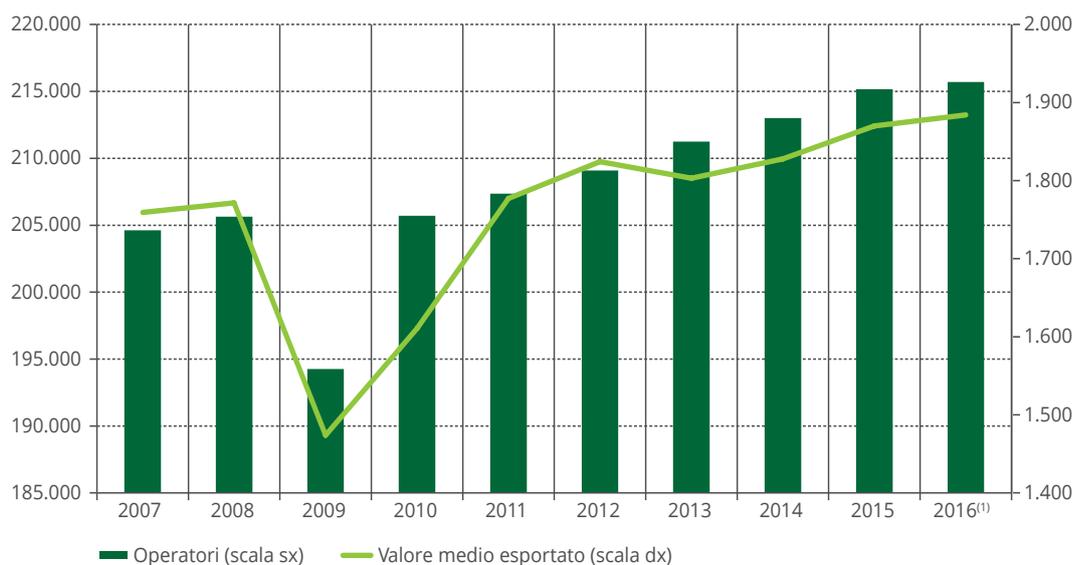
Prendendo in esame il contributo di ciascuna classe dimensionale alla dinamica delle esportazioni, si osserva che nel 2016, rispetto all'anno precedente, sono aumentate più delle altre le esportazioni delle classi con oltre 5 milioni di fatturato.

Pure assumendo una prospettiva di medio periodo (2011-2016), osserviamo che il maggiore contributo alla crescita delle esportazioni si deve agli esportatori appartenenti alle classi maggiori. Particolarmente dinamiche sono state le esportazioni degli operatori della classe tra 5 e 15 milioni di euro.

Nell'arco del periodo 2011-2016 è aumentato dunque sia il "margine estensivo" (la numerosità degli operatori), sia, soprattutto, il "margine intensivo": la crescita del valore delle esportazioni nel periodo, pari al 10,3 per cento, ha infatti largamente superato quella degli operatori (grafico 6.1). Il valore medio esportato per operatore è passato da 1,77 a 1,9 milioni di euro, un aumento pari al 6 per cento. La crescita del margine intensivo è dovuta, in particolare, alla classe dei maggiori esportatori, il cui valore medio esportato è passato da 33 a 37 milioni di euro.

Grafico 6.1 - Margine estensivo e intensivo delle esportazioni

Numero di operatori commerciali all'esportazione, valori medi esportati in migliaia di euro



⁽¹⁾ Dati provvisori.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Un indicatore della capacità di diversificare i mercati di sbocco è dato dal numero medio dei paesi serviti per operatore: anche questo indicatore ha continuato ad aumentare tra 2011 e 2016 (da 5,66 a 5,85). Nell'ultimo anno il processo di diversificazione e ampliamento del numero dei mercati di sbocco si è assestato e il numero di mercati è rimasto uguale all'anno precedente² (grafico 6.2). La quota di esportatori che si dirigono in un solo mercato, in diminuzione dal 2010, è tornata lievemente a salire nell'ultimo anno (dal 42,7 al 43 per cento del totale). Una possibile spiegazione del fenomeno è che si tratti di nuovi esportatori che hanno affrontato per la prima volta i mercati esteri. È invece rimasta stabile a circa il 2 per cento la frazione degli esportatori in oltre 40 mercati, ai quali si deve il 46 per cento delle esportazioni italiane.

² Stima effettuata a partire dalla tavola 3.1.3 dell'Annuario Istat-Ice edizione 2017.

Grafico 6.2 - Diversificazione geografica delle esportazioni



⁽¹⁾ Dati provvisori.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

La diversificazione merceologica dei prodotti venduti dagli esportatori italiani è piuttosto limitata e stabile nel tempo: il 53 per cento del totale degli operatori esporta un solo prodotto³ e oltre il 90 per cento non esporta più di 10 prodotti.⁴

Le imprese esportatrici

I dati Istat sulle imprese distinte per classe di addetti, pur disponibili con un anno di ritardo rispetto a quelli sugli operatori commerciali, ci consentono di svolgere alcune considerazioni più direttamente collegate alle caratteristiche dimensionali delle stesse. Nel 2015 sono state censite in Italia 194.832 imprese esportatrici⁵, oltre duemila in più di quelle del 2014.

Osservando la tendenza di più lungo periodo, negli ultimi cinque anni si nota un aumento del numero delle imprese (il cosiddetto “margine estensivo”) (tavola 6.2). Rispetto al dato del 2011 si è verificato un incremento di oltre 6 mila unità, pari a una variazione del 3,2 per cento. L’incremento del numero di imprese si è concentrato quasi esclusivamente nel segmento delle micro-imprese, il cui aumento ha più che compensato la flessione sperimentata dalle classi dimensionali intermedie.

³ Va precisato che per circa il 27 per cento si tratta di operatori attivi negli scambi intracomunitari che, a partire dal 2001, non risultano più obbligati alla dichiarazione del dettaglio merceologico delle merci esportate (cfr. nota tavola 3.1.5 Annuario Istat Ice 2017).

⁴ Cfr. tavola 3.1.5 “Operatori ed esportazioni per numero di merci e paesi di destinazione delle merci” - Annuario Istat Ice, edizione 2017.

⁵ Cfr. tavola 3.2.1 Annuario Istat-Ice “Commercio estero e attività internazionali delle imprese”, ed. 2017.

Tavola 6.2 - Imprese esportatrici ed esportazioni per classi di addetti

Numeri, valori in milioni di euro

Classi di addetti	Imprese esportatrici									Esportazioni							
	Numero					Var. 2015/2011	Distribuzione %		Quota sulle imprese attive	Valori					Var. 2015/2011	Distribuzione %	
	2011	2012	2013	2014	2015		2011	2015	2015	2011	2012	2013	2014	2015		2011	2015
0-9	121.101	123.455	125.403	127.409	129.314	6,8	64,2	66,4	3,2	24.483	22.955	22.523	23.629	23.709	-3,2	6,9	6,1
10-19	33.794	33.162	33.063	32.916	33.074	-2,1	17,9	17,0	26,5	23.709	26.973	25.825	24.483	25.158	6,1	6,7	6,4
20-49	21.257	21.004	20.586	20.301	20.212	-4,9	11,3	10,4	40,8	42.311	43.758	43.882	44.568	45.642	7,9	11,9	11,7
50-99	6.857	6.726	6.632	6.458	6.575	-4,1	3,6	3,4	48,7	39.950	40.577	42.081	43.666	46.071	15,3	11,2	11,8
100-249	3.851	3.765	3.717	3.742	3.749	-2,6	2,0	1,9	51,9	63.145	64.813	65.361	70.146	69.433	10,0	17,7	17,8
250-499	1.091	1.082	1.064	1.059	1.095	0,4	0,6	0,6	54,0	43.413	44.432	42.796	42.104	49.214	13,4	12,2	12,6
500 e oltre	811	801	797	805	813	0,2	0,4	0,4	57,5	119.346	124.130	128.075	129.959	131.606	10,3	33,5	33,7
Totale	188.762	189.995	191.262	192.690	194.832	3,2	100,0	100,0	4,6	356.358	367.638	370.543	378.554	390.834	9,7	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Se si guarda invece all'andamento dei valori esportati, come già visto dai dati sugli operatori, il contributo all'incremento delle esportazioni da parte delle imprese nel quinquennio 2011-15 aumenta al crescere della classe dimensionale, con l'apporto più rilevante (oltre un terzo dell'incremento complessivo) della classe d'impresе con oltre 500 addetti.

Un ulteriore segnale di recupero di vivacità per le imprese esportatrici è dato dall'andamento degli occupati: il numero di addetti delle imprese esportatrici nel 2015 è, sia pure di poco, aumentato (+1,6 per cento rispetto all'anno precedente)⁶, recuperando in parte la flessione in atto negli anni più recenti. Il recupero si deve unicamente alle due classi dimensionali estreme (le più piccole e le più grandi). Nel complesso gli occupati nel 2015 sono ancora lievemente meno numerosi rispetto al 2011 (di circa 30 mila unità), tuttavia la quota di addetti in imprese esportatrici sul totale delle imprese attive ha continuato ad aumentare e ciò indica che la presenza sui mercati esteri costituisce un fattore determinante anche nella tenuta dei livelli occupazionali delle imprese⁷. Guardando alla dinamica per grandi settori produttivi sono le imprese manifatturiere quelle che negli anni passati hanno subito le maggiori perdite in termini di addetti, peraltro generalizzate a tutti i settori, con poche eccezioni limitate ad alimentari e bevande, macchine e apparecchi e pelli e cuoio. Al contrario si è registrato un aumento degli addetti nelle imprese esportatrici del commercio e delle altre attività.

L'accresciuta rilevanza del settore dell'intermediazione commerciale non si riferisce solo alla dinamica occupazionale. È aumentato nell'ultimo quinquennio anche il numero delle imprese esportatrici e la loro quota sul totale degli esportatori ha superato nel 2015 il 40 per cento. A questo comparto tuttavia si deve una quota del valore delle esportazioni pari al 14 per cento, relativamente ridotta anche rispetto ai principali paesi europei, mentre la quota maggiore di

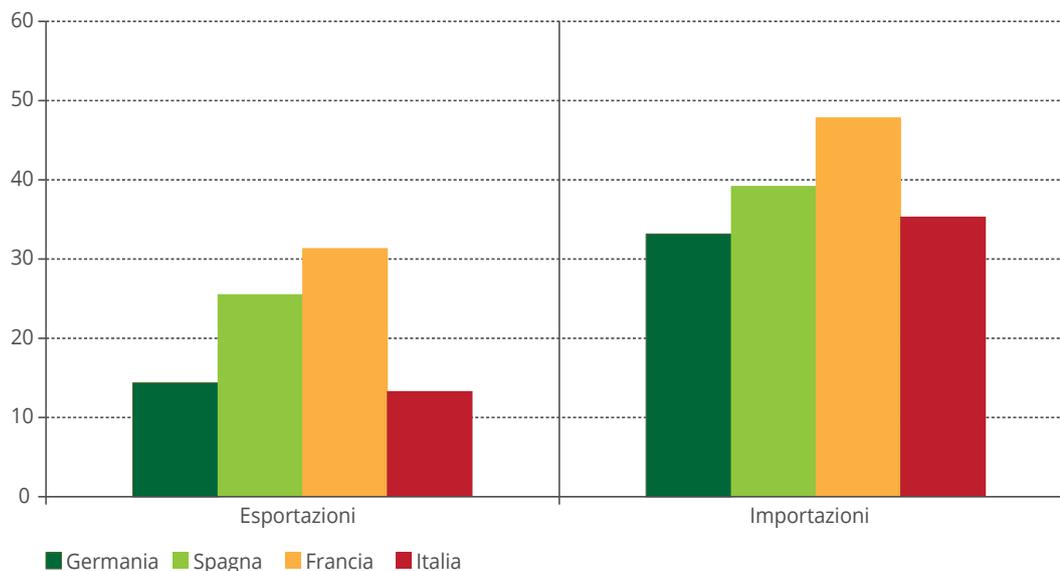
⁶ Tavola 3.2.5 Annuario Istat- Ice Commercio estero e attività internazionali delle imprese, edizione 2017 ed edizioni precedenti.

⁷ Sugli effetti dell'integrazione economica internazionale sulla dinamica dell'occupazione in Italia si veda, ad esempio, il Rapporto Cer 4/2016, pagg. 31-39.

esportazioni, l'84 per cento, va attribuita a imprese manifatturiere (grafico 6.3).⁸ Una incidenza paragonabile a quella descritta per l'Italia caratterizza le imprese esportatrici della Germania, mentre in Francia e Spagna la quota delle imprese commerciali sulle esportazioni è superiore (pari rispettivamente al 31 e al 26 per cento). Se, al contrario, si considerano le importazioni, il ruolo dell'intermediazione commerciale per le imprese italiane è più simile a quello degli altri paesi: l'incidenza sui flussi di importazioni è stata pari al 35 per cento.

Grafico 6.3 - Incidenza delle imprese d'intermediazione commerciale sui flussi commerciali - in percentuale sul valore

Anno 2014



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

La tavola 6.3 mostra la distribuzione delle esportazioni nelle diverse aree geografiche delle imprese per classe di addetti. L'Unione Europea rappresenta il primo mercato di sbocco per tutte le imprese indipendentemente dalla dimensione. Tra il 2011 e il 2015, tuttavia, l'incidenza di quest'area sulle esportazioni delle più piccole imprese esportatrici si è sensibilmente ridotta, a vantaggio soprattutto dell'Asia orientale. Da notare anche che proprio per le più piccole imprese i mercati asiatici hanno un'incidenza più elevata. L'area dei paesi europei non Ue (tra cui la Russia, in questi anni interessata dalle sanzioni commerciali) ha diminuito la sua incidenza in maniera diffusa a tutte le classi dimensionali, pur restando la seconda area di sbocco per le imprese piccole e medie. È aumentata notevolmente la rilevanza dell'area nordamericana per tutte le classi dimensionali, ma in particolare per le più grandi, per le quali l'America settentrionale rappresenta ormai il secondo mercato di sbocco dopo quello europeo.

⁸ Al tema del ridotto grado di intermediazione commerciale delle esportazioni italiane rispetto ai paesi partner europei e alle possibili ripercussioni di questa caratteristica è stato dedicato nella precedente edizione di questo Rapporto l'approfondimento "Intermediari commerciali e catene internazionali del valore: quali prospettive per la crescita dell'export nazionale?" di S. Menghinello e B. Quintieri.

Tavola 6.3 - Esportazioni delle imprese italiane per classe di addetti e area geografica di destinazione

Classe di addetti	1-9	10-49	50-249	oltre 250	1-9	10-49	50-249	oltre 250
	2011				2015 ⁽¹⁾			
Area geografica	composizione percentuale				composizione percentuale			
Unione Europea	53,3	57,3	60,8	55,3	49,7	56,0	58,6	55,2
Paesi europei non Ue	16,7	14,0	10,7	13,4	13,5	12,2	9,4	10,2
Africa settentrionale	4,0	2,8	2,3	3,0	3,7	3,2	2,7	3,2
Altri paesi africani	2,3	1,5	1,2	1,2	2,6	1,4	1,2	1,1
America settentrionale	5,0	5,6	7,0	7,3	7,8	7,1	8,7	11,4
America centro-meridionale	2,8	3,5	3,3	4,3	3,2	3,5	3,5	3,2
Medio Oriente	5,0	4,3	4,9	4,9	6,3	5,1	5,0	4,8
Asia centrale	1,5	1,8	1,5	1,7	1,5	1,5	1,6	1,2
Asia orientale	8,5	8,0	7,1	7,7	10,6	8,8	8,1	8,4
Oceania e altri territori	1,0	1,3	1,0	1,3	1,1	1,2	1,2	1,3
Esportazioni (valori in mln di euro)	24.911	66.061	103.144	165.915	23.709	70.801	115.504	180.820

⁽¹⁾ Dati provvisori.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Confronti tra le strutture imprenditoriali delle esportazioni nei principali paesi europei

La banca dati di Eurostat sulle imprese esportatrici (Tec, Trade in Goods Statistics by Enterprise Characteristics) consente di effettuare confronti tra le strutture imprenditoriali delle esportazioni nei diversi paesi europei. I dati più recenti, aggiornati al 2014, mostrano che il numero delle imprese esportatrici in Italia⁹ supera quello di Francia e Spagna. Accanto al dato sulla numerosità, si confermano le caratteristiche della struttura dimensionale delle imprese: per l'Italia la classe delle imprese più piccole, fino a 9 addetti, ha un peso in termini di valore di esportazioni pari al 6,2 per cento, meno rilevante di quanto non accada in Francia o Spagna. Rispetto agli altri paesi, il peso della classe delle imprese medie (da 50 a 250 addetti) sul totale delle imprese in Italia risulta assai più limitato: 5,3 per cento, contro l'8 per cento della Francia e il 10,6 per cento della Germania. Tuttavia, questa classe ha, oltre che un valore medio esportato notevolmente più elevato rispetto agli altri paesi (11 milioni di euro, pari a quasi il doppio degli altri paesi), un'incidenza molto più rilevante sull'ammontare di esportazioni: il 30,1 per cento, contro il 14,8 per cento della Francia, il 13,1 della Germania e il 23,5 della Spagna. Per quanto riguarda le imprese di dimensioni maggiori, in Italia la classe con oltre 250 addetti, benché abbia un peso meno rilevante sul numero di imprese (appena l'1 per cento del totale) e sul valore delle esportazioni (il 45,5 per cento, contro il 55,2 della Francia e il 77,3 per cento della Germania), mostra un valore medio di esportazioni piuttosto elevato e pari a 92 milioni di euro.

⁹ Il dato nella tabella 6.4 comprende anche le imprese non specificate, che invece vengono escluse dal totale nella tavola 6.2.

Tavola 6.4 - Imprese esportatrici ed esportazioni per classe di addetti

Anno 2014

Classe di addetti	Francia					Germania				
	Imprese esportatrici		Esportazioni		Valore medio esportato	Imprese esportatrici		Esportazioni		Valore medio esportato
	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾	Migliaia di euro	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾	Migliaia di euro
Fino a 9	77.845	65,2	84.744	20,1	1.089	114.392	57,6	33.597	3,5	294
Da 10 a 49	28.555	23,9	41.606	9,9	1.457	56.593	28,5	59.974	6,2	1.060
Da 50 a 249	9.597	8,0	62.477	14,8	6.510	21.094	10,6	127.610	13,1	6.050
Oltre 250	3.311	2,8	233.015	55,2	70.376	6.436	3,2	752.172	77,3	116.870
Non specificati	2.115	-	16.215	-	7.667	116.311	-	151.681	-	1.304
Totale	121.423	100,0	438.057	100,0	3.608	314.826	100,0	1.125.034	100,0	3.574

Classe di addetti	Italia					Spagna				
	Imprese esportatrici		Esportazioni		Valore medio esportato	Imprese esportatrici		Esportazioni		Valore medio esportato
	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾	Migliaia di euro	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾	Migliaia di euro
Fino a 9	127.409	66,1	23.629	6,2	185	107.955	72,4	26.128	11,7	242
Da 10 a 49	53.217	27,6	69.050	18,2	1.298	30.790	20,6	33.285	14,9	1.081
Da 50 a 249	10.200	5,3	113.812	30,1	11.158	8.177	5,5	52.380	23,5	6.406
Oltre 250	1.864	1,0	172.063	45,5	92.308	2.247	1,5	110.978	49,8	49.390
Non specificati	27.148	-	20.319	-	748	44.493	-	20.889	-	469
Totale	219.838	100,0	398.873	100,0	1.814	193.662	100,0	243.660	100,0	1.258

⁽¹⁾ Il denominatore del rapporto è dato dalla somma delle imprese identificate.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

La capacità delle imprese di diversificare i mercati di sbocco è alquanto squilibrata: la tavola 6.5 mostra che oltre il 50 per cento delle imprese italiane ha esportato al massimo in due mercati di sbocco, a queste imprese però si deve meno del 4 per cento delle esportazioni. La diversificazione dei mercati delle imprese di Italia e Spagna è inferiore rispetto a quelle di francesi e tedesche, come indica il dato sulla quota di esportazioni realizzato da imprese con oltre 20 mercati di sbocco. La capacità di diversificare i mercati di sbocco rappresenta un indicatore di "salute" non trascurabile specie nelle fasi successive alla grave crisi economica e finanziaria degli anni recenti, tanto più che studi recenti rivelano come "all'aumentare del numero delle aree di sbocco delle esportazioni si associ un netto miglioramento dello stato di salute economico-finanziaria, mentre tale relazione è molto meno marcata in relazione all'aumento dei prodotti esportati".¹⁰

¹⁰ Cfr. l'approfondimento di C. Boselli, *Le condizioni economico-finanziarie delle imprese esportatrici*, nelle pagine seguenti di questo Rapporto.

Tavola 6.5 - Imprese esportatrici ed esportazioni per numero di paesi di destinazione delle merci

Anno 2014

Numero di paesi	Francia				Germania			
	Imprese		Valori		Imprese		Valori	
	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾
1	42.753	35,8	7.323	1,7	165.873	63,6	16.424	1,7
2	14.853	12,4	6.455	1,5	29.280	11,2	9.782	1,0
3-5	22.249	18,6	16.729	4,0	24.378	9,3	22.198	2,2
6-9	15.710	13,1	18.984	4,5	11.304	4,3	28.359	2,9
10-14	10.355	8,7	30.383	7,2	7.729	3,0	33.244	3,4
15-19	5.183	4,3	24.672	5,8	5.561	2,1	35.467	3,6
almeno 20	8.387	7,0	318.366	75,3	16.678	6,4	844.419	85,3
Non specificati	1.933	-	15.145	-	54.023	-	135.140	-
Totale	121.423	100,0	438.057	100,0	314.826	100,0	1.125.034	100,0

Numero di paesi	Italia				Spagna			
	Imprese		Valori		Imprese		Valori	
	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾	N.	Peso % ⁽¹⁾	Milioni di euro	Peso % ⁽¹⁾
1	80.314	42,1	7.054	1,9	49.597	52,0	6.118	2,8
2	27.505	14,4	5.896	1,6	12.860	13,5	4.337	2,0
3-5	32.891	17,2	17.251	4,6	13.852	14,5	11.614	5,3
6-9	17.461	9,2	20.968	5,6	6.954	7,3	13.776	6,3
10-14	11.048	5,8	28.645	7,6	4.082	4,3	17.266	7,9
15-19	6.523	3,4	31.798	8,4	2.373	2,5	17.601	8,0
almeno 20	15.012	7,9	266.174	70,5	5.610	5,9	148.109	67,7
Non specificati	29.084	-	21.086	-	98.334	-	24.839	-
Totale	219.838	100,0	398.873	100,0	193.662	100,0	243.660	100,0

⁽¹⁾ Il denominatore del rapporto è dato dalla somma dei valori e del numero di imprese identificate.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat

La banca dati Tec dell'Eurostat consente anche di confrontare il grado di concentrazione delle esportazioni nelle principali imprese (tavola 6.6). In Italia si evidenzia un grado minore di concentrazione: le prime 5 imprese esportatrici incidono per il 5 per cento delle esportazioni, una quota inferiore a quella che le prime 5 imprese detengono in Francia (13,1 per cento) o in Germania (19,3 per cento) o in Spagna (9,7 per cento) mentre alle prime mille imprese si deve meno del 50 per cento del valore delle esportazioni, una quota inferiore a quella degli altri maggiori paesi europei.

Tavola 6.6 - Concentrazione del valore di esportazioni e importazioni nelle principali imprese per paesi europei

Anno 2014

Imprese importatrici o esportatrici	Francia		Germania	
	Esportazioni	Importazioni	Esportazioni	Importazioni
Prime 5	13,1	11,0	19,3	9,8
Prime 10	16,5	16,1	24,1	14,4
Prime 20	21,2	20,5	28,3	20,1
Prime 50	30,0	28,1	33,7	26,7
Prime 100	37,4	34,7	38,4	32,5
Prime 500	58,8	53,4	52,2	47,0
Prime 1.000	68,6	62,1	59,0	53,6

Imprese importatrici o esportatrici	Italia		Spagna	
	Esportazioni	Importazioni	Esportazioni	Importazioni
Prime 5	5,0	7,4	9,7	16,0
Prime 10	8,1	10,9	15,2	21,1
Prime 20	12,1	15,4	21,7	27,3
Prime 50	18,3	22,6	30,7	36,3
Prime 100	24,0	28,1	36,9	43,2
Prime 500	39,9	43,1	52,9	58,4
Prime 1.000	48,6	50,3	60,4	64,8

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

I dati sui risultati economici delle imprese manifatturiere diffusi dall'Istat¹¹ completano, pur con un minor livello di aggiornamento, il quadro degli indicatori contenuti nelle tavole dell'Annuario *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, presentato insieme a questa pubblicazione. La propensione all'esportazione – data dal rapporto tra il valore delle esportazioni e il fatturato totale delle imprese manifatturiere – è stata nel 2014 pari al 34,7 per cento. Tra il 2010 e il 2014 il rapporto tra esportazioni e fatturato è salito di oltre 5 punti percentuali. Questa grandezza varia sensibilmente con riferimento sia al settore dell'impresa – con punte particolarmente elevate nel settore dei mezzi di trasporto, delle macchine e apparecchi o di alcuni settori del Made in Italy – sia alla sua dimensione.

A conferma dello stretto legame esistente tra dimensione d'impresa e proiezione internazionale, la propensione a esportare aumenta al crescere dell'impresa, passando dal 9,3 per cento di quelle con un numero di addetti inferiore a 10, fino ad arrivare al 43,1 per cento delle più grandi imprese manifatturiere. Anche limitando il confronto alle sole internazionalizzate, inoltre, la propensione all'esportazione appare strettamente legata alla dimensione aziendale, raggiungendo il suo livello massimo (43,6) nel segmento delle grandi imprese manifatturiere.

Altri confronti interessanti tra imprese presenti o meno sui mercati esteri riguardano la dimensione che, in media per le imprese manifatturiere esportatrici (pari a 28 addetti), appare molto più elevata di quella delle imprese attive solo sul mercato interno (3,8 addetti), anche se in flessione rispetto al precedente anno di disponibilità delle informazioni. Nel grafico 6.4 è rappresentato un indicatore della distanza tra imprese esportatrici e non esportatrici dato dal

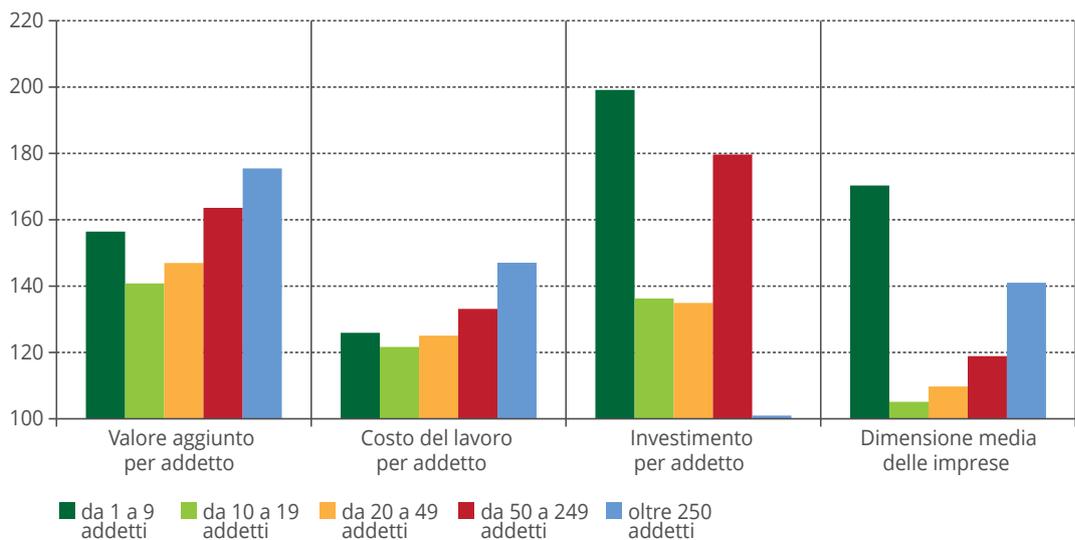
¹¹ Cfr. *Risultati economici delle imprese*, Istat – 26 ottobre 2016 - <http://www.istat.it/it/archivio/191838>.

rapporto percentuale tra i valori di alcuni indicatori per le imprese esportatrici e gli stessi per le non esportatrici. Relativamente alla dimensione media, all'aumentare della classe dimensionale cresce il differenziale tra imprese esportatrici e non esportatrici: nel segmento delle più grandi imprese si sono affacciate sui mercati esteri quelle che hanno superato una soglia dimensionale, nel 2014, pari a oltre 700 addetti.

Le imprese internazionalizzate si confermano inoltre più produttive (il valore aggiunto per addetto delle esportatrici è sempre più elevato);¹² la superiorità emerge anche con riferimento alla qualificazione del personale impiegato, essendo il costo del lavoro per addetto costantemente più alto. Il differenziale aumenta al crescere della classe dimensionale di riferimento, tranne che per la voce investimento per addetto dove si nota che per le più grandi l'indicatore è pressoché simile, mentre differenze maggiori si hanno per le più piccole e le medie. I dati a nostra disposizione confermano, inoltre, che le imprese esportatrici di tutte le classi dimensionali risultano migliori delle domestiche anche in termini di profittabilità: ulteriori evidenze sono disponibili nei contributi di approfondimento nelle pagine successive a questo capitolo.¹³

Grafico 6.4 - Indicatori economici delle imprese manifatturiere esportatrici e non esportatrici

Rapporto percentuale tra gli indicatori riferiti alle imprese esportatrici rispetto a quelli delle imprese non esportatrici, anno 2014



Valori >100 indicano livelli dell'indicatore superiore per le imprese esportatrici rispetto alle non esportatrici e viceversa.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

¹² Dall'approfondimento di Agostino, Giunta, Scalerà e Trivieri, *Partecipazione e posizionamento delle imprese italiane nelle catene globali del valore: nuova evidenza (2009-2014)*, nelle pagine seguenti di questo Rapporto, si evince inoltre che la produttività è legata non solo alla condizione di esportatore, ma anche alla partecipazione più o meno evoluta alle reti produttive internazionali e cresce in base alla collocazione lungo le catene produttive globali.

¹³ Cfr. C. Boselli, *Le condizioni economico-finanziarie delle imprese esportatrici*, in questo Rapporto.

6.2 L'internazionalizzazione produttiva delle imprese italiane

Oltre al commercio estero, l'internazionalizzazione delle imprese si esprime anche attraverso investimenti diretti, che consistono nella creazione di nuovi stabilimenti o l'acquisizione di una quota di partecipazione di imprese estere. In realtà, esportazioni e investimenti diretti costituiscono gli estremi di un sistema molto più articolato di forme di internazionalizzazione, dove un ruolo di riguardo è assunto dalle cosiddette forme di internazionalizzazione leggera, che includono gli accordi di fornitura, le licenze commerciali e tecnico-produttive, il *franchising*, i progetti di collaborazione più strutturata (*joint ventures*), fino alla nascita di imprese estere, con capitali locali, ad opera di imprenditori italiani.

Le forme di internazionalizzazione produttiva sono oggetto di distinte rilevazioni che consentono di analizzarne le dinamiche e le caratteristiche. In Italia le principali rilevazioni sono quelle dell'Istat su Inward e Outward Fats e la banca dati Ice Reprint.

Questo paragrafo si basa su una serie di elaborazioni preliminari fornite per questo Rapporto sulla banca dati Ice-Reprint, sviluppata da R&P con la collaborazione del Politecnico di Milano e il supporto di Ice-Agenzia, aggiornate alla fine dell'anno precedente a quello in corso al momento della pubblicazione. Dal punto di vista dei settori di attività economica delle imprese, la banca dati si concentra sul comparto industriale (industria estrattiva, manifatturiera, energia, gas e acqua, costruzioni) e sui settori del terziario che più direttamente supportano tali attività (commercio all'ingrosso, logistica e trasporti, servizi Ict, altri servizi alle imprese). A differenza della rilevazione dell'Istat, Reprint censisce anche le partecipazioni di minoranza. I dati di seguito commentati si riferiscono allo stock di imprese estere partecipate da imprese italiane alla fine del 2016 e tengono conto delle principali nuove iniziative (operazioni di fusione e acquisizione, investimenti *greenfield* e dismissioni) attivate da imprese italiane all'estero in tale anno.

I dati preliminari, già illustrati in altri capitoli di questo Rapporto, indicano per il secondo anno consecutivo una diminuzione del numero delle imprese a partecipazione italiana (-1,9 per cento), che rimangono nell'ordine di grandezza di poco superiore a 28 mila.¹⁴ Sono diminuiti anche gli addetti (-1,8 per cento) e il fatturato (-1,8 per cento) delle partecipate, proseguendo in una tendenza in atto da quattro anni. Come già spiegato nelle precedenti edizioni di questo Rapporto, l'andamento negativo è stato in parte determinato dal venir meno di una componente delle multinazionali italiane oggetto nel periodo considerato di acquisizione da parte di investitori esteri.¹⁵ A tale fenomeno si è sommato l'impatto delle dismissioni vere e proprie, mentre meno significativo sembra quello di decisioni di *re-shoring*, tese a riportare in Italia attività produttive precedentemente svolte all'estero. Tali variazioni di segno negativo hanno prevalso sull'apporto addizionale di nuove partecipazioni italiane all'estero, condizionato negli ultimi anni dagli strascichi della lunga crisi e dalla debolezza della fase di ripresa dell'attività produttiva.

Se tuttavia si allarga l'osservazione all'intero periodo compreso tra 2009 e 2016, il numero delle partecipazioni italiane all'estero è nel complesso aumentato (nella media del periodo dello 0,9 per cento) e questa dinamica non si è interrotta neanche negli anni di crisi. Al contrario il loro

¹⁴ Sull'andamento delle partecipazioni estere in imprese italiane cfr. i capitoli 3, 4 e 5 di questo Rapporto.

¹⁵ La metodologia consolidata alla base dell'aggiornamento della banca dati Ice Reprint comporta, nel caso di acquisizione di un'impresa italiana attiva oltre confine da parte di un gruppo estero, l'automatica cancellazione delle attività estere partecipate dal novero delle attività estere a partecipazione italiana, essendone il relativo controllo ormai ascrivibile al nuovo gruppo (estero) di appartenenza. Tra le multinazionali italiane oggetto di acquisizione dall'estero negli ultimi anni si ricordano Parmalat e Bulgari nel 2011, Buongiorno e Ducati nel 2012, Marazzi e Loro Piana nel 2013, Indesit nel 2014, Pirelli nel 2015, Italcementi nel 2016.

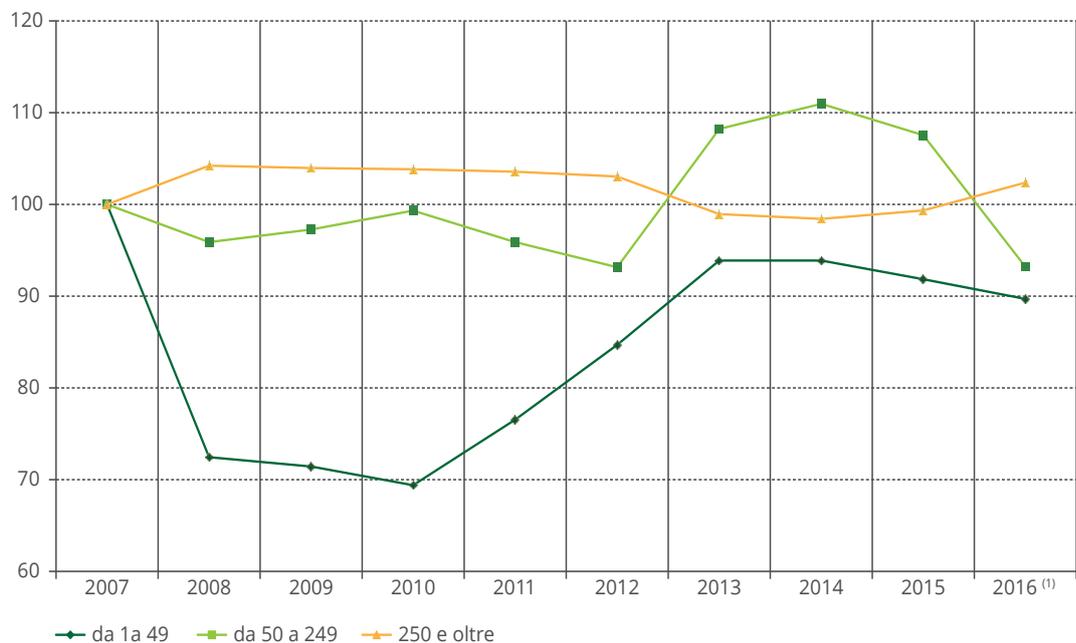
fatturato, che dopo la brusca caduta del 2009 aveva mostrato una netta ripresa fino al 2012, è poi tornato a ridursi, così come il numero di dipendenti, che nel 2016 è risultato lievemente inferiore a quello registrato nel 2009.

È diminuita nel 2016 la quota delle imprese di dimensioni minori, che aveva mostrato una tendenza crescente a partire dal 2010, si è ridotta la quota delle imprese di media dimensione, mentre è tornata a crescere quella delle imprese più grandi (grafico 6.5).

Sono infatti state le imprese più grandi a contribuire maggiormente alla consistenza delle partecipazioni estere sia in termini di addetti che di fatturato: alla fine del 2016, le imprese con oltre 250 addetti rappresentavano il 77,6 per cento del totale in termini di addetti e l'89 per cento del fatturato. In termini di fatturato il loro contributo è aumentato nel corso degli anni grazie anche ad alcune operazioni messe a segno da grossi gruppi industriali, quali Enel-Endesa o Fiat-Chrysler. Gli addetti nelle partecipate estere delle imprese più piccole (sotto i 50 addetti) hanno fatto registrare un aumento di 25 mila unità tra il 2009 e il 2016 (da 103 a 128 mila). Quelli delle medie imprese, costantemente aumentati nel corso degli ultimi anni, nel 2016 sono diminuiti scendendo sotto le 200 mila unità (erano circa 210 mila circa nel 2009). Sono tornati ad aumentare nel 2016 gli addetti delle partecipate estere delle grandi imprese, dopo la continua diminuzione degli ultimi anni (complessivamente si sono ridotti di circa 31 mila unità tra il 2009 e il 2016). Questa tendenza, come già accennato, è dovuta in buona parte, al venir meno, tra le partecipazioni italiane all'estero, di quelle delle imprese oggetto di acquisizione da parte di multinazionali estere (prime tra tutti, Pirelli e Italcementi).

Grafico 6.5 - Addetti delle partecipate estere di imprese italiane per classe dimensionale dell'investitore

Indici 2007=100



⁽¹⁾ Stime preliminari.

Fonte: elaborazioni su dati banca dati Reprint, Ige-Politecnico di Milano

I dati Ice-Reprint confermano il ruolo della distanza sulla distribuzione geografica delle partecipazioni in uscita, molto più accentuato di quanto avvenga per le esportazioni (come si nota nella tavola 6.3 nel paragrafo precedente). Guardando le direttrici geografiche (tavola 6.7) il dato del 2016 conferma la concentrazione delle imprese di minori dimensioni nei paesi europei; meno rilevante è la loro presenza, in termini di addetti, in Africa e America centrale e meridionale come pure in Asia orientale, decisamente inferiore nelle altre aree. La partecipazione in imprese estere da parte di imprese italiane nelle aree geograficamente più distanti, sia in termini di addetti sia di fatturato, è un fenomeno che interessa quasi esclusivamente le imprese con oltre 250 addetti. I dati sembrano confermare che le piccole imprese tendono a limitare la loro presenza all'estero in queste aree alle sole esportazioni.

Tavola 6.7 - Distribuzione percentuale degli addetti e del fatturato delle partecipate estere per area geografica di localizzazione dell'investimento e classe dimensionale (addetti) dell'investitore

In percentuale, dati al 31.12.2016⁽¹⁾

	Addetti					Fatturato				
	da 1 a 49	da 50 a 249	250 e oltre	Totale	Peso % dell'area	da 1 a 49	da 50 a 249	250 e oltre	Totale	Peso % dell'area
Unione Europea	12,8	19,0	68,2	100,0	42,5	3,7	10,7	85,7	100,0	50,0
Altri paesi europei	12,5	20,2	67,3	100,0	9,6	4,3	5,6	90,2	100,0	6,9
Africa settentrionale	4,9	3,4	91,7	100,0	3,3	0,4	0,1	99,4	100,0	3,1
Altri paesi africani	6,0	12,6	81,4	100,0	2,1	0,1	0,1	99,8	100,0	3,4
America settentrionale	3,1	8,0	88,9	100,0	9,0	5,2	13,3	81,4	100,0	10,1
America centro-meridionale	6,2	8,9	84,9	100,0	16,3	1,5	1,5	97,0	100,0	14,3
Medio Oriente	1,1	3,2	95,8	100,0	1,0	0,7	0,9	98,5	100,0	1,1
Asia centrale	0,5	1,1	98,3	100,0	2,3	1,2	2,2	96,6	100,0	1,6
Asia orientale	4,0	7,1	88,9	100,0	13,0	2,0	8,9	89,1	100,0	8,1
Oceania	2,5	8,5	88,9	100,0	0,8	0,2	3,0	96,8	100,0	1,5
Totale	8,8	13,6	77,6	100,0	100,0	3,0	8,0	89,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Stime preliminari.

Fonte: elaborazioni su banca dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

Per quanto riguarda la distribuzione delle partecipazioni per settori di attività economica, il contributo delle piccole imprese si conferma più elevato e crescente rispetto al 2009 nei settori manifatturieri "tradizionali", in particolare tessile, abbigliamento e pelli e cuoio e nell'industria del legno. Oltre un quarto degli addetti in partecipate estere di questi settori va attribuito a una casa madre appartenente alla classe dimensionale fino a 50 addetti (tavola 6.8). In alcuni casi ciò si spiega con i processi di delocalizzazione realizzati dalle imprese di questi settori, che hanno gradualmente spostato parti crescenti dell'attività manifatturiera all'estero, mantenendo in Italia le attività a monte (direzione, progettazione, ricerca e sviluppo dei prodotti, marketing, ecc.) e a valle (logistica, distribuzione, attività commerciale) della catena del valore. Il ruolo delle imprese con 250 addetti e oltre è preponderante nei settori a maggiore intensità di scala e di contenuto tecnologico, quali quelli dell'industria della raffinazione petrolifera, dei mezzi di trasporto, delle *utilities* (energia, elettrica, gas e acqua). Le medie imprese (tra 50 e 250 addetti) sono maggiormente presenti all'estero nei settori della moda, in particolare articoli in pelle, nei prodotti chimici, nell'industria estrattiva e negli articoli in gomma e materie plastiche.

Tavola 6.8 - Distribuzione degli addetti delle partecipate estere per settore di attività all'estero e classe dimensionale dell'investitore

In percentuale, dati al 31.12.2016⁽¹⁾

	2009					2016				
	da 1 a 49	da 50 a 249	250 e oltre	Totale	Peso % del settore	da 1 a 49	da 50 a 249	250 e oltre	Totale	Peso % del settore
Industria estrattiva	2,0	38,3	59,6	100,0	2,8	5,0	39,0	56,0	100,0	2,9
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	4,8	8,6	86,6	100,0	3,8	6,8	3,9	89,2	100,0	4,8
Industrie tessili	22,6	22,9	54,4	100,0	2,1	26,8	27,0	46,2	100,0	1,9
Articoli di abbigliamento; articoli in pelle e pelliccia	18,9	24,3	56,6	100,0	3,7	24,6	17,7	57,7	100,0	3,5
Articoli in pelle e simili	24,3	41,5	34,8	100,0	1,6	25,3	45,8	28,9	100,0	1,8
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	26,1	29,8	42,1	100,0	0,6	27,4	28,3	44,3	100,0	0,6
Carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati	7,2	5,4	87,2	100,0	1,8	7,7	7,3	85,0	100,0	1,7
Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0,4	0,7	98,9	100,0	0,8	0,0	0,6	99,4	100,0	0,8
Prodotti chimici	4,1	32,4	63,4	100,0	2,0	7,4	33,5	59,1	100,0	2,1
Prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	1,2	3,2	95,5	100,0	1,3	4,4	3,2	92,3	100,0	1,7
Articoli in gomma e materie plastiche	9,3	18,3	72,3	100,0	3,6	11,6	24,7	63,8	100,0	3,3
Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2,9	10,4	86,7	100,0	4,0	5,9	6,0	88,1	100,0	3,7
Metallurgia; prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	8,8	16,1	75,1	100,0	5,7	9,8	13,3	76,9	100,0	5,9
Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	2,0	8,7	89,3	100,0	5,2	3,5	8,1	88,4	100,0	4,7
Apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	4,0	21,0	74,9	100,0	5,1	3,9	16,0	80,0	100,0	4,6
Macchinari ed apparecchiature n.c.a.	5,8	12,2	82,0	100,0	7,0	8,1	13,0	78,9	100,0	7,5
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	1,1	7,4	91,5	100,0	9,4	1,7	5,4	92,9	100,0	10,8
Altri mezzi di trasporto	3,3	4,8	91,9	100,0	1,7	1,6	2,9	95,5	100,0	2,0
Mobili	17,7	11,0	71,4	100,0	0,9	22,3	7,0	70,7	100,0	0,9
Altre industrie manifatturiere; riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	9,2	14,5	76,5	100,0	1,5	11,8	20,7	67,5	100,0	1,9
Energia elettrica, gas e acqua	2,9	2,6	94,5	100,0	3,5	1,7	2,1	96,2	100,0	3,0
Costruzioni	7,0	3,8	89,2	100,0	4,3	7,0	5,4	87,6	100,0	4,5
Commercio all'ingrosso	9,6	18,4	72,0	100,0	14,0	9,9	14,5	75,5	100,0	14,6
Servizi alle imprese	6,8	11,1	82,0	100,0	13,7	12,8	17,0	70,2	100,0	10,5
Totale	7,0	14,2	78,8	100,0	100,0	8,8	13,6	77,6	100,0	100,0

⁽¹⁾ Stime preliminari.

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

Tavola 6.9 - Distribuzione del fatturato delle partecipate estere per settore di attività all'estero e classe dimensionale dell'investitore

In percentuale, dati al 31.12.2016 ⁽¹⁾

	2009					2016				
	da 1 a 49	da 50 a 249	250 e oltre	Totale	Peso % del settore	da 1 a 49	da 50 a 249	250 e oltre	Totale	Peso % del settore
Industria estrattiva	0,6	8,7	90,7	100,0	7,2	0,1	14,3	85,6	100,0	4,7
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	6,1	6,2	87,8	100,0	2,8	2,7	5,8	91,5	100,0	3,5
Industrie tessili	31,7	19,5	48,8	100,0	0,6	12,3	16,0	71,8	100,0	0,6
Articoli di abbigliamento; articoli in pelle e elliccia	9,1	7,7	83,2	100,0	0,8	18,8	10,5	70,7	100,0	0,7
Articoli in pelle e simili	32,9	25,8	41,3	100,0	0,3	14,9	39,3	45,8	100,0	0,3
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	50,2	29,4	20,4	100,0	0,2	22,2	51,0	26,8	100,0	0,2
Carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati	4,2	2,3	93,5	100,0	1,6	3,6	3,2	93,2	100,0	1,5
Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0,1	0,1	99,9	100,0	3,0	0,0	0,4	99,6	100,0	3,8
Prodotti chimici	5,7	23,9	70,4	100,0	1,9	4,8	32,2	63,0	100,0	1,9
Prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	1,7	2,8	95,6	100,0	1,0	2,6	1,2	96,2	100,0	1,2
Articoli in gomma e materie plastiche	12,0	16,9	71,1	100,0	1,6	12,8	39,3	47,9	100,0	1,2
Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	1,7	6,4	91,9	100,0	2,7	1,8	2,4	95,8	100,0	1,4
Metallurgia; prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	6,4	10,7	82,9	100,0	3,5	5,5	13,1	81,4	100,0	3,8
Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	2,3	5,9	91,7	100,0	2,7	3,8	13,9	82,3	100,0	2,5
Apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	6,5	13,0	80,5	100,0	2,5	1,4	8,9	89,7	100,0	2,6
Macchinari ed apparecchiature n.c.a.	6,0	10,4	83,6	100,0	3,9	4,4	13,8	81,9	100,0	4,3
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	0,6	3,7	95,6	100,0	9,5	0,7	5,4	93,8	100,0	15,1
Altri mezzi di trasporto	1,6	2,2	96,3	100,0	1,7	1,8	1,8	96,5	100,0	2,4
Mobili	29,7	18,3	52,0	100,0	0,2	20,0	16,0	64,0	100,0	0,2
Altre industrie manifatturiere; riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	18,6	18,6	62,8	100,0	0,4	27,3	33,0	39,7	100,0	0,4
Energia elettrica, gas e acqua	1,0	0,7	98,3	100,0	14,8	0,2	1,4	98,4	100,0	12,9
Costruzioni	9,3	3,5	87,2	100,0	3,6	4,6	5,4	90,1	100,0	3,6
Commercio all'ingrosso	7,1	9,0	83,9	100,0	23,1	3,9	7,9	88,2	100,0	23,7
Servizi alle imprese	4,4	14,7	81,0	100,0	10,2	4,7	8,0	87,3	100,0	7,6
Totale	4,3	8,1	87,6	100,0	100,0	3,0	8,0	89,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Stime preliminari.

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, ICE-Politecnico di Milano

Imprese esportatrici, produttività e misallocazione*

Sara Calligaris,** Massimo Del Gatto,*** Fadi Hassan,**** Gianmarco I.P. Ottaviano,*****
Fabiano Schivardi*****

Per poter valutare l'andamento delle esportazioni italiane è importante tenere conto di due trend globali:

- i) che il commercio mondiale ha avuto una forte espansione dagli anni novanta (passando dal 38 per cento al 61 per cento del Pil mondiale tra il 1990 e il picco pre-crisi del 2007);
- ii) che la quota del commercio mondiale attribuibile ai paesi avanzati è diminuita sensibilmente passando dall'83 per cento al 68 per cento.

Pertanto, un indicatore appropriato per analizzare la performance dell'export italiano è la percentuale delle esportazioni italiane rispetto alle esportazioni dei paesi Ocse ad alto reddito.¹ Il grafico 1 riporta l'andamento di questo indicatore e si possono individuare tre fasi:

- 1) durante gli anni novanta le esportazioni italiane sono cresciute di meno rispetto agli altri paesi avanzati, con l'eccezione di una breve ripresa dopo la svalutazione del 1992; in questo periodo la quota dell'export è scesa dal 6,8 per cento al 5,2 per cento;
- 2) all'inizio degli anni duemila, questo trend negativo si è interrotto ed è iniziata una lenta ripresa, che, al di là delle comuni percezioni, è coincisa con l'adozione dell'euro;
- 3) con la crisi finanziaria globale, le esportazioni italiane hanno di nuovo perso quota e tale riduzione corrisponde a una perdita di circa 40 miliardi di euro.

In questa sezione ci vogliamo soffermare sulle fasi 2 e 3, comparando il periodo pre- e post-crisi finanziaria. In particolare, ci vogliamo concentrare sull'evoluzione della produttività e dell'allocazione delle risorse produttive fra le imprese manifatturiere italiane, analizzando le differenze fra imprese esportatrici e non esportatrici.

La misura di produttività che consideriamo è la cosiddetta *Revenue Total Factor Productivity* (Tfpr), cioè la Tfp espressa in valore, che rappresenta una misura dell'efficienza di un'impresa nell'utilizzare i fattori di produzione. Invece, per misurare l'allocazione delle risorse fra imprese, prendiamo come riferimento il concetto di *misallocazione* sviluppato da Hsieh e Klenow (2009)²: un'allocazione di risorse produttive (capitale e lavoro) è inefficiente quando si discosta da quella che risulterebbe in un mondo ideale privo di distorsioni. In assenza di distorsioni, infatti, l'equilibrio di mercato porterebbe ad una equalizzazione del prodotto marginale dei fattori di produzione e della Tfpr fra tutte le imprese.

* Estratto dal saggio pubblicato nel monografico *Global value chains, trade networks and firm performance: international evidence and the Italian case*, "Rivista di Politica Economica", vol. VII-IX/2016, SIPI SpA, Roma, al quale si rimanda per approfondimenti. Gli autori ringraziano Carlo Altomonte per l'aiuto fornito con i dati Efige. Le opinioni espresse e gli argomenti impiegati sono da riferirsi agli autori e non riflettono necessariamente la visione ufficiale di Ocse e dei governi dei suoi Stati membri.

** sara.calligaris@oecd.org, Ocse e Eief.

*** massimo.delgatto@unich.it, Università "G.d'Annunzio" e Crenos.

**** fhassan@tcd.ie, Trinity College Dublin e Cep.

***** g.i.ottaviano@lse.ac.uk, London School of Economics, Cep, Cep 2 e Università di Bologna.

***** fabiano.schivardi@gmail.com, Luiss, Eief, e Cepr.

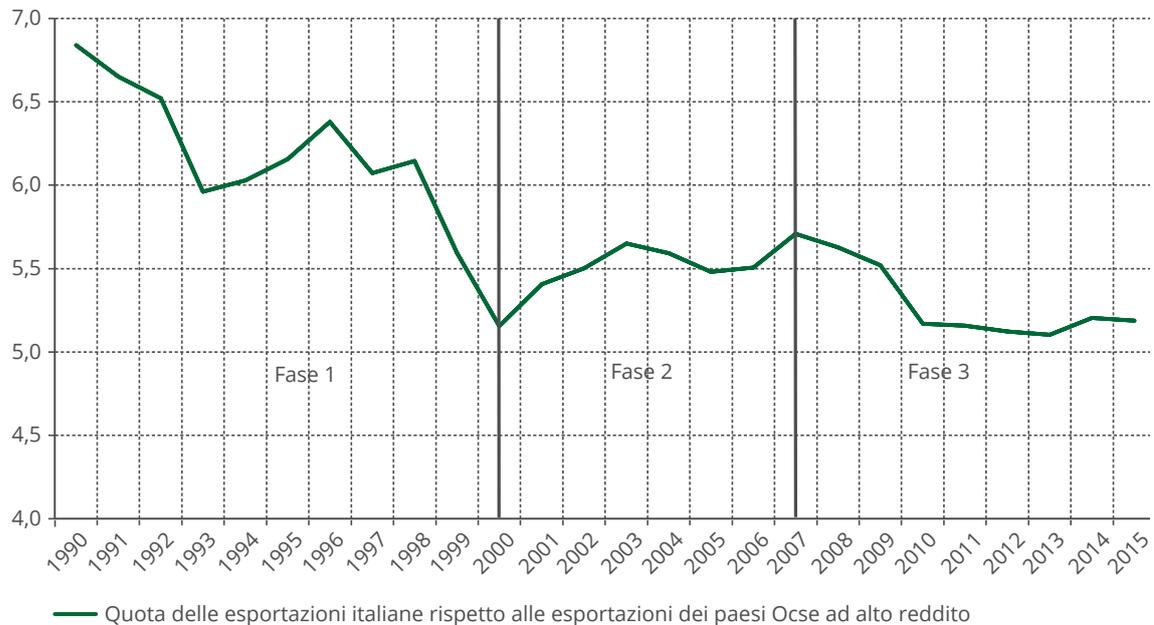
① Sono considerati ad alto reddito: Australia, Austria, Belgio, Canada, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, Islanda, Irlanda, Israele, Giappone, Corea del Sud, Lussemburgo, Paesi Bassi, Nuova Zelanda, Norvegia, Polonia, Portogallo, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito, Stati Uniti.

② Hsieh C. e Klenow P. (2009), *Misallocation and manufacturing TFP in China and India*, "Quarterly Journal of Economics", 124(4), pp. 1403-1448.



Grafico 1 - Quota delle esportazioni italiane rispetto alle esportazioni dei paesi Ocse ad alto reddito, 1990-2015

Percentuali



Fonte: elaborazione su dati Comtrade

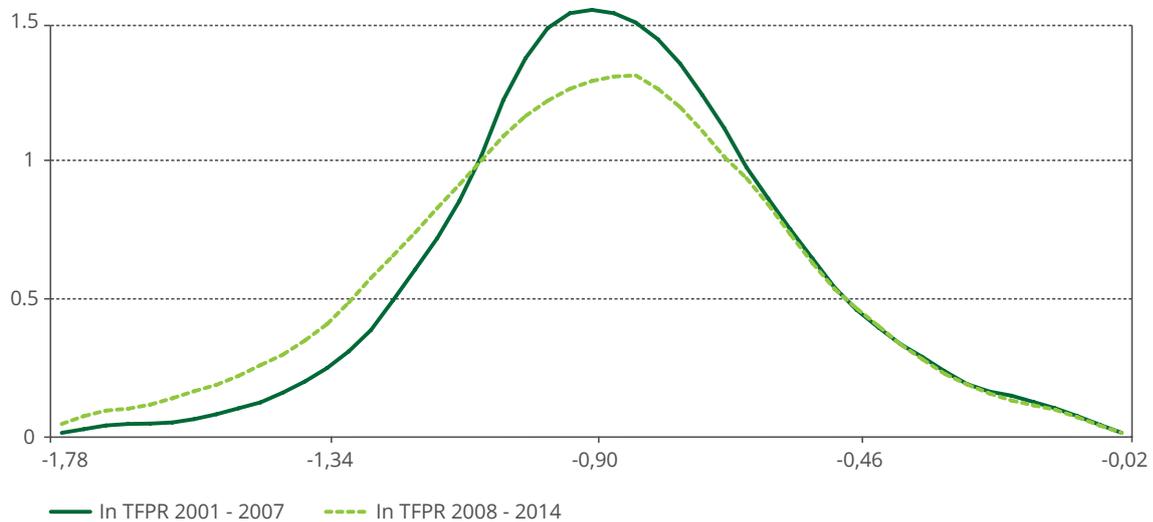
Pertanto, la dispersione della produttività delle imprese $TFPR_{si}$ rispetto alla media del settore $\overline{TFPR_s}$ è la misura di misallocazione che utilizziamo.

In particolare, per una singola impresa i , $TFPR_{si} / \overline{TFPR_s} > 1$ (produttività dell'impresa maggiore della media del settore) implica che l'impresa è inefficientemente piccola e che maggiori risorse produttive andrebbero allocate a quest'impresa, in modo che produca di più e possa ridurre il prezzo dei propri prodotti fino al punto in cui $TFPR_{si} / \overline{TFPR_s} = 1$. Al contrario, se $TFPR_{si} / \overline{TFPR_s} < 1$ (produttività dell'impresa minore della media) l'impresa è inefficientemente grande e dovrebbe assorbire una quantità minore di capitale e lavoro, riducendo la produzione fino al punto in cui $TFPR_{si} / \overline{TFPR_s} = 1$.

I dati di riferimento per l'analisi empirica provengono da un campione di 3.021 imprese manifatturiere italiane del dataset Ue-Efige/Bruegel-UniCredit. Questo dataset offre un questionario dettagliato su varie dimensioni di impresa e copre anche altri paesi europei fra cui Francia, Germania, Regno Unito e Spagna. Il questionario è stato stilato nel 2010, ma ha valore retroattivo e copre anche il periodo 2007-2009. I dati Efige che utilizziamo sono integrati con dati di bilancio delle imprese tratti dal database Amadeus del Bureau van Dijk, che coprono il periodo 2001-2014. Utilizziamo i dati di bilancio per ricavare le misure di produttività e misallocazione, mentre utilizziamo i dati Efige per analizzare le caratteristiche delle imprese misallocate.

Il grafico 2 mostra la distribuzione della $Tfpr$ (in logaritmo) negli anni prima e dopo la crisi. Si vede chiaramente che c'è stato un aumento sostanziale delle imprese con una produttività inferiore alla media. Questo implica sia una diminuzione generale della produttività, sia un aumento della misallocazione con imprese poco produttive che assorbono troppe risorse rispetto alla dimensione ottimale che dovrebbero avere.

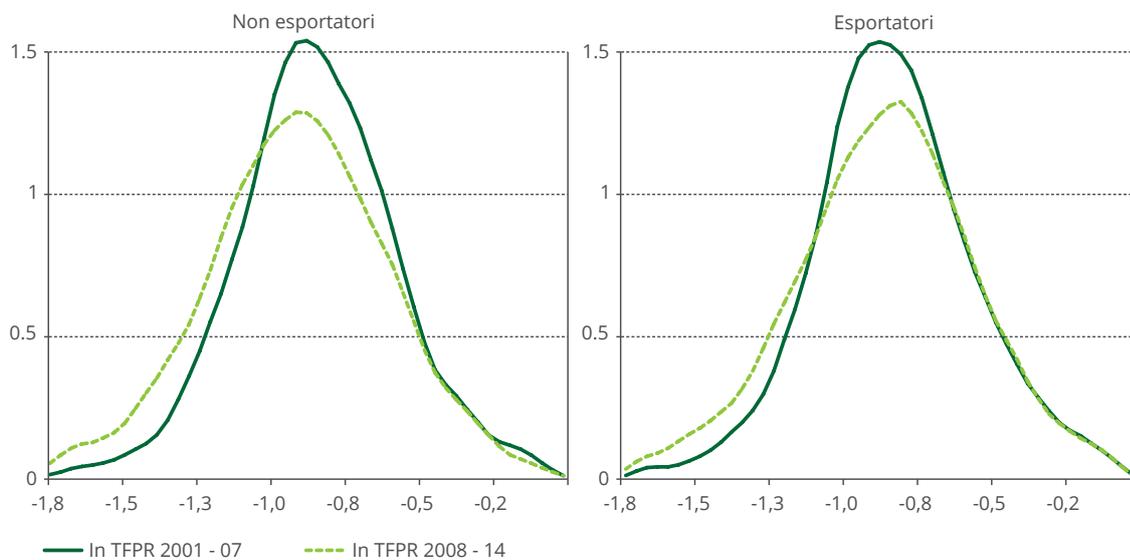
Grafico 2 - Distribuzione della produttività di impresa, media pre- e post-2008
Percentuali



Fonte: elaborazione su dati Contrade

Il grafico 3 offre la stessa analisi differenziando tra imprese esportatrici e non-esportatrici. Si evince che entrambe le tipologie di imprese hanno sofferto di un aumento di imprese poco produttive, ma questo aumento è stato più marcato per le imprese non-esportatrici. Infatti, eseguendo una regressione del $\log TFPR_{st} / TFPR_s$ sullo status di esportatore (con effetti fissi di settore ed anno), emerge che la produttività relativa è più grande per le imprese esportatrici che non-esportatrici e che questo rapporto più che raddoppia tra il periodo pre- e post-crisi passando dall'1,7 per cento al 4 per cento. Questo implica che c'è una significativa misallocazione di risorse a favore delle imprese non-esportatrici, che sono quindi troppo grandi, a scapito delle imprese esportatrici, che sono invece troppo piccole.

Grafico 3 - Distribuzione della produttività di impresa per status di esportatore, media pre- e post-2008



Fonte: elaborazione su dati Efige



Oltre a monitorare l'andamento generale della produttività, vogliamo anche analizzare i tratti principali che caratterizzano le imprese che soffrono di misallocazione, ossia le caratteristiche delle imprese che sono troppo grandi o troppo piccole dato il loro livello di produttività. Per questo scopo ci affidiamo alla seguente regressione:

$$\begin{aligned} \log \frac{TFPR_{sit}}{TFPR_{st}} = & \beta_0 + \beta_1 Exporter_{si} + \beta_2 Exporter_{si} * Post08 + \\ & + \beta_3 Z_{sit} + \beta_4 Exporter_{sit} * Z_{sit} + \beta_5 Z_{sit} * Post08 + \\ & + \beta_6 Exporter_{sit} * Z_{sit} * Post08 + \gamma_t + \gamma_s + \varepsilon_{sit}, \end{aligned} \quad (1)$$

dove: i , S e t si riferiscono rispettivamente all'impresa, al settore, ed all'anno; quindi $TFPR_{sit}$ è la TFPR dell'impresa i nel settore s nell'anno t ; $TFPR_{st}$ è la TFPR media nel settore s al tempo t ; $Exporter_{si}$ è una variabile *dummy* uguale a uno se l'impresa i esportava nel 2008 o negli anni precedenti al 2008, altrimenti è uguale a zero; $Post08$ è una *dummy* uguale a zero fino al 2007 ed 1 dal 2009 in poi; γ_t è una *dummy* per anno che cattura gli shock comuni a tutte le imprese al tempo t ; γ_s è un effetto fisso per settore che controlla per tutte le caratteristiche del settore che sono costanti nel tempo; ε_{sit} è il termine di errore.

Nell'equazione (1) la variabile di interesse è Z_{sit} , che identifica una determinata caratteristica d'impresa (ad esempio investimenti in ricerca e sviluppo). Se il coefficiente associato a Z è positivo e significativo, le imprese con tale caratteristica sono troppo piccole rispetto alla dimensione ottimale (la dimensione in assenza di distorsioni); viceversa, se il coefficiente è negativo, la caratteristica Z è associata ad imprese che tendono a essere inefficientemente grandi. I termini di interazione ci permettono di identificare queste caratteristiche differenziando per status di esportatore e per il periodo pre- e post-crisi finanziaria.

Abbiamo analizzato diverse caratteristiche d'impresa: struttura societaria, stili di management, composizione della forza lavoro, accesso al credito e fonti di finanziamento, innovazione, fattori di crescita. Non abbiamo trovato risultati significativi per quanto riguarda i primi tre aspetti. Di seguito ci soffermiamo sulle caratteristiche che sono risultate rilevanti.

Credito e fonti di finanziamento

I risultati della regressione dicono che le imprese con difficoltà di accesso al credito sono inefficientemente grandi e meno risorse andrebbero allocate a esse. Pertanto, il razionamento del credito operato, in media, dal sistema bancario nei loro confronti sarebbe da considerarsi efficiente. Questo risultato vale per esportatori e non-esportatori e si rafforza dopo il 2008: dopo la crisi il credito sembrerebbe in effetti essere negato alle imprese meno produttive.

Ci soffermiamo poi sul modo in cui le imprese finanziano i propri investimenti: risorse finanziarie interne *versus* risorse finanziarie esterne all'impresa. L'analisi mostra che le imprese con un'alta quota di finanziamento con risorse interne hanno anche una più elevata produttività relativa e dovrebbero dunque espandersi. Al contrario, le imprese con una quota alta di investimenti finanziati con fondi esterni si caratterizzano per una produttività relativamente bassa e dovrebbero dunque contrarsi. Questi risultati non si differenziano tra esportatori e non-esportatori, non cambiano dopo la crisi, e sono di dimensione contenuta (la differenza di produttività fra le imprese appartenenti alle due categorie è quantitativamente piuttosto bassa).

Innovazione

Il dataset Efige riporta una serie di indicatori sull'innovazione delle imprese. In particolare indica se le imprese hanno intrapreso innovazione di prodotto, di processo, di mercato, o di tipo organizzativo. Inoltre, il dataset riporta se l'impresa ha svolto attività di ricerca e sviluppo e se ha richiesto od ottenuto qualche brevetto.

I risultati mostrano come la crisi sia associata ad un impatto positivo sulla Tfpr per le imprese non-esportatrici relativamente più attive in tal senso (a prescindere dal tipo di innovazione) e sembra aver ridotto il gap di correlazione positiva tra attività innovativa e Tfpr delle imprese esportatrici rispetto alle non esportatrici. Prima del 2008, invece, le imprese con brevetti tendevano ad essere inefficientemente grandi (presentando una Tfpr relativa minore della media di settore). Allo stato attuale, l'analisi suggerisce che più risorse dovrebbero essere attribuite alle imprese esportatrici che hanno investito relativamente di più in innovazione di processo e in attività di ricerca e sviluppo. Gli investimenti in innovazioni di mercato e organizzative non sembrano invece essere caratteristiche associate alla presenza di misallocazione di risorse.

Fattori di crescita

I dati Efige riportano i fattori di crescita che le imprese identificano come fondamentali. In particolare, osserviamo se le imprese considerano la domanda di prodotti come limite alla loro crescita, oppure se la crescita del loro *business* dipende da: i) diminuzione di costi, ii) miglioramento della qualità, iii) ampliamento della gamma di prodotti, iv) riconoscimento del *brand*, v) supporto post-vendita oppure vi) rafforzamento della rete di distribuzione.

Rispetto a tale dimensione, uno dei risultati più robusti è che le imprese che attribuiscono la loro crescita alla rete di distribuzione tendono a essere inefficientemente grandi. Per quanto riguarda le imprese esportatrici, i risultati indicano che le imprese che attribuiscono la loro crescita alla riduzione dei costi di produzione tendono a essere inefficientemente grandi, sia prima che dopo la crisi. Tra le imprese non esportatrici, tendono a essere inefficientemente grandi quelle che basano la loro crescita sul *branding* e sul supporto post-vendita. Un risultato interessante è che, dopo la crisi, le imprese che vedono la mancanza di domanda come limite alla crescita risultano inefficientemente grandi, indipendentemente dall'essere o meno esportatrici. Ciò sembrerebbe suggerire che il mercato abbia maggiormente penalizzato le imprese relativamente meno produttive. Infine, le imprese che indicano il miglioramento della qualità del prodotto come fattore di crescita non risultano misallocate.

In conclusione, l'analisi effettuata evidenzia come le imprese esportatrici italiane appaiano relativamente più produttive (e dunque inefficientemente piccole) rispetto alle imprese non esportatrici, sia prima che dopo la crisi, e come ciò sia legato a distorsioni che restringono l'accesso ai mercati dei beni e dei fattori per le prime relativamente più che per le seconde.

L'analisi sottolinea altresì la correlazione tra la misallocazione delle risorse e una serie di caratteristiche d'impresa. Politiche volte ad incidere su tali differenze tra imprese potrebbero utilmente contribuire al recupero della produttività italiana.



Sopra la soglia (dell'export) l'impresa campa: vincoli strutturali e barriere all'export

di Stefano Costa, Federico Sallusti, Claudio Vicarelli, Davide Zurlo *

La capacità di operare sui mercati esteri ha costituito nell'ultimo decennio un fattore cruciale per l'attività economica delle imprese italiane.¹ In questo contesto, la crescente complessità dei processi produttivi, il progressivo sviluppo delle catene globali del valore e l'aumento della competitività sui mercati internazionali collegano sempre più l'attività estera delle imprese alla capacità di raggiungere adeguati livelli di innovazione ed efficienza operativa. La letteratura economica che si è sviluppata su questi temi ha da tempo mostrato come, ai fini della tenuta competitiva del sistema produttivo italiano, la ricerca delle condizioni strutturali e dei livelli di performance richiedano in particolare un recupero di dimensioni d'impresa e produttività.²

D'altra parte, le differenze settoriali in termini di tecnologia, organizzazione della filiera produttiva, esposizione alla concorrenza internazionale fanno sì che i livelli minimi di dimensioni e produttività necessari ai fini dell'internazionalizzazione d'impresa possano differire da comparto a comparto. Ciò significa che per ogni settore esisterà una combinazione di dimensione d'impresa e di produttività che identifica le condizioni minime per esportare e, dunque, discrimina tra imprese esportatrici e domestiche. L'individuazione, a partire da dati d'impresa e per ciascun settore di attività economica, di questa *soglia dell'export*, e di conseguenza la possibilità di posizionare ogni impresa rispetto alla propria distanza da tale soglia, rappresentano un rilevante arricchimento conoscitivo e uno strumento potenzialmente utile per la formulazione di efficaci misure di promozione dell'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Le *soglie di export* sono state definite applicando l'analisi Roc (*Receiver Operating Characteristics*) alla base di microdati integrati Frame-SBS sviluppata dall'Istat, che contiene le principali informazioni di carattere economico e strutturale per il complesso delle circa 4,4 milioni di imprese italiane. L'analisi è stata condotta sulle unità produttive appartenenti ai settori manifatturieri per le quali sono rispettate alcune condizioni in termini di rilevanza economica e di coerenza metodologica.³

La procedura si articola in quattro fasi, ciascuna sviluppata per ognuno dei comparti considerati. Nella prima si stimano, separatamente, la produttività totale dei fattori (o *Total factor productivity*, d'ora in avanti Tfp) e l'efficienza tecnica. Nella seconda si stima la probabilità di esportare sulla base di una serie di caratteristiche d'impresa: la dimensione (espressa dal numero di addetti), il livello di Tfp, l'età, la dinamica dell'efficienza tecnica, la localizzazione (ripartizione geografica) e la tecnologia (rappresentata dall'appartenenza settoriale, colta a un elevato livello di disaggregazione). Nella terza fase, per ogni impresa viene calcolato un indicatore composito che, *ceteris paribus*, rappresenta l'effetto di dimensione e produttività sulla propensione individuale a esportare. Nella quarta fase, infine, l'applicazione della

* Istat.

1 Si vedano, tra gli altri, Accetturo et al. (2013), Istat (2013), Ice (2015).

2 Per una rassegna si veda Ocse (2015); per un'ottica più focalizzata sulle inefficienze allocative si rimanda a Calligaris et al. (2016).

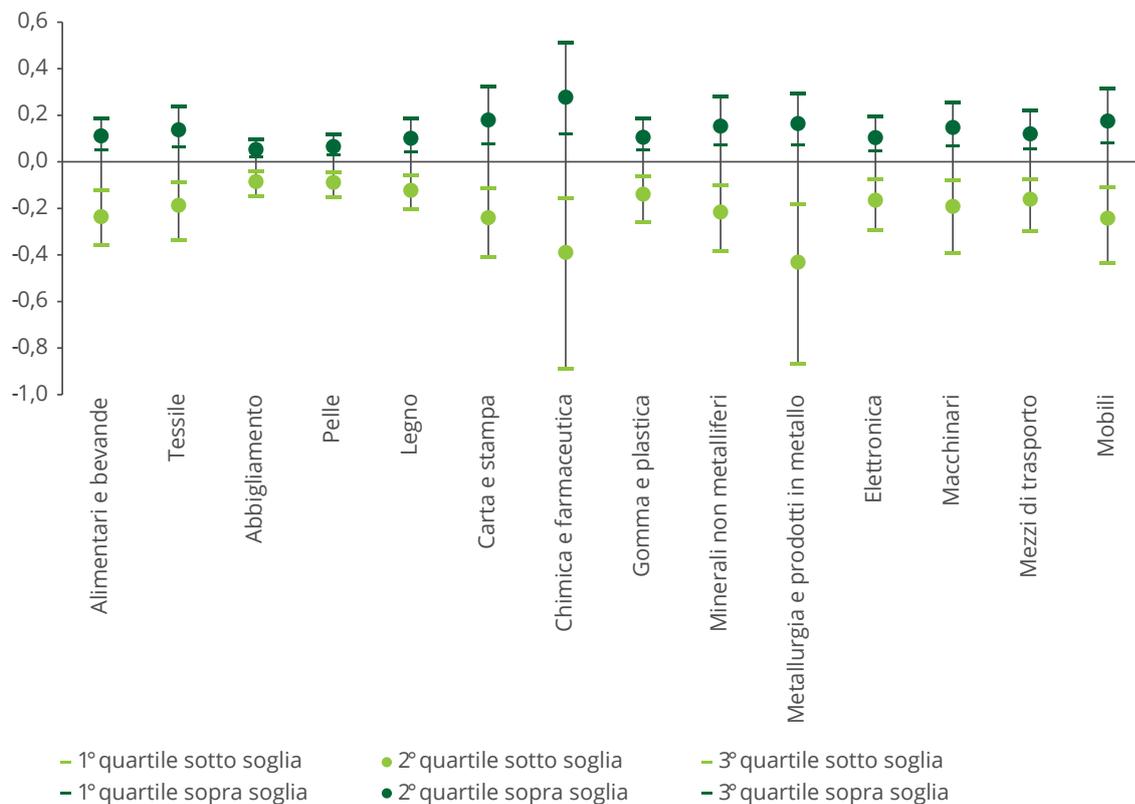
3 In particolare, sono stati esclusi i comparti estrattivi, la produzione di tabacchi, le altre attività manifatturiere e le manutenzioni e riparazioni di macchine e macchinari. Inoltre sono state tenute in considerazione solo le imprese aventi le seguenti caratteristiche: a) presenza di almeno un addetto, b) fatturato superiore a 30 mila euro c) valore aggiunto positivo, d) ammortamenti positivi. Le prime due condizioni definiscono la rilevanza economica, le seconde rispondono a esigenze di coerenza metodologica legate alla stima della produttività totale dei fattori e dell'efficienza tecnica.

metodologia Roc all'indicatore così ottenuto consente di individuarne il livello soglia, che identifica la combinazione minima di dimensioni e produttività necessaria per l'accesso ai mercati internazionali.⁴

Tramite questa procedura è possibile ottenere, all'interno di ogni settore, indicazioni rilevanti sia per quanto riguarda il posizionamento delle imprese rispetto alla *soglia dell'export*, sia per quel che attiene alle caratteristiche delle soglie stesse. Con riferimento al primo aspetto, in tutti i comparti le unità sotto-soglia mostrano una dispersione non inferiore (e spesso decisamente maggiore) a quelle delle unità produttive sopra-soglia (grafico 1). In altri termini, in pressoché tutti i settori le imprese che hanno oltrepassato la *soglia dell'export* presentano combinazioni di dimensioni e produttività più simili tra loro rispetto a quanto avviene nell'ambito delle unità al di sotto della soglia stessa, in particolare in comparti molto esposti alla concorrenza internazionale quali Abbigliamento, Pelle e Legno.

Grafico 1 - Distribuzione delle imprese al di sopra e al di sotto della soglia dell'export, per settore di attività economica

Anno 2014



Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Questa *mappa* delle imprese esportatrici e non esportatrici rivela anche altre importanti differenze tra i comparti. Da un lato il confronto in termini di dispersione totale (espressa dalla distanza fra i terzi quartili delle due distribuzioni) consente di valutare il grado di eterogeneità di un determinato settore, fornendo indicazioni sulla distanza *strutturale* fra le imprese esportatrici e non esportatrici. Dall'altro

⁴ Per ulteriori dettagli sull'approccio utilizzato, si rimanda alla Nota metodologica *Stima delle soglie di struttura e di export: un'applicazione della metodologia Roc*, contenuta in Istat (2017).

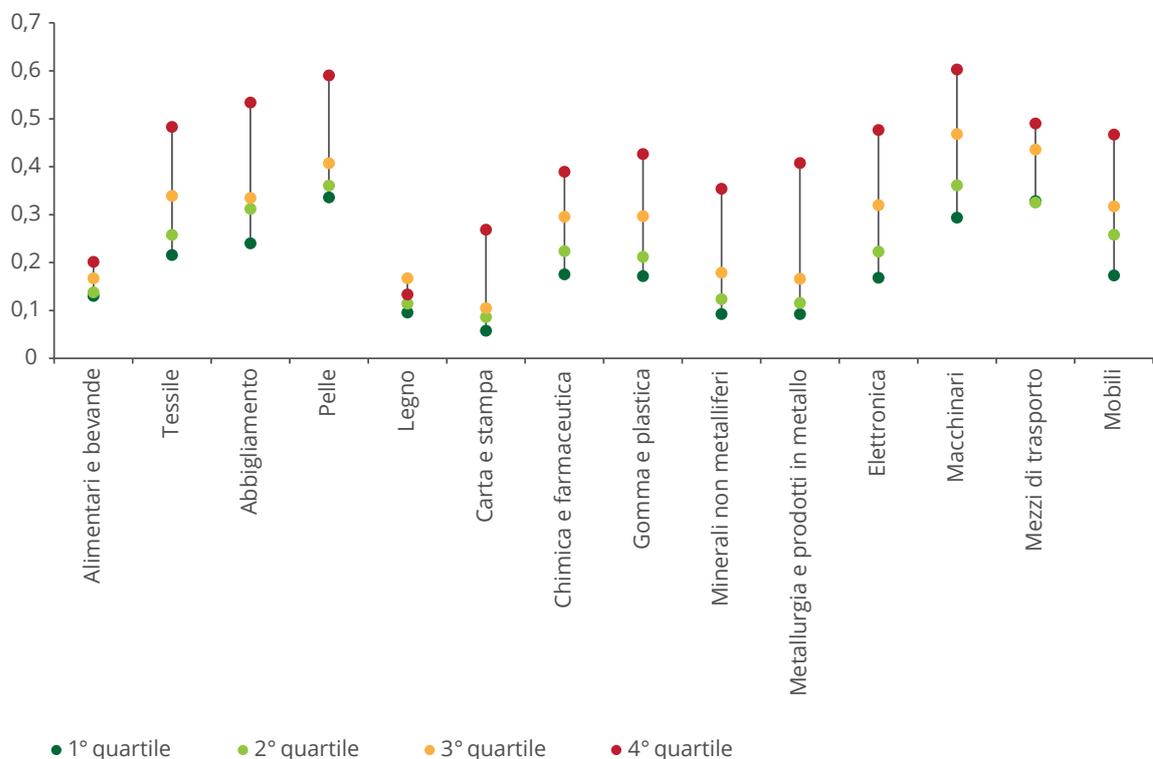


lato, è possibile confrontare in ogni comparto i profili dimensionale e produttivo delle unità esportatrici e domestiche più vicine alla soglia (individuate, nel grafico, dai primi quartili delle due distribuzioni). Tale confronto, infatti, è indicativo dell'entità del recupero di dimensioni e produttività richiesto alle imprese domestiche strutturalmente più *robuste* al fine di affacciarsi ai mercati esteri; allo stesso tempo, la distanza in questione offre una prima misura della potenziale platea di nuovi esportatori che, a condizioni date di domanda, si avrebbero a seguito di un eventuale intervento pubblico a favore dell'abbassamento delle soglie, agendo sugli incentivi alle imprese o sui fattori di contesto.

Tenendo in considerazione le sole imprese al di sopra della *soglia dell'export*, è possibile analizzare la loro propensione all'export (misurata dalla quota di fatturato esportato) all'aumentare della distanza dalla soglia (grafico 2). In tutti i settori (a eccezione del Legno), la quota di esportazioni sul fatturato complessivo tende a crescere all'aumentare della distanza dal valore soglia, con un'evidente accelerazione nel passaggio dal terzo al quarto quartile della distribuzione (e in alcuni casi anche fra il secondo ed il terzo). Questo risultato conferma come, nella partecipazione delle imprese italiane agli scambi internazionali, il margine estensivo prevalga su quello intensivo, ma soprattutto evidenzia come, nella struttura produttiva attuale, una partecipazione più intensa ai mercati esteri (in termini di quota di fatturato esportato) sia condizionata al raggiungimento di livelli dimensionali e produttivi molto superiori a quelli oggi individuabili come condizioni minime per esportare.

Grafico 2 - Imprese sopra la soglia dell'export: fatturato medio esportato, per quarti di distanza dalla soglia e settore di attività economica

Anno 2014

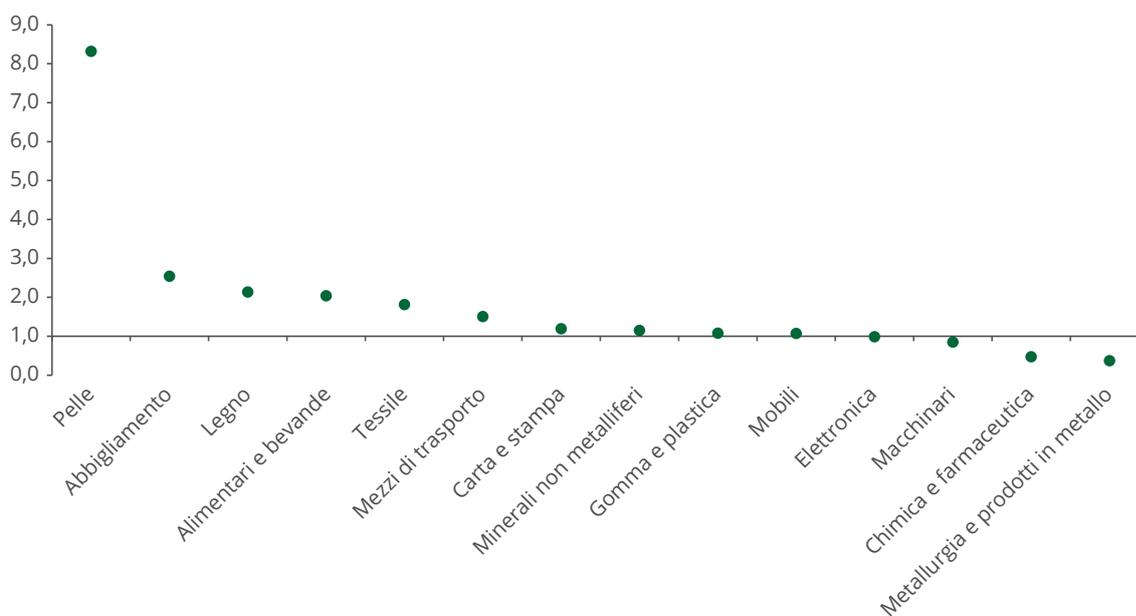


Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Questo approccio permette inoltre di valutare il ruolo di dimensione e produttività come eventuali leve di *policy* finalizzate ad aumentare il grado di internazionalizzazione del sistema produttivo italiano. Tuttavia, una misura di incentivo alla produttività o alla crescita dimensionale può avere un'efficacia e un effetto molto diversi da settore a settore. Una misura del *valore di scambio* tra i due elementi (dato dal rapporto tra i rispettivi coefficienti stimati nell'ambito della determinazione della *soglia dell'export*) è riportata nel grafico 3: nella maggior parte dei comparti, ai fini del superamento della soglia, il recupero di produttività risulterebbe più rilevante di una crescita dimensionale. Questo avviene soprattutto nei settori esposti alla concorrenza internazionale nei quali, come si è visto, il profilo delle imprese al di sopra e al di sotto della soglia è più omogeneo: Pelle, Abbigliamento e Legno. Al contrario, un aumento di dimensioni risulterebbe più rilevante per aumentare la platea di esportatori in comparti a tecnologia avanzata o a maggiore intensità di capitale, quali Chimica e Farmaceutica, Metallurgia e prodotti in metallo, Macchinari ed Elettronica.

Grafico 3 - Rilevanza relativa di produttività e dimensione nella determinazione della soglia dell'export, per settore di attività economica

Anno 2014



Fonte: elaborazione degli autori su dati Istat

Il legame tra la combinazione dimensione-produttività e l'attività di esportazione, tuttavia, è condizionato dalla tecnologia e dalle caratteristiche strutturali del settore considerato: il ruolo relativo dei due fattori, così come la loro efficacia nel portare le imprese non esportatrici ai livelli richiesti per esportare, sono elementi che differiscono da un settore a un altro. Ciò significa che l'analisi di come le imprese si posizionano nei confronti della *soglia dell'export* deve tenere conto anche delle combinazioni dimensioni-produttività (*proxy* della tecnologia produttiva) prevalenti del settore. In questo modo diviene possibile individuare i comparti nei quali le condizioni strutturali e tecnologiche sono più favorevoli a una proiezione internazionale dell'attività d'impresa e quelli, al contrario, nei quali il contesto produttivo non facilita l'accesso ai mercati esteri. Una recente analisi (Istat, 2017) ha individuato, tra i primi, i comparti della Farmaceutica, ma anche del Legno e della Stampa. In questi settori, quindi, l'eventuale



condizione di non esportatore dipende in prevalenza da elementi diversi da dimensioni e produttività (ad esempio specifiche strategie aziendali, organizzazione delle filiere o altro). Al contrario, in attività quali Alimentari, Tessile e Autoveicoli, la combinazione dimensioni-produttività prevalente fa sì che la barriera alle esportazioni agisca lungo entrambe le direttrici: le imprese che esportano devono essere necessariamente più grandi e più produttive rispetto alla media settoriale.

All'interno di ciascun settore, l'interazione tra le caratteristiche strutturali e le combinazioni dimensioni-produttività che definiscono la *soglia dell'export* permette quindi di individuare due gruppi di imprese rilevanti ai fini di *policy*: *a) le riluttanti*, ovvero le unità che, pur avendo caratteristiche dimensionali e di produttività superiori a quelle del settore di appartenenza, si collocano al di sotto dei valori necessari per intraprendere l'attività di esportazione; *b) le smart*, cioè le imprese che esportano pur avendo dimensione e produttività inferiori a quelle prevalenti nel comparto. Le prime rappresentano la platea naturale di possibili interventi di stimolo all'internazionalizzazione, nella misura in cui l'obiettivo consista nell'allargamento del numero di esportatori (dunque nell'aumento delle imprese al di sopra della soglia dell'export); le seconde rilevano soprattutto per interventi diretti ad aumentare il margine intensivo, in considerazione del limitato grado medio di apertura internazionale del sistema produttivo italiano.

Anche all'interno di questa classificazione, tuttavia, le condizioni settoriali determinano sostanziali differenze. In settori *export-friendly* quali la Farmaceutica e il Legno, infatti, la presenza di imprese *riluttanti* fa ritenere che la condizione di non esportatore sia determinata da fattori diversi dalla dimensione e produttività, ad esempio diffusi rapporti di subfornitura, un'accentuata concorrenza internazionale o uno strategico orientamento al mercato nazionale. Diversamente, le *riluttanti* appartenenti ai comparti la cui struttura non favorisce in sé la presenza sui mercati esteri, quali alimentari, autoveicoli o tessile, hanno dimensioni e produttività necessarie ma non sufficienti a esportare. Le ragioni, anche in questo caso, possono essere diverse: un mercato internazionale con elevate barriere all'entrata, una precedente perdita di competitività internazionale che ha determinato un abbandono dei mercati esteri, una domanda essenzialmente limitata ai confini nazionali. Ciascuna di queste circostanze, pertanto, può richiedere interventi di stimolo diversi.

Nota bibliografica

Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M. (2013), *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi*, Banca d'Italia, "Questioni di Economia e Finanza", n. 193, luglio.

Bernard A.B., Jensen J.B., Redding S.J. e Schott P.K. (2007), *Firms in international trade*, "Journal of Economic Perspectives", vol. 21(3), pp. 105–130.

Calligaris S., Del Gatto M., Hassan F., Ottaviano G.I.P. e Schivardi F. (2016), *Italy's productivity conundrum - A study on resource misallocation in Italy*, "EC Discussion Paper", n. 30, maggio.

Ice (2015), *L'Italia nell'economia internazionale*, luglio, www.ice.it/statistiche/archivio_rapporti/2015.htm.

Istat (2013), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi*, febbraio, www.istat.it/it/archivio/82456.

Istat (2017), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi*, marzo, www.istat.it/it/archivio/197346.

Ocse (2015), *The future of productivity*, Ocse Publishing, Paris.

Le condizioni economico-finanziarie delle imprese esportatrici

di Carlo Boselli *

Le conseguenze reali e finanziarie della crisi hanno prodotto effetti rilevanti sul sistema produttivo, determinando una divaricazione delle condizioni economico-finanziarie tra le imprese operanti sul mercato interno e quelle in grado di affrontare la competizione sui mercati internazionali.

Per approfondire tali aspetti, si è fatto uso di una base di microdati composta dai bilanci di tutte le società di capitali attive in Italia tra il 2001 e il 2014, integrata con informazioni strutturali derivanti dai sistemi informativi Istat sulle imprese.¹ Seguendo una prassi consolidata,² sono stati presi in considerazione tre elementi di performance economico-finanziaria, costituiti dalla redditività, dalla solidità e dalla liquidità aziendale, valutate in un'ottica di sostenibilità temporale. In particolare:

- a) per redditività sostenibile si intende la capacità dell'impresa di ottenere una redditività operativa (Roi) superiore al costo medio del capitale di terzi;
- b) per solidità sostenibile si intende la capacità dell'impresa di resistere all'andamento sfavorevole del mercato grazie a un adeguato livello di indebitamento e a una buona correlazione tra le fonti di finanziamento e gli impieghi;
- c) per liquidità sostenibile si intende la capacità dell'impresa di mantenere un livello di liquidità in grado di coprire adeguatamente le fonti di finanziamento a breve termine.

Sulla base dei risultati esibiti dalle imprese in merito a questi elementi, è stato costruito un indicatore sintetico di solidità economico-finanziaria,³ i cui valori hanno successivamente permesso di classificare le imprese in tre gruppi, caratterizzati da un diverso grado di sostenibilità delle condizioni di redditività, solidità e liquidità:

- a) imprese *in salute*, ovvero quelle che presentano piena sostenibilità in tutti e tre gli ambiti;
- b) imprese *fragili*, cioè quelle con redditività sostenibile ma con solidità e/o liquidità non sostenibili;
- c) imprese *a rischio*, ovvero quelle con redditività non sostenibile.

Il grafico 1 permette di distinguere, all'interno del gruppo delle imprese esportatrici e non esportatrici, la quota delle società in salute e a rischio, valutandone l'evoluzione nel tempo. L'iniziale posizione di vantaggio delle esportatrici in salute si è completamente annullata nella prima fase della crisi, in corrispondenza del *trade collapse* del 2009. L'effetto della caduta del commercio internazionale è peraltro visibile anche nel forte aumento della quota di imprese esportatrici a rischio, che arriva a superare la corrispondente quota delle imprese operanti solo sul mercato interno (rispettivamente 38,6 e 34,8 per cento).

* Istat.

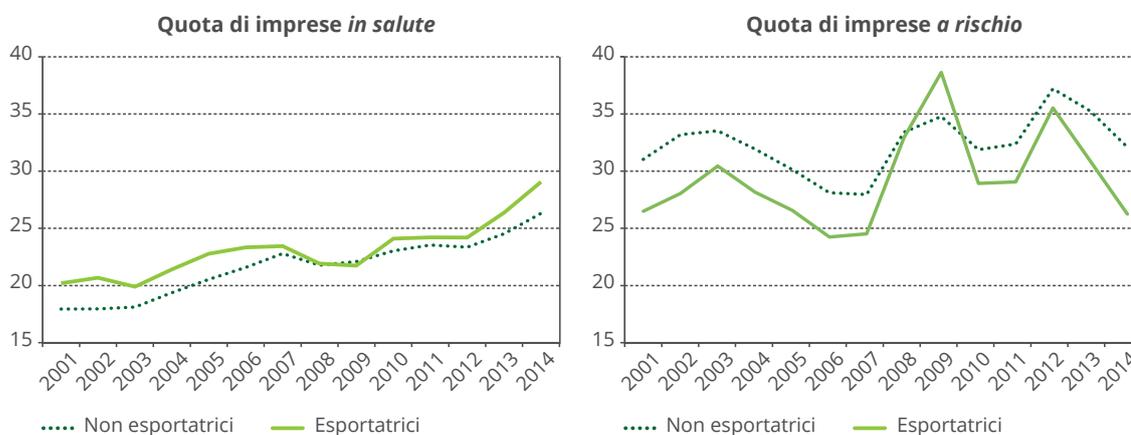
¹ La base dati è stata costruita nell'ambito del progetto internazionale CompNet promosso dalla Banca Centrale Europea (cfr. Di Mauro e Ronchi, 2015). I bilanci delle società di capitali sono stati opportunamente riclassificati in modo da ricavare una serie di indici sui quali è stato verificato il rispetto delle principali relazioni economico-finanziarie, a cominciare dalla scomposizione del Roe e del Roi. Le società cooperative sono state escluse dall'analisi in quanto la loro performance è basata su criteri di mutualità prevalente.

² Si veda Tirole (2006), Tieghi e Gigli (2009), Damodaran (2010).

³ Per ciascuno dei tre ambiti di performance, la prassi dell'analisi di bilancio ha nel tempo individuato i valori soglia in base ai quali diviene possibile formulare un giudizio positivo o negativo sul livello di sostenibilità della redditività, solidità e liquidità delle singole imprese; la combinazione di tali giudizi permette la costruzione di un indicatore sintetico di solidità economico-finanziaria. Per dettagli sulla costruzione dell'indicatore sintetico si veda la Nota Metodologica *Un indicatore sintetico di sostenibilità economico-finanziaria* contenuta in Istat (2017).



Grafico 1 - Quota di unità in salute e a rischio nelle imprese esportatrici e non esportatrici
Percentuali, anni 2001-2014



Fonte: elaborazioni dell'autore su dati Istat

Durante la seconda recessione, invece, caratterizzata dal traino della domanda estera e dalla contemporanea debolezza di quella interna, si osserva un maggiore aumento della quota di unità esportatrici in salute e un contemporaneo, più rapido riassorbimento della fascia di imprese a rischio. Il protrarsi della crisi fa sì che, alla fine del periodo osservato, nell'ambito delle unità che operano a livello internazionale la quota di quelle in salute superi per la prima volta quella delle imprese a rischio, fornendo un'ulteriore conferma dell'importanza della partecipazione ai mercati esteri per la solidità e la competitività delle imprese italiane nei difficili anni della seconda recessione.

Il biennio successivo, tuttavia, è stato caratterizzato da un rallentamento della domanda internazionale; di conseguenza è opportuno approfondire il legame tra sostenibilità economico-finanziaria e presenza sui mercati esteri esaminando l'andamento, in tale periodo, del fatturato estero delle imprese esportatrici a seconda delle loro condizioni di redditività, solidità e liquidità.

La performance delle esportazioni nel periodo in esame, oltre a essere correlata al livello di sostenibilità economico-finanziaria, è legata anche alle strategie delle imprese in termini di diversificazione dei mercati di destinazione e dei prodotti esportati. In particolare, all'aumentare del numero di aree di sbocco delle esportazioni si associa un netto miglioramento dello stato di salute economico-finanziaria, mentre tale relazione è molto meno marcata in relazione all'aumento dei prodotti esportati (grafico 2).⁴

La quota delle esportatrici in salute passa dal 25-30 per cento nel caso in cui si operi su un solo mercato estero, al 45 per cento nel caso di imprese che sono presenti in tutte le dieci aree individuate. In sostanza, tra le esportatrici che presentano il massimo grado di diversificazione geografica, un'impresa su due gode di un buono stato di salute economico-finanziario. Ponendo l'accento sulle imprese che esportano in almeno sei aree, si evidenzia una netta riduzione dell'incidenza delle imprese fragili solo al di sopra delle otto aree di export. Soprattutto, tra le imprese (sebbene in numero limitato) che esportano in tutte le aree mondiali, la quota di unità in salute diviene maggioritaria rispetto alle altre e supera il 45 per cento del totale.

⁴ Le aree geografiche individuate sono dieci: Ue-28; Paesi europei non Ue; Africa settentrionale; Altri paesi africani; America settentrionale; America centro-meridionale; Medio Oriente; Asia centrale; Asia orientale; Oceania e altri territori e destinazioni.



Grafico 2 - Distribuzione delle imprese per classe di sostenibilità delle condizioni economico-finanziarie, suddivise per numero di aree di destinazione delle esportazioni e numero di prodotti esportati

Percentuali, anno 2016



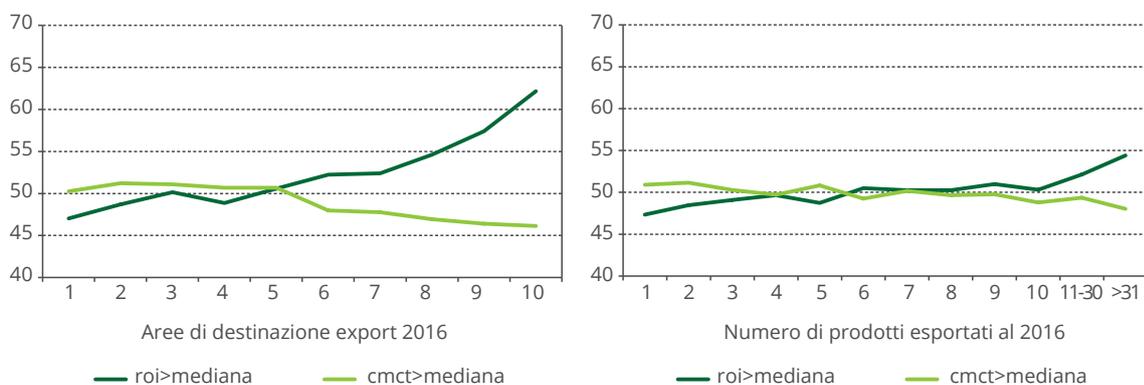
Fonte: elaborazioni dell'autore su dati Istat

Quest'ultima evidenza non si riscontra invece classificando le imprese esportatrici in funzione del numero di prodotti esportati. La quota delle fragili resta costante (al 45 per cento circa), anche nel gruppo di quelle che arriva a esportare più di 30 prodotti. Allo stesso modo, la flessione della diffusione di imprese a rischio e l'incremento delle imprese in salute è molto meno marcata all'aumentare del numero dei prodotti esportati rispetto all'aumentare del numero di aree. Infine, si evidenzia una relazione positiva tra la diversificazione geografica e le performance delle esportazioni 2014-2016, più marcata rispetto a quella riscontrata in relazione alla diversificazione dei prodotti.

Per meglio interpretare la relazione positiva tra la diffusione delle imprese in salute e la diversificazione geografica delle esportazioni, è utile guardare all'andamento di alcuni indicatori alla base della costruzione dell'indicatore di performance economico-finanziaria, in particolare il Roi e il costo medio del capitale di terzi (grafico 3).

Grafico 3 - Distribuzione delle imprese esportatrici con un valore del Roi e del costo medio del capitale di terzi superiore alla mediana, suddivise per area di esportazione e per numero di prodotti esportati

Percentuali, anno 2016



Fonte: elaborazioni dell'autore su dati Istat



All'aumentare delle aree di export, l'incidenza delle imprese esportatrici che presentano un valore del Roi superiore a quello mediano, calcolato per l'intero gruppo delle esportatrici, passa dal 47 al 62 per cento, mentre la quota di quelle che presentano un costo medio del capitale di terzi (tasso di interesse medio, Rod) superiore al valore mediano si riduce dal 50 al 46 per cento. La divaricazione tra i due andamenti avviene in corrispondenza di un numero di aree di export superiore a cinque. Al contrario, all'aumentare del numero di prodotti esportati, l'incidenza delle imprese con un valore del Roi e del costo medio del capitale di terzi superiore alla mediana rimane sempre stabile, intorno al 50 per cento.

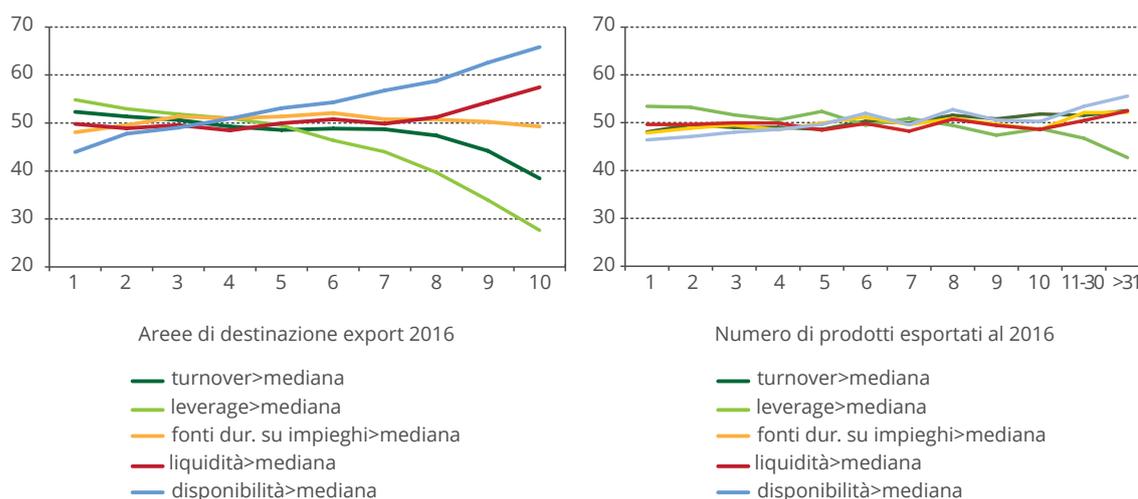
Passando all'analisi degli indicatori legati al livello di solidità e di liquidità (grafico 4), si evidenziano importanti modificazioni nella struttura patrimoniale e finanziaria in funzione di una maggiore diversificazione per area di export.

In particolare le imprese che esportano su una sola area sembrano caratterizzate da una forte capacità di penetrazione del mercato mediante una strategia di costo caratterizzata da bassi margini, ma al contempo sono penalizzate da una maggiore esposizione verso terzi, soprattutto a breve cui si associa un minore livello di liquidità.

Al contrario le imprese che operano su un numero significativo di mercati sono tendenzialmente molto più solide, grazie ad un minore indebitamento e ad una maggiore liquidità, ottenuti soprattutto mediante l'autofinanziamento derivante da produzioni con margini più elevati. Si tratta, d'altronde di imprese con una velocità di rotazione dei ricavi più lenta (*turnover*), con una quota maggiore di investimento per unità di fatturato prodotto rispetto a quanto avviene nelle società che operano solo su pochi specifici mercati.

Grafico 4 - Distribuzione delle imprese esportatrici con un valore dei principali indicatori economico finanziari ⁽¹⁾ superiore alla mediana, suddivise per area di esportazione e per numero di prodotti esportati

Percentuali anno 2016



⁽¹⁾ Di seguito la metodologia di calcolo dei singoli indici; Roi = Reddito operativo globale / totale attivo; Costo medio del capitale di terzi = oneri finanziari / Capitale di terzi; *Leverage* = Capitale di terzi / capitale proprio; Fonti durevoli su impieghi = (capitale proprio + TFR + Fondi rischi + debiti a lungo) / Attivo fisso; *turnover* = fatturato / totale attivo; liquidità = (crediti + liquidità immediate) / passività a breve; disponibilità = (rimanenze + crediti + liquidità immediate) / passività a breve.

Fonte: elaborazioni su dati Istat

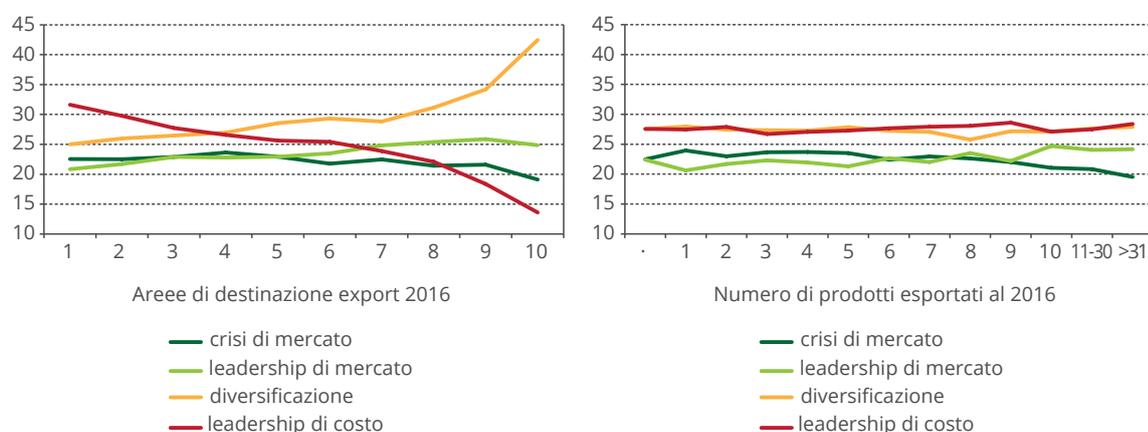


Per meglio specificare questo legame tra l'aumento delle aree di esportazione e le strategie aziendali in termini di margini di efficienza produttiva e di penetrazione del mercato (grafico 5), si è proceduto ad evidenziare la scomposizione del Roi nelle sue principali componenti: il reddito operativo su fatturato (Ros) e il fatturato su capitale investito (*turnover*). Partendo da queste due componenti è possibile evidenziare quattro possibili combinazioni strategiche:

- 1) Imprese con un Ros e un *turnover* superiore alla mediana – leadership di mercato
- 2) Imprese con un Ros e un *turnover* inferiore alla mediana – crisi di mercato
- 3) Imprese con un Ros inferiore alla mediana e un *turnover* superiore – leadership di costo
- 4) Imprese con un Ros superiore alla mediana e un *turnover* inferiore - diversificazione

Grafico 5 - Distribuzione delle imprese esportatrici per posizionamento strategico, suddivise per area di esportazione e per numero di prodotti esportati

Percentuali, anno 2016



Fonte: elaborazioni dell'autore su dati Istat.

Le imprese esportatrici dopo essere state suddivise per il numero di aree di esportazione o per il numero di prodotti esportati, sono state posizionate in ciascuna delle quattro combinazioni strategiche: per ogni classe di area e di prodotto, quindi, si ha una composizione percentuale delle imprese suddivise nelle quattro combinazioni strategiche.

In relazione all'incremento del numero di aree di export, le strategie che si modificano maggiormente sono quelle relative alla diversificazione e alla leadership di costo. La leadership di costo, caratterizzata da una forte capacità di penetrazione del mercato (elevato *turnover*) ottenuta contenendo i margini di profitto, è la strategia più diffusa per le imprese che esportano su un numero limitato di aree (inferiore a 4). All'aumentare delle aree di esportazione e in particolare tra le imprese che esportano in almeno 5 aree la strategia più diffusa diventa quella della diversificazione (caratterizzata da alti margini, ma minore capacità di rotazione del capitale investito) che supera il 40 per cento del totale per le imprese che operano su tutte le 10 aree.

In sostanza, all'aumentare delle aree di esportazione, è evidente un *trade-off* tra la strategia di leadership di costo e quella di diversificazione, che risulta la strategia più diffusa tra le imprese che esportano in almeno 5 aree. Le altre due strategie, evidenziano una minore reattività all'aumentare delle aree di esportazione, anche se va segnalato un lieve incremento nella diffusione delle imprese che riescono ad ottenere sia un Ros che un *turnover* superiore alla mediana. Per quanto riguarda la diversificazione in termini di prodotto, invece, la distribuzione delle imprese in base ai quattro posizionamenti strategici non sembra evidenziare mutamenti di rilievo al crescere del numero di prodotti esportati.



Nota bibliografica

Di Mauro F. e Ronchi M. (2015), *Assessing European competitiveness: the contribution of CompNet research*, "CompNet Report", European Central Bank, giugno.

Tirole J. (2006), *The Theory of Corporate Finance*, Princeton, Princeton University Press.

Tieghi M. e Gigli S. (2009), *Gli strumenti per le analisi di bilancio*, Bologna, Il Mulino.

Damodaran A. (2010), *Applied corporate finance*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons.

Istat (2017), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi* – Edizione 2017.

Partecipazione e posizionamento delle imprese italiane nelle catene globali del valore: nuova evidenza (2009-2014)

di Mariarosaria Agostino*, Anna Giunta**, Domenico Scalera*** e Francesco Trivieri*

Introduzione¹

Con il termine *catena globale del valore* (Cgv) si indica il complesso di operazioni, transazioni e relazioni che hanno luogo tra le diverse imprese che partecipano alla produzione di un bene, attraverso la trasformazione della materia prima in input intermedi, moduli, semilavorati e prodotti finiti. La qualificazione di *globale* si deve all'estensione internazionale della divisione del lavoro tra imprese, che permette di sfruttare i vantaggi comparati propri di ciascun territorio (Baldwin e Venables, 2013; Costinot et al., 2013). La straordinaria crescita delle Cgv avvenuta negli ultimi venticinque anni è tra le principali determinanti dell'integrazione internazionale di imprese, settori e sistemi industriali, nonché della formidabile espansione del commercio internazionale, in particolare di beni e servizi intermedi.

L'effetto della partecipazione alle Cgv sulla produttività delle imprese coinvolte è ancora argomento relativamente poco trattato dalla letteratura, probabilmente anche a causa della scarsità di microdati di buona qualità. I lavori sul tema (ad esempio: Oecd, 2015; Veugelers et al., 2013) hanno evidenziato, nella maggior parte dei casi, un impatto positivo su produttività del lavoro e produttività totale dei fattori, giustificato dalla possibilità di specializzazione nel segmento del processo di produzione nel quale ciascuna impresa presenta i maggiori vantaggi comparati, alla possibilità di accesso a un maggior numero di clienti e mercati, all'acquisizione di specifiche abilità di impresa – di carattere tecnico, organizzativo e commerciale – necessarie a competere con successo nel contesto globalizzato.

Per quanto riguarda le imprese italiane, si è rilevato (Agostino et al., 2015; Cappariello e Felettigh, 2016) che la loro partecipazione alle Cgv è piuttosto ampia. Tuttavia, la mera partecipazione non pare garanzia di buone performance di produttività. Queste ultime, infatti, dipendono, da una parte, dalle capacità delle imprese di assorbire i benefici associati alle Cgv e, dall'altra, dal posizionamento dell'impresa lungo la Cgv. A questo proposito, alcuni studi (Accetturo e Giunta, 2016; Altomonte et al., 2012; Brancati et al., 2017; Giovannetti et al. 2015) hanno evidenziato la rilevanza della fase del processo di produzione in cui l'impresa è coinvolta, del tipo di rapporto intrattenuto dall'impresa con i propri partner come determinato dalla *governance* della Cgv, del ruolo svolto nella Cgv, se in qualità di fornitore a monte della catena o se cliente che vende sul mercato finale.

Alla luce della nuova evidenza resa disponibile da Efige², questa nota ha l'obiettivo di analizzare la partecipazione e il posizionamento delle imprese manifatturiere italiane che operano nelle Cgv, in riferimento al periodo 2009-2014, che comprende gli anni della crisi e del collasso del commercio internazionale e quelli immediatamente successivi. Per consentire un confronto con le imprese di altri

* Università della Calabria.

** Università Roma Tre e Centro Rossi-Doria.

*** Università del Sannio.

¹ Estratto dal saggio pubblicato nel monografico: *Global value chains, trade networks and firm performance: international evidence and the Italian case* Rivista di Politica Economica, vol. VII-IX/2016, Sipi S.p.A., Roma.

² Il data-set Efige integra dati di bilancio con informazioni derivanti da un'indagine campionaria condotta su imprese industriali con almeno dieci addetti, operanti in sette paesi europei: Austria, Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Spagna e Ungheria.



paesi europei, l'analisi è condotta su un campione di più di 14.000 imprese europee. Due aspetti peculiari sono evidenziati. Il primo riguarda l'organizzazione e la performance delle imprese fornitrici, che sono particolarmente numerose in Italia e svolgono un ruolo significativo nelle Cgv, complementare a quello delle grandi imprese e delle multinazionali che decentrano verso le reti globali singoli compiti e intere fasi delle proprie produzioni. Il secondo focus attiene al dualismo territoriale italiano e al gap di produttività delle imprese meridionali operanti nelle Cgv.

Partecipazione e posizionamento nelle Cgv

Le imprese possono partecipare alle Cgv con diverse, più o meno sofisticate, modalità di internazionalizzazione, ossia con la sola attività di esportazione o la sola attività di importazione, svolgendo insieme attività di esportazione e importazione (*two-way trade*), producendo all'estero sia direttamente che tramite partecipate. Ispirandoci allo schema di Veugelers et al. (2013), in questa nota definiamo tre modalità di partecipazione alle Cgv: *singola*, *duplice* e *triplice*. La partecipazione è *singola* se le imprese sono alternativamente importatrici di beni intermedi o servizi oppure esportatrici, oppure ancora se esse producono direttamente o indirettamente in almeno un paese estero. La modalità *duplice* consiste nello svolgere almeno due delle attività internazionali sopra menzionate, vale a dire importare ed esportare, importare e produrre all'estero, oppure esportare e produrre all'estero. Infine, la partecipazione è *triplice* quando l'impresa opera a livello internazionale con tutte e tre le modalità considerate. La mancata partecipazione (modalità *zero*) implica l'assenza di ogni attività internazionale.

Il confronto internazionale

La tavola 1 mostra la distribuzione delle imprese per paese, secondo la modalità di partecipazione e il posizionamento come impresa finale o fornitrice (*supplier*) nelle Cgv. Francia, Germania, Italia e Spagna sono considerate separatamente, mentre Regno Unito, Austria e Ungheria sono raggruppati sotto l'etichetta *altri*.³ La quota più elevata di imprese che non partecipano alle Cgv è in Germania (dove la modalità *zero* è presente nel 28,6 per cento), seguita dalla Spagna (27,2 per cento). Per converso, il coinvolgimento delle imprese francesi, italiane e dei paesi *altri* è più spinto. D'altra parte, le imprese italiane spesso partecipano alle Cgv con modalità meno avanzate, in particolare come puri esportatori.

Tavola 1 - Modalità di partecipazione e posizionamento nelle Cgv

Modalità di partecipazione	Posizionamento														
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	
	Francia		Germania		Italia		Centro-Nord		Sud		Spagna		Altri		
ZERO	6,12	15,21	18,26	10,32	5,73	14,97	4,21	11,89	1,52	3,08	14,19	12,99	10,48	10,81	
SINGOLA	IMP	4,14	10,73	3,41	2,56	1,59	3,51	1,23	2,91	0,36	0,60	4,80	4,20	4,71	3,94
	EXP	3,13	9,12	13,49	9,98	8,61	18,11	7,32	15,99	1,29	2,12	11,72	8,05	10,78	8,98
	PROD	0,03	0,10	0,03	0,17	0,13	0,10	0,07	0,07	0,07	0,03	0,07	0,07	0,37	0,10
DUPLICE	EXP-IMP	12,05	29,91	18,19	13,32	15,79	24,37	14,24	21,95	1,56	2,42	24,68	15,25	23,56	17,49
	IMP-PROD	0,20	0,84	0,27	0,20	0,07	0,03	0,03	0,03	0,03	0,00	0,14	0,11	0,60	0,27
	EXP-PROD	0,07	0,13	1,06	0,68	0,40	0,53	0,36	0,46	0,03	0,07	0,25	0,11	1,40	0,40
TRIPLICE	2,83	5,38	5,59	2,45	2,98	3,08	2,72	3,01	0,26	0,07	2,12	1,24	4,11	2,00	
Totale	28,57	71,43	60,31	39,69	35,30	64,70	30,17	56,32	5,13	8,38	57,98	42,02	56,01	43,99	

Nota: F = imprese finali; S = imprese *supplier*. "Altri" include Austria, Regno Unito e Ungheria. I valori sono relativi al 2008 e sono espressi in termini percentuali: quote delle imprese sul totale delle imprese nel campione Efige per paese (e macro-area geografica per l'Italia) e posizionamento nelle Cgv (imprese finali e *supplier*).

Fonte: elaborazioni degli autori su dati Efige

³ Il motivo è nella dimensione delle strutture produttive di Ungheria e Austria, rispetto ai paesi maggiori, e nelle peculiarità del Regno Unito, legate alla natura finanziaria e *knowledge-intensive* dell'economia britannica.

Dalla tavola 1 si può calcolare che oltre il 40 per cento delle imprese italiane attive nelle Cgv operano con modalità *singola* (contro il 34 per cento delle francesi) e solo il 6 per cento con modalità *triplice* contro l'8 per cento delle francesi e tedesche. In tutti i paesi, la modalità *duplice* è la più comune. Tuttavia, la Germania presenta una quota inferiore di *two-way traders* e una percentuale più alta di imprese che combinano la produzione internazionale con l'import o l'export.

La tavola 1 evidenzia anche l'elevata quota di imprese fornitrici e la rilevanza della loro partecipazione alle Cgv. In Italia e in Francia la maggioranza delle imprese (rispettivamente 65 e 71 per cento, includendo anche quelle non internazionalizzate) vendono la totalità della loro produzione (materie prime, parti, semilavorati, moduli) non sui mercati finali, bensì ad altre imprese. Negli altri paesi, la quota di imprese fornitrici è più bassa, ma comunque significativa e mai inferiore al 40 per cento. Riguardo alla modalità di partecipazione delle imprese finali e fornitrici alle Cgv, eloquente è il confronto tra Francia, Germania e Italia. Nel primo paese partecipano alle Cgv il 79 per cento delle imprese sia finali, sia fornitrici; nel secondo, la quota di imprese partecipanti è addirittura più alta tra i fornitori (75 per cento contro 70 per cento); in Italia, al contrario, l'84 per cento delle imprese finali presenta almeno una modalità di internazionalizzazione, contro il 77 per cento dei fornitori. Differenze emergono anche in merito alle modalità di partecipazione *duplice* e *triplice*, meno comuni per i fornitori che per le imprese finali. Considerando le sole imprese internazionalizzate, la quota di quelle che svolge almeno due su tre attività internazionali è pari in Francia al 67 per cento per le imprese finali e al 65 per cento per le imprese fornitrici, in Germania al 60 e al 57 per cento, in Italia al 65 e al 56 per cento.

L'Italia e il confronto fra Centro-Nord e Mezzogiorno

L'evidenza riportata nella tavola 1 mostra che il coinvolgimento delle imprese manifatturiere italiane nelle Cgv non è inferiore a quello dei principali altri paesi europei, mentre qualche elemento di criticità sembra affiorare dal fatto che l'attività internazionale delle imprese italiane appare particolarmente focalizzata sulla sola esportazione.

Passando all'analisi territoriale, va detto che l'evidenza empirica disponibile sulla partecipazione delle imprese del Mezzogiorno alle Cgv e sul relativo impatto è piuttosto scarsa. I pochi contributi esistenti sul tema (Giunta et al., 2012; Svimez, 2016) segnalano una partecipazione limitata e un posizionamento relativamente poco qualificato delle imprese meridionali. I dati riportati in tavola 1 confermano questi riscontri, mostrando che ben il 34 per cento delle imprese meridionali (contro il 19 per cento delle imprese localizzate nel Centro-Nord) non svolge alcuna attività internazionale. Considerando le sole imprese attive nelle Cgv, più della metà di esse partecipano con la modalità *singola* (nel Centro-Nord l'incidenza è del 39 per cento). Nel Mezzogiorno, inoltre, è molto alta la quota di imprese fornitrici che esportano ma che non svolgono altre attività internazionali, mentre la percentuale di imprese finali importatrici sul totale delle imprese internazionalizzate è molto più bassa che nel resto d'Italia e di Europa. Ciò evidenzia la scarsa presenza nel Mezzogiorno di imprese chiave delle Cgv (grandi clienti – *buyer* – e assemblatori a valle della catena). Le imprese manifatturiere del Sud, in definitiva, sono meno integrate nelle Cgv, e quelle che vi partecipano sono spesso posizionate nei segmenti meno produttivi.

L'indagine empirica

L'esercizio econometrico proposto nel seguito ha l'obiettivo di evidenziare il nesso fra la partecipazione delle imprese alle Cgv e la loro produttività. L'equazione che stimiamo è specificata come:

$$\text{PROD}_i = \alpha + \beta_1 \text{SINGOLA}_i + \beta_2 \text{DUPLICE}_i + \beta_3 \text{TRIPLICE}_i + \beta_4 \text{SUPPL}_i + \phi X_i + \sum_k \gamma_k \text{IND}_k + \sum_c \lambda_c C_c + \varepsilon_i \quad (1)$$

dove la variabile dipendente è il logaritmo della produttività media del lavoro tra il 2009 e il 2014, misurata utilizzando alternativamente o il fatturato totale (Prodt) o il valore aggiunto (Prodv), rapportati al numero di dipendenti. Sul lato destro, le variabili esplicative considerate sono gli indicatori di



partecipazione alle Cgv (le variabili *singola*, *duplice* e *triplice*), la dicotomica Suppl, che assume valore 1 per le imprese fornitrici (che vendono esclusivamente su commessa ad altre imprese), e il vettore dei controlli X che comprende le variabili dicotomiche: Size, che assume valore 1 per le piccole e medie imprese (sotto i 250 addetti); Age, con valore 1 per le imprese anziane (più di 20 anni nel 2008); Group e Foregroup, pari a 1 se l'impresa appartiene rispettivamente a un gruppo e a un gruppo estero; Forecomp, che assume valore 1 se l'impresa ha il suo principale concorrente all'estero e Inno, pari a 1 se l'impresa nel triennio 2007-2009 ha realizzato innovazioni di prodotto o processo. Il vettore X include anche le variabili continue R&D, quota del fatturato investito in attività di Ricerca e sviluppo e train, quota di dipendenti coinvolti in programmi di formazione. Infine, sono anche considerate Ind e C, rispettivamente *dummies* per i settori industriali e i paesi.

Tavola 2 - L'indagine empirica

Variabili esplicative	Campione EFIGE				ITALIA			
	(col. 1)	(col. 2)	(col. 3)	(col. 4)	(col. 5)	(col. 6)	(col. 7)	(col. 8)
SINGOLA	0.243***	0.105***			0.261***	0.090***		
DUPLICE	0.383***	0.155***			0.476***	0.168***		
TRIPLICE	0.543***	0.196***			0.707***	0.233***		
CGV			0.395***	0.156***			0.321***	0,067
SUPPL	-0.047***	-0.022*	0,044	0,008	-0.197***	-0.158***	-0.219***	-0.166***
INTE1 (CGV*SUPPL)			-0.123***	-0,039				
SUD					-0.061**	-0,004	-0.143*	-0,085
INTE2 (CGV*SUD)							0,08	0,092
SIZE (Dimensione)	-0.065*	-0,03	-0.103***	-0,041	0,008	-0.107*	-0,067	-0.133**
AGE (Età)	0.045***	0.046***	0.052***	0.049***	0.081***	0.064***	0.088***	0.066***
GROUP (Gruppo)	0.213***	0.067***	0.230***	0.073***	0.144***	0,023	0.174***	0,033
FOREGROUP (Gruppo estero)	0.295***	0.195***	0.307***	0.200***	0.189***	0.226***	0.216***	0.236***
FORECOMP (Competizione estera)	0,012	0.051***	0,027	0.057***	-0.121***	-0,023	-0.099**	-0,015
R&D (Ricerca e sviluppo)	0,023	0.040***	0.046***	0.048***	0,035	0.068***	0.066**	0.079***
INNO (Innovazione)	0,001	0,007	0,006	0,009	0,02	0.049*	0,027	0.051**
TRAIN (Formazione dipendenti)	0.073***	0.059***	0.077***	0.060***	0.080***	0,04	0.091***	0.043*
Osservazioni	9192	9555	9192	9555	2810	2769	2810	2769
Test del modello	177.9***	142.9***	177.9***	146.3***	37.7***	20.1***	35.8***	19.9***
test (SINGOLA, DUPLICE)	70.6***	14.3***			49.3***	10.4***		
test (DUPLICE, TRIPLICE)	23.8***	2.9*			13.8***	1,391		
test (SUPPL, INTE1)			13.1***	3.2**				
test (CGV, INTE1)			170.6***	48.2***				
test (SUD, INTE2)							13.3***	10.5***
test (CGV, INTE2)							57.5***	12.9***

Significatività statistica:
*1%; **5%; ***10%

Fonte: elaborazione degli autori su dati Efige

La tavola 2 mostra i risultati delle stime. Le prime quattro colonne si riferiscono alle stime ottenute utilizzando l'intero campione europeo. Le colonne da cinque a otto riguardano invece le sole imprese italiane. La variabile dipendente è il rapporto fatturato/dipendenti nelle colonne dispari e il rapporto valore aggiunto/dipendenti nelle colonne pari. Oltre alla stima dell'equazione (1), di cui si dà conto nelle colonne uno, due, cinque e sei, viene stimata anche una diversa specificazione, recante al posto delle esplicative *singola*, *duplice* e *triplice*, la semplice dicotomica Cgv che assume valore unitario se l'impresa è internazionalmente attiva con qualunque modalità. Ciò permette di aggiungere tra i regressori il termine interattivo Inte1 dato dal prodotto tra Cgv e Suppl, che rende possibile valutare gli effetti differenziati dell'appartenenza alla catena del valore per l'impresa fornitrice. Infine, nel sottocampione relativo all'Italia, vengono aggiunte la dicotomica Sud, che vale 1 se l'impresa è localizzata in una regione meridionale e il termine interattivo Inte2, corrispondente al prodotto tra Cgv e Sud.⁴

L'esame dei coefficienti di regressione mostra che i valori stimati per i parametri relativi a *singola*, *duplice* e *triplice* sono sempre positivi e fortemente significativi. Questo risultato è confermato quando le tre modalità di partecipazione alla catena sono rimpiazzate dalla semplice dicotomica Cgv. Il fatto che, passando da *singola* a *duplice* e quindi a *triplice*, i coefficienti siano sempre crescenti indica che il premio per la partecipazione alle catene è tanto maggiore quanto più l'integrazione avviene attraverso modalità complesse (non solo mero export o import ma entrambe le attività e produzione all'estero). I test riportati in fondo alla tavola 3 indicano che l'aumento nel valore dei coefficienti è in tutti i casi statisticamente significativo.

Un aspetto di peculiare interesse riguarda le imprese fornitrici. Nelle colonne uno, due, cinque, sei, sette e otto, il coefficiente negativo e significativo della variabile Suppl conferma la tesi, sostenuta in alcuni lavori (Giunta et al., 2012; Razzolini e Vannoni, 2011), di una minore produttività dell'impresa fornitrice rispetto a quella finale. L'inclusione nell'analisi (colonne tre e quattro) di un termine di interazione tra le variabili di appartenenza alla catena e di attività di fornitura consente di valutare specificamente che l'impatto delle Cgv sulla produttività delle imprese fornitrici (ottenuto sommando i coefficienti di Cgv e Inte1) è positivo e significativo, anche se inferiore a quello riscontrato per le imprese finali, pari semplicemente al coefficiente di Cgv.

Infine, esaminando le colonne relative all'Italia, possiamo notare che il coefficiente di Sud, come ci si attendeva, è sempre negativo e, quando la produttività è misurata in termini di fatturato per addetto, statisticamente significativo. Poiché il termine interattivo fra appartenenza alla catena e localizzazione nel Mezzogiorno risulta positivo e congiuntamente significativo con ciascuna delle variabili costituenti, si può concludere che il divario di produttività, che penalizza le imprese manifatturiere meridionali rispetto a quelle del Centro-Nord, è marcatamente attenuato quando esse fanno parte di una Cgv. Secondo le nostre stime, il vantaggio in termini di crescita della produttività derivante dalla partecipazione alle Cgv risulta essere maggiore per le imprese operanti nel Mezzogiorno che per quelle del Centro-Nord.

In sintesi, la nostra indagine econometrica conferma la tesi prevalente della letteratura, secondo cui la partecipazione alle Cgv è associata a maggiore produttività. In più, si riscontra che i vantaggi di produttività sono ordinati secondo la modalità più o meno evoluta di partecipazione alla Cgv. Rispetto alle imprese finali, i fornitori soffrono di un relativo svantaggio. Tuttavia, anche per questa tipologia di imprese, l'integrazione nelle Cgv consente di ottenere guadagni di produttività, seppure inferiori a quelli garantiti alle imprese finali, localizzate in segmenti più remunerativi della Cgv. Infine, l'inclusione nelle Cgv risulta particolarmente premiante per le imprese del Mezzogiorno, che recuperano, grazie all'integrazione internazionale, parte del divario di produttività con la manifattura del Centro-Nord.

⁴ Per motivi di spazio, i coefficienti di Ind e C non sono riportati nella tavola 2 e nel seguito viene omessa la discussione dell'impatto stimato delle variabili di controllo.



Nota bibliografica

Accetturo A. e Giunta A. (2016), *Value chains and the great recession: evidence from Italian and German firms*, Banca d'Italia, Questioni di economia e finanza n. 304.

Agostino M., Giunta A., Nugent J.B., Scalera D. e Trivieri F. (2015), *The importance of being a capable supplier: Italian industrial firms in global value chains*, International Small Business Journal, vol. 33, n. 7.

Altomonte C., Di Mauro F., Ottaviano G., Rungi A. e Vicard V. (2012), *Global value chains during the great trade collapse: A bullwhip effect*, European central bank, working paper n. 1412.

Baldwin R. e Venables A. (2013), *Spiders and snakes: Offshoring and agglomeration in the global economy*, Journal of International Economics, vol. 90.

Brancati E., Brancati R., Maresca A. (2017), *Global value chains, innovation and performance: firm-level evidence from the Great Recession*, Journal of Economic Geography, doi:10.1093/jeg/lbx003

Cappariello R. e Felettigh A. (2016), *How does foreign demand activate domestic value added? A comparison among the largest Euro-area economies*, in Banca d'Italia, Global value chains: New evidence and implications, Seminari e convegni, n. 21.

Costinot A., Vogel J. e Wang S. (2013), *An elementary theory of global supply chains*, Review of Economic Studies, vol. 80.

De Backer K. e Miroudot S. (2014), *Mapping global value chains*, European central bank, working paper n. 1677.

Giovannetti, G., Marvasi, E., Sanfilippo, M., (2015), *Supply Chains and the Internationalization of SMEs: Evidence from Italy*, Small Business Economics, vol. 44.

Giunta A., Nifo A. e Scalera D. (2012), *Subcontracting in Italian industry. Labour division, firm growth and the North-South divide*, Regional Studies, vol. 46, n. 8.

Oecd - Organisation for economic cooperation and development (2015), *The future of productivity*, Oecd Publishing.

Razzolini T. e Vannoni D. (2011), *Export premia and subcontracting discount: Passive strategies and performance in domestic and foreign markets*, World Economy 34, n.6.

Svimez (2016), *Rapporto Svimez 2016 sull'economia del Mezzogiorno*, Il Mulino.

Veugelers R., Barbiero F. e Blanga-Gubbay M. (2013), *Meeting the manufacturing firms involved in Gvcs*, in "Manufacturing Europe's future" a cura di R. Veugelers, Bruegel blueprint series, vol. 21.

**FOCUS:
COMMERCIO DIGITALE
E QUARTA RIVOLUZIONE
INDUSTRIALE**





FOCUS: COMMERCIO DIGITALE E QUARTA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE

L'economia digitale globale e le imprese italiane*

Lo scenario economico in cui operano le imprese italiane è segnato da cambiamenti profondi, che nascono dalle trasformazioni in corso in campo ambientale, demografico, tecnologico e politico. La direzione di questi mutamenti è difficile da prevedere, perché le forze in gioco appaiono divergenti e non è chiaro in che misura il progresso tecnico e l'azione politica della comunità internazionale riusciranno a fronteggiare le grandi sfide poste dal cambiamento climatico e dagli squilibri demografici ed economici, in un contesto di crescente pressione sulle risorse naturali.

Su questo sfondo, il processo di digitalizzazione delle attività produttive emerge sempre più come la principale trasformazione in corso nei paradigmi tecnologici della vita economica e sociale. L'aumento della potenza di calcolo dei computer ha abbattuto i costi di raccolta ed elaborazione dei dati, consentendo la dematerializzazione delle attività e facilitandone la condivisione nelle reti sociali. Sono emerse tecnologie in grado di analizzare e valorizzare le masse crescenti di dati rese disponibili da questi processi. Il numero di strumenti digitali connessi a Internet è aumentato enormemente, giovandosi della caduta dei costi di comunicazione. I progressi nell'intelligenza artificiale, nella robotica, nella manifattura additiva, nell'Internet delle cose spingono verso la dissoluzione dei confini tra economia tradizionale e digitale e verso una crescente integrazione tra manifattura e servizi (la cosiddetta "quarta rivoluzione industriale"). Ne derivano conseguenze importanti nell'organizzazione dei mercati, con tensioni già visibili nella distribuzione dei benefici e dei costi tra individui, imprese, gruppi sociali e paesi.

La globalizzazione e la frammentazione internazionale dei processi produttivi hanno favorito una maggiore diffusione delle conoscenze e delle competenze, con il risultato di spingere un numero di paesi crescente, anche se ancora limitato, sulla frontiera del progresso tecnico, intensificando la competizione nell'attrazione di talenti e di investimenti ad alta intensità di ricerca. L'affermarsi del nuovo modello produttivo genera grandi opportunità di crescita per le imprese e per i sistemi economici, ma al tempo stesso induce squilibri profondi nella composizione della domanda e dell'offerta di lavoro, modifica la struttura concorrenziale dei mercati, apre questioni rilevanti per la tutela dei diritti individuali e per la coesione sociale. Ne conseguono sfide impegnative per le politiche economiche e sociali.

La dematerializzazione digitale di molte transazioni tende a portare a compimento il processo di globalizzazione dei mercati, sottraendo rilievo alle frontiere, alla distanza e alla localizzazione delle attività. L'espansione della scala produttiva delle imprese non richiede più necessariamente un forte investimento in capitale fisico. Anche le imprese di dimensioni minori trovano un grande potenziale di crescita nella "coda lunga" delle nicchie di mercato aperte dall'economia delle piattaforme. L'accumulazione di dati e informazioni resa possibile dalle nuove tecnologie fa emergere nuove forme di capitale cognitivo intangibile, che si rivelano risorse strategiche per il successo competitivo. Il ruolo dei dati come input dei processi produttivi appare sempre più evidente nella vasta gamma di servizi che si incorporano nei beni, accrescendone il valore per i clienti. La struttura concorrenziale dei mercati viene scossa dalle nuove forme di intermediazione, rese possibili dalle tecnologie digitali. Più in generale, aumenta il potenziale di espansione delle reti sociali in cui si organizzano le attività dei cittadini e delle istituzioni.

Negli ultimi venti anni, la quota di popolazione mondiale che ha accesso alle infrastrutture digitali è stata stimata in aumento dal 4 al 40 per cento¹ ed è evidente un rapido processo di convergenza di alcuni paesi emergenti verso tassi di partecipazione simili a quelli dei paesi più avanzati. Oltre tre quarti dei cittadini dei paesi Ocse hanno già accesso a connessioni senza fili a banda larga, ma anche

* Di Lelio Iapadre (Università dell'Aquila).

¹ Cfr. Oecd, *Going Digital: Making the Transformation Work for Growth and Well-being*, January 2017.

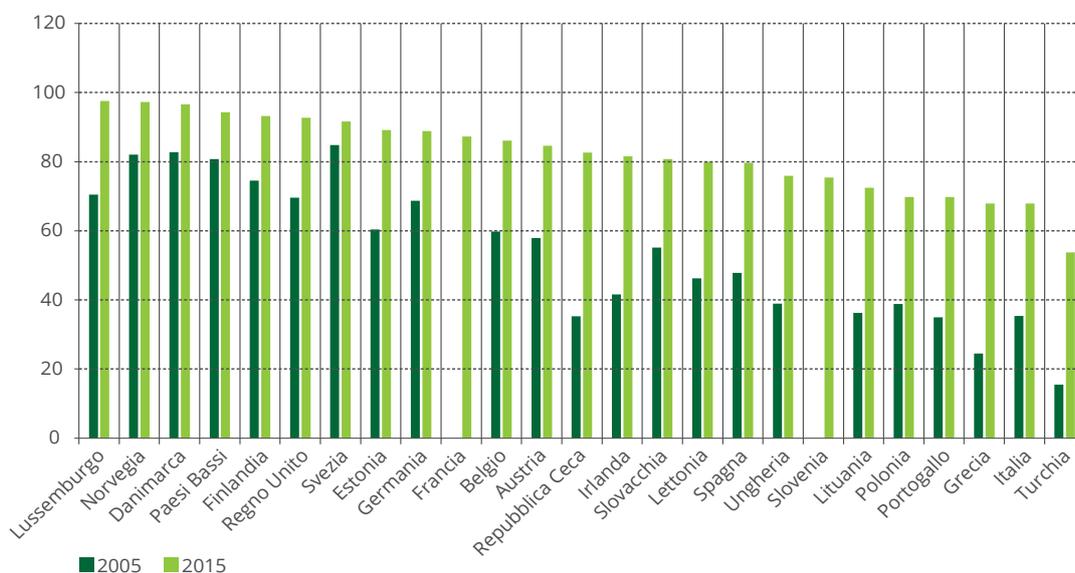


nei paesi più poveri dell'Africa sub-sahariana il numero degli abbonamenti è aumentato rapidamente negli ultimi anni. Tuttavia, persistono ampie differenze internazionali nell'uso di Internet e nel costo dei servizi. La diffusione sociale delle competenze necessarie per cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie è ancora limitata. Anche all'interno dei sistemi economici, i divari nella capacità di usare le tecnologie digitali da parte delle imprese alimentano aspri processi di selezione competitiva.

In un periodo di relativo ristagno degli scambi internazionali, tra il 2013 e il 2015, il commercio elettronico è stato valutato in aumento a un tasso medio annuo del 17 per cento.² Lo sviluppo delle piattaforme digitali sta cambiando la struttura del settore della distribuzione al dettaglio. Secondo una recente rilevazione³, il 54 per cento dei consumatori intervistati in 25 paesi sviluppati ed emergenti effettua acquisti on-line settimanalmente o mensilmente. Le opportunità offerte da questo processo sono grandi. I consumatori possono scegliere tra una gamma di prodotti e di fornitori sempre più ampia. Le imprese, anche quelle di dimensioni minori, possono accedere ai mercati internazionali a costi più bassi.

Non va tuttavia dimenticato che la diffusione del commercio elettronico incontra ancora dei limiti nelle competenze e nelle risorse di cui dispongono le persone e le imprese nei diversi paesi. Malgrado i grandi progressi realizzati negli ultimi anni, l'Italia appare ancora in ritardo nella maggior parte degli indicatori sull'economia digitale, e in particolare in quelli sull'accesso alla rete. La quota di individui che usavano Internet nel 2015 era ancora poco superiore ai due terzi della popolazione, nettamente al di sotto di quasi tutti i paesi Ocse (grafico 1).

Grafico 1 - Persone che hanno usato internet (negli ultimi 12 mesi)
in percentuale



Fonte: elaborazioni su dati Ocse

² Cfr. *Unctad E-Commerce Week 2017 - connecting the dots for sustainable development*, <http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1438>

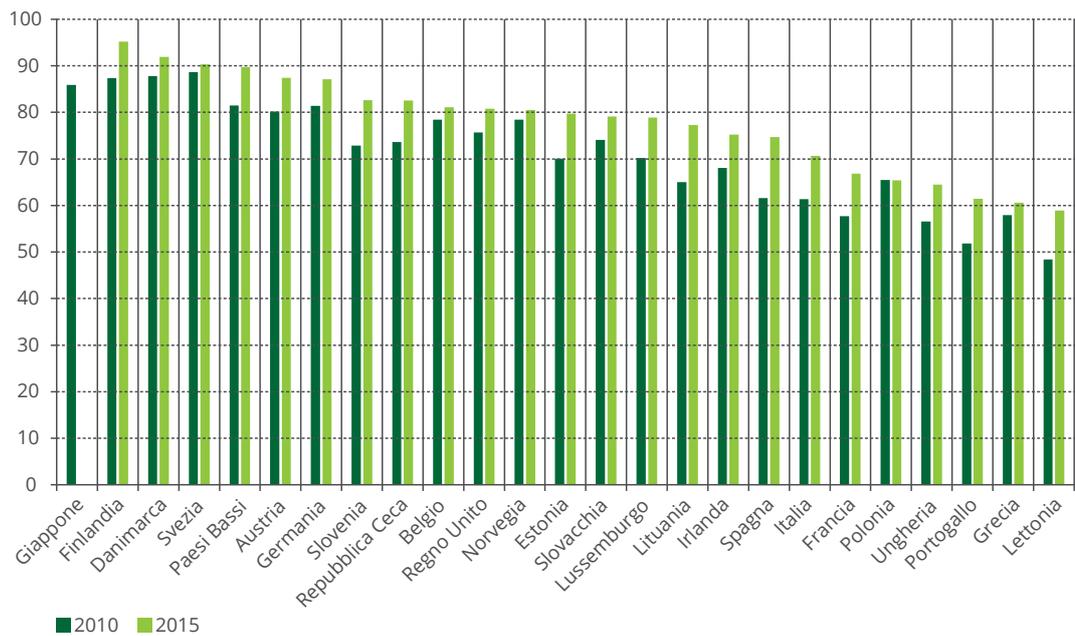
³ PwC, *Total Retail Survey 2016*, <https://www.pwc.com/gx/en/industries/retail-consumer/global-total-retail.html>



Anche dal lato dell'offerta la partecipazione all'economia digitale appare in ritardo. La quota di imprese presenti in Internet è aumentata sensibilmente negli ultimi cinque anni, ma è rimasta relativamente bassa (grafico 2). Ancora più bassa è la posizione dell'Italia nella graduatoria dei paesi Ocse per quanto riguarda la percentuale di imprese che accettano ordini on-line (grafico 3), penalizzata dalla scarsa fiducia di cui godono le transazioni in rete.

Grafico 2 - Imprese con presenza sul web

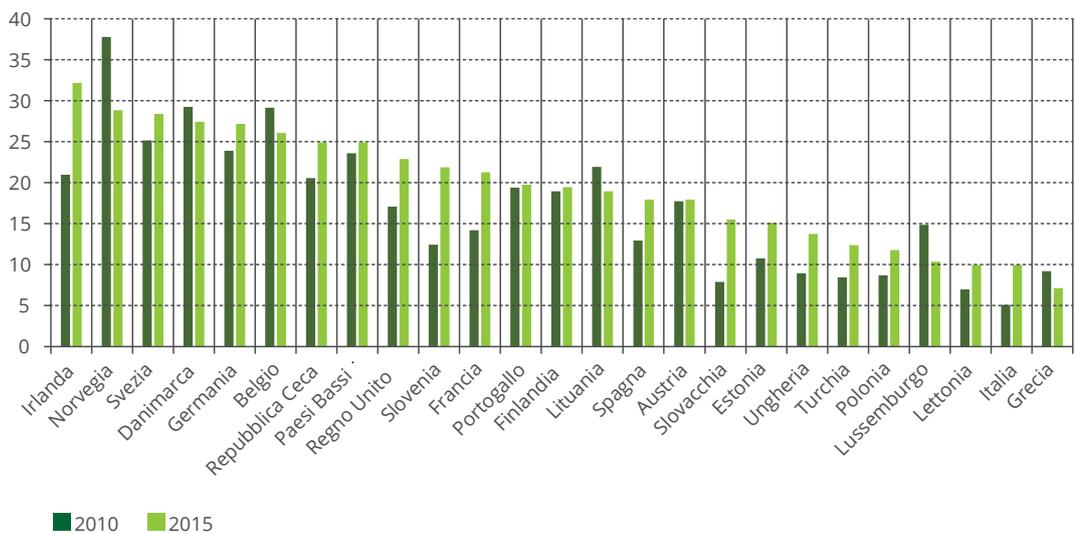
In percentuale sul totale delle imprese



Fonte: elaborazioni su dati Ocse

Grafico 3 - Quota di imprese che accettano ordini on-line

In percentuale sul totale delle imprese con almeno 10 addetti



Fonte: elaborazioni su dati Ocse

Da altri segni, tuttavia, sembra che le imprese italiane abbiano compreso l'importanza delle sfide competitive digitali e si stiano rapidamente adeguando al nuovo contesto. Ad esempio, nella diffusione del cloud computing tra le imprese, l'Italia registra l'indice più elevato tra i paesi del G-20 (40 per cento) e il primato deriva soprattutto dal contributo delle piccole e medie imprese.⁴

Nelle pagine seguenti un insieme di studi di autori diversi affrontano le questioni principali che riguardano lo scenario degli scambi digitali internazionali e la posizione delle imprese italiane.

Si comincia con una panoramica del sistema di regole internazionali che disciplinano il commercio elettronico, considerando sia i principali accordi multilaterali gestiti dall'Organizzazione mondiale del commercio (Omc), sia gli accordi preferenziali raggiunti a livello regionale o bilaterale. È evidente che lo sviluppo degli scambi digitali potrebbe essere facilitato dall'adozione di regole condivise da tutti i paesi, ma la crisi in cui languono da anni i negoziati commerciali dell'Omc non ha ancora permesso di trovare un compromesso tra le diverse posizioni. In questo vuoto si sono inseriti gli accordi preferenziali, principalmente quelli promossi dall'Unione Europea e dagli Stati Uniti, ma il risultato è l'emergere di un complesso di regole differenziate, non favorevole allo sviluppo di scambi tendenzialmente globali per loro natura. Appare più promettente, in questa prospettiva, il negoziato per un accordo plurilaterale sugli scambi di servizi che, pur essendo inizialmente limitato ai paesi firmatari, ha il potenziale per trasformarsi in un accordo multilaterale, esteso a tutti i membri dell'Omc.

Tra le iniziative regionali in questo ambito, spicca il programma dell'Unione Europea per il Mercato unico digitale. Si tratta di un insieme di azioni volte ad armonizzare o riformare le regole per le telecomunicazioni, la protezione dei dati, gli acquisti on-line, il diritto d'autore, nonché a favorire la diffusione delle competenze digitali e lo sviluppo di nuove imprese. Il progresso degli stati membri nella digitalizzazione dei loro sistemi economici e sociali viene misurato dalla Commissione europea con un insieme di indicatori. Il secondo riquadro di questo Focus presenta una sintesi dei dati più recenti, da cui emerge che l'Italia si trova in netto ritardo rispetto alla media dell'Unione europea, malgrado i sensibili progressi registrati nell'ultimo anno.

Il ruolo crescente svolto dagli scambi digitali tra le attività internazionali delle imprese sta spingendo le agenzie governative di promozione del commercio estero ad avviare programmi specifici per favorire l'accesso delle imprese alle piattaforme digitali. Il terzo riquadro pubblicato in questo Focus presenta una rassegna dei programmi realizzati in alcuni paesi europei, mettendo in evidenza che non è ancora emerso un modello di intervento comune, ma sottolineando l'opportunità di azioni concertate tra le agenzie di diversi paesi, eventualmente con il concorso di finanziamenti comunitari, nei casi in cui siano necessari investimenti significativi in mercati importanti.

Anche in Italia la rilevanza del commercio elettronico è andata crescendo progressivamente negli ultimi anni. Un approfondimento pubblicato in questo Focus analizza i dati sulle esportazioni di beni di consumo, mostrando che la componente digitale è stata molto più dinamica della media nel 2016. Al suo interno, il settore più importante è quello della moda, seguito dall'alimentare e dall'arredamento. Le strategie sviluppate dalle imprese in questo ambito sono complesse e coinvolgono la scelta tra diversi canali di comunicazione, commerciali e logistici, nonché tra i diversi sistemi di pagamento, tenendo conto dei problemi doganali e legali presenti nei diversi mercati.

L'introduzione delle tecnologie di commercio digitale consente anche alle imprese di dimensioni minori di entrare più facilmente nei mercati internazionali, abbassando i costi di accesso. Un'indagine pubblicata in questo Focus si riferisce in particolare alle micro-imprese (con un numero di addet-

⁴ Oecd, Key Issues for Digital Transformation in the G20, Report prepared for a joint G20 German Presidency/Oecd conference, Berlin, 12 January 2017, <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/key-issues-for-digital-transformation-in-the-g20.pdf>



ti inferiore a 10) dell'industria manifatturiera italiana e mostra che, negli ultimi anni, anche esse hanno adottato modelli più sofisticati di commercio digitale, ai quali si associano livelli più elevati di produttività del lavoro e di propensione a esportare. L'analisi econometrica conferma che l'uso delle tecnologie digitali è importante per promuovere l'accesso ai mercati esteri, ma questa relazione positiva si manifesta più facilmente in imprese che abbiano altre caratteristiche favorevoli, tra cui la disponibilità di risorse e di competenze adeguate alla competizione internazionale.

La digitalizzazione dei processi produttivi non riguarda soltanto le fasi del marketing e della distribuzione, ma si estende sempre più intensamente in modo pervasivo all'intera catena del valore. Le tecnologie della "quarta rivoluzione industriale" stanno rapidamente cambiando i paradigmi della produzione manifatturiera, dematerializzando i processi e accrescendo il contenuto di servizi dei prodotti industriali. Due ricerche sintetizzate in un approfondimento incluso in questo Focus documentano gli effetti di questi cambiamenti sulle esportazioni delle imprese. La digitalizzazione della manifattura consente di ridurre i tempi di consegna e di aumentare il grado di personalizzazione dei prodotti, con effetti benefici sulla competitività internazionale. Le imprese del made in Italy, anche quelle di dimensioni minori, stanno adottando in misura crescente metodi di manifattura digitale, anche se appaiono in ritardo nelle tecniche legate all'Internet delle cose. Le stime econometriche effettuate confermano che tali metodi esercitano un effetto positivo sulla propensione a esportare. Le imprese che ottengono i risultati migliori in termini di redditività sono quelle che adottano tali tecnologie, fanno un uso più intenso di lavoro qualificato e si aprono ai mercati internazionali.

Questi cambiamenti possono incidere anche sulla localizzazione delle attività produttive tra i diversi paesi. L'ultimo approfondimento contenuto in questo Focus documenta la relazione esistente tra i benefici attesi dall'adozione di tecniche digitali di manifattura additiva, e in particolare delle stampanti a tre dimensioni (3D), e i fattori che incidono sulle strategie di localizzazione delle multinazionali. Se ne deduce l'ipotesi che tali tecnologie possano favorire decisioni delle imprese volte a riportare verso i paesi di origine attività collocate altrove (re-shoring), nonché a internalizzarle nei propri confini aziendali, nei casi in cui siano state gestite in outsourcing. Considerazioni analoghe potrebbero ispirare strategie di attrazione di nuovi investimenti esteri, volti a valorizzare le concentrazioni di competenze digitali che potranno essere favorite dal programma governativo Industria 4.0.

E-commerce: il quadro istituzionale dell'Omc e i negoziati internazionali

di Cristina Castelli*

La progressiva diffusione di tecnologie digitali sempre più sofisticate rappresenta un'importante opportunità per stimolare la crescita e lo sviluppo economico, in quanto riduce significativamente le barriere e i costi degli scambi internazionali e consente l'accesso a una base più ampia di clienti.¹ Inoltre, queste tecnologie contribuiscono a migliorare l'organizzazione di molte funzioni aziendali, compresa la gestione della catena della fornitura, facilitando la partecipazione delle imprese alle reti produttive internazionali anche dal punto di vista degli approvvigionamenti di beni e servizi.

Non va tuttavia trascurato che, affinché gli scambi digitali possano esprimere tutto il loro potenziale ed effettivamente contribuire a stimolare la crescita economica, promuovendo l'innovazione e la diffusione della conoscenza, sono indispensabili infrastrutture adeguate e un contesto giuridico prevedibile e coerente. Riguardo al secondo punto, restano da fare ancora molti progressi, mancando una regolamentazione internazionale in grado di armonizzare quanto adottato, nel tempo, ai vari livelli di *governance* (multilaterale, regionale, bilaterale e nazionale).

Considerando il quadro giuridico multilaterale, i principali pilastri nel regolamentare gli scambi internazionali di beni e servizi sono gli accordi Gatt e Gats², amministrati dall'Organizzazione mondiale del commercio (Omc) a partire dal 1995. Internet e la rivoluzione digitale erano in quel periodo ancora agli albori, per cui i testi degli accordi non avevano espressamente incluso una regolamentazione del commercio elettronico, né riportavano una sua definizione. Solo in seguito, nel 1998, durante la seconda conferenza ministeriale dell'Omc³, è stata approvata una dichiarazione che riconosceva l'importanza crescente dell'*e-commerce* e le opportunità che ne potevano derivare.

In quell'occasione è stato raggiunto anche un accordo attraverso il quale gli stati membri si impegnavano a non imporre dazi agli scambi online. Questo impegno, noto come "moratoria sui dazi doganali applicati alle trasmissioni elettroniche", è stato rinnovato ogni due anni in occasione delle conferenze ministeriali. A oggi non è stato raggiunto il consenso necessario per renderlo permanente⁴, principalmente per il fatto che alcuni paesi emergenti temono il venir meno delle potenziali entrate rappresentate dalle tariffe doganali. Nello stesso anno è stato adottato un *Programma di lavoro sul commercio elettronico* che, oltre a sottolinearne l'importanza, riporta una prima definizione e descrive l'*e-commerce* come "la produzione, la distribuzione, la commercializzazione, la vendita o la consegna di beni e servizi tramite mezzi elettronici". Dispone, inoltre, un monitoraggio periodico da parte del Consiglio generale dell'Omc sui progressi raggiunti con riguardo agli scambi di merci, di servizi, alle questioni legate alla protezione dei diritti di proprietà intellettuale e alle implicazioni per la crescita economica dei paesi meno sviluppati.⁵

Anche nel 2001, con il rilancio dell'Omc e l'approvazione dell'agenda di Doha, è stata riaffermata

* Ice.

1 Si vedano, tra l'altro, Oecd (2013) e Oecd (2017).

2 L'Accordo generale sulle tariffe doganali e sul commercio (General Agreement on Tariffs and Trade - Gatt) e l'Accordo generale sugli scambi di servizi (General Agreement on Trade in Services - Gats).

3 Ginevra, 18-20 maggio 1998.

4 Burri (2013).

5 Work Programme on Electronic Commerce, WT/L/274 del 30 Settembre 1998.

l'importanza del commercio elettronico, insieme alla necessità di proseguire con il programma di lavoro del 1998; tuttavia, nei fatti, pur avendo posto in evidenza il tema degli scambi digitali, il mandato è rimasto vago e non sono stati raggiunti risultati concreti. A livello multilaterale permangono pertanto molte incertezze e lacune giuridiche, a cui gli stati membri hanno cercato di ovviare – in primo luogo – attraverso i negoziati commerciali regionali e bilaterali, per cui il quadro istituzionale appare frammentato e non agevola la diffusione delle transazioni online.

Qualche progresso in tema di regolamentazione degli scambi digitali potrebbe essere conseguito in occasione della prossima conferenza ministeriale di Buenos Aires, che si terrà nel dicembre 2017. Al momento non è stato definito un programma di lavoro, ma vi sono alcuni documenti propositivi, tra cui quello presentato recentemente dall'Unione Europea e da altri dieci membri dell'Omc⁶, che riporta una serie di argomenti su cui concentrare i lavori in vista della conferenza. Esso tocca aspetti legati alla necessità di migliorare il quadro normativo con riguardo alla *privacy* e alla sicurezza dei dati degli utenti, all'adozione di standard comuni, alla necessità di diffondere metodi di pagamento elettronici, alla possibilità che un maggior numero di utenti possa accedere e utilizzare Internet, oltre alla regolamentazione di aspetti specifici connessi alla protezione dei diritti di proprietà intellettuale. Più in generale, il documento ricorda che resta da fare ancora molto per migliorare l'apertura dei mercati di beni e servizi; sottolinea inoltre il ruolo dell'Accordo sulla facilitazione del commercio (Trade Facilitation Agreement, Tfa), entrato in vigore nel mese di febbraio, nel promuovere lo sviluppo dell'*e-commerce*, grazie alla semplificazione delle procedure e la velocizzazione delle formalità doganali, oltre alla necessità di garantire una maggiore trasparenza del sistema multilaterale.

Tra gli aspetti che ostacolano il raggiungimento di un consenso a livello multilaterale vi sono, in primo luogo, questioni legate all'applicabilità delle norme multilaterali al commercio digitale. L'*e-commerce* interessa in primo luogo il comparto dei servizi e quindi l'accordo Gats: quest'ultimo prevede che, in caso vengano incluse nuove tipologie di servizi, gli stati membri debbano notificare con le apposite schede gli impegni aggiuntivi che intendono assumere per liberalizzare l'accesso al mercato. Ne derivano una serie di problematiche riguardanti l'applicazione della classificazione settoriale, a cui fa riferimento l'accordo (in primo luogo nel settore informatico, nelle telecomunicazioni, negli audiovisivi).⁷ Come osservato da più parti, si tratta di aspetti cruciali⁸, in quanto l'attuale classificazione non appare adatta a regolamentare gli impegni degli stati membri e codificare un servizio in un modo o nell'altro può avere implicazioni rilevanti dal punto di vista del grado di liberalizzazione.

In secondo luogo, con riguardo alla natura dei prodotti scambiati, le nuove tecnologie hanno reso meno evidente la distinzione tra beni e servizi, e quindi l'applicabilità degli accordi in vigore: difatti, mentre le merci acquistate *on-line* e consegnate fisicamente sono soggette all'accordo Gatt, prodotti digitali come *e-books*, brani musicali, film e *software* possono essere immagazzinati, utilizzati e distribuiti in formato elettronico, indipendentemente da un supporto fisico. Si tratta di un tema particolarmente delicato in quanto entrano in gioco aspetti politicamente sensibili riguardanti la tutela della diversità culturale (il tema della *cultural exception*).⁹ Soprattutto l'Unione Europea (notoriamente la Francia) e il Canada non concordano con la posizione degli Stati Uniti, che propendono verso una maggiore liberalizzazione degli scambi di questi prodotti. Per-

⁶ Comunicazione dell'11 gennaio 2017, presentata da Canada, Cile, Colombia, Costa d'avorio, Corea del Sud, Messico, Montenegro, Paraguay, Singapore, Turchia e Unione Europea.

⁷ Gli stati membri fanno riferimento a un elenco di "impegni specifici", la *List of Specific Commitments by Reference of W/120*. La classificazione settoriale riportata nella lista W/120 (Services Sectoral Classification List) è basata sulla Central Product Classification (Cpc).

⁸ Per approfondire, si veda Burri e Weber (2012).

⁹ Per un quadro generale si veda Guerrieri, Iapadre e Koopman (2005).

tanto, mentre gli Stati Uniti sostengono l'opportunità di sottoporre le trasmissioni elettroniche alle regole Gatt, i paesi europei ritengono preferibile applicare l'accordo Gats, meno stringente, dal momento che gli stati sono obbligati a concedere un trattamento non discriminatorio solo nei settori e nei modi di fornitura esplicitamente elencati nelle schede che riportano gli impegni specifici. Altri membri dell'Omc riterrebbero opportuno individuare delle soluzioni ibride, ma anche quest'ultimo approccio non sembra essere facilmente applicabile.

Un terzo aspetto riguarda le definizioni circa le modalità di fornitura dei servizi, previste dal Gats¹⁰: poiché le transazioni digitali non necessitano della presenza di una persona fisica o giuridica al momento dell'erogazione del servizio, le modalità di fornitura Gats 3 e 4 rivestono una rilevanza limitata; malgrado qualche incertezza interpretativa, si ritiene quindi che nella maggior parte dei casi si possano applicare al commercio elettronico di servizi le regole previste per la modalità 1.¹¹

Non essendo stato possibile dirimere a livello multilaterale le varie questioni che interessano gli scambi digitali, nel corso degli anni i paesi hanno introdotto alcune normative nell'ambito di negoziati commerciali preferenziali, che si sono diffuse a seguito della proliferazione di questi trattati. Ne è conseguita una notevole frammentazione e disomogeneità normativa, in quanto i testi degli accordi presentano diversi gradi di dettaglio e di liberalizzazione. Difatti, alcuni trattati includono un capitolo specificamente dedicato al commercio digitale, separato dai capitoli sugli scambi di beni e servizi, toccando alcune delle questioni irrisolte a livello multilaterale. Altri accordi riportano norme sulle trasmissioni elettroniche nel capitolo riguardante la prestazione transfrontaliera di servizi, oppure introducono disposizioni specifiche, dirette a tutelare i diritti di proprietà intellettuale legati al commercio elettronico; infine, alcuni testi negoziali includono solo articoli generici diretti a promuovere una cooperazione tra i partner.

Per fare qualche esempio a livello regionale, fin dal 2000 l'Unione Europea si è posta l'obiettivo di sviluppare il commercio digitale attraverso l'armonizzazione delle normative nazionali¹² e, più recentemente, di istituire un mercato unico digitale¹³ per ovviare alla frammentazione del mercato interno, causata da disposizioni normative che ostacolano la fornitura online di beni o servizi, da limitazioni contrattuali alla distribuzione, dalla mancanza di fiducia da parte dei consumatori nei confronti dei sistemi di pagamento elettronici, dai costi elevati di accesso a Internet (cfr. in questo Rapporto il riquadro sul Mercato unico digitale). L'Apec (Asia Pacific Economic Cooperation) promuove l'*e-commerce* dal 1998 cercando di istituire un contesto giuridico trasparente e coerente (Apec Privacy Framework e Paperless Trading Subgroup)¹⁴, mentre l'Asean (Association of South East Asian Nations) ha approvato nel 1999 un accordo volto a promuovere la cooperazione e la liberalizzazione del commercio elettronico (e-Asean Framework Agreement), contenente definizioni legali e misure per facilitare la cooperazione tra i paesi membri con riguardo ai prodotti delle tecnologie di informazione e comunicazione (Ict), ai servizi, all'*e-commerce* e all'*e-government*; più recentemente, è stato inoltre varato l'Asean Ict Masterplan 2020.¹⁵

¹⁰ Secondo l'accordo Gats le modalità di erogazione dei servizi sono quattro e sono definite in base all'origine del prestatore e del consumatore del servizio, nonché al grado e al tipo di presenza dei due soggetti nel territorio al momento della fornitura: 1) la prestazione transfrontaliera - servizi forniti da un paese a un altro; 2) il consumo all'estero - servizi usufruiti in un paese estero; 3) la presenza commerciale - società di servizi che stabiliscono propri uffici in un paese estero; 4) presenza di persone fisiche - individui che si spostano all'estero per fornirvi servizi.

¹¹ Si veda Weber (2015), p. 324-325.

¹² Direttiva sul commercio elettronico, 2000/31/CE.

¹³ Commissione Europea, *A Digital Single Market Strategy for Europe*, 2015: https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market_en

¹⁴ Electronic Commerce Steering Group, <http://www.apec.org/Groups/Committee-on-Trade-and-Investment/Electronic-Commerce-Steering-Group>

¹⁵ <http://www.mptc.gov.kh/files/2016/03/499/1.pdf>

Mentre l'accordo Nafta, che risale al 1994, non includeva delle norme sul commercio elettronico, il trattato sul Partenariato Trans-Pacifico (Trans Pacific Partnership, Tpp)¹⁶, concluso nel febbraio 2016, contiene un capitolo dettagliato sul commercio elettronico. In linea con l'impostazione di molti accordi bilaterali conclusi dagli Stati Uniti, il Tpp prevederebbe un'ampia liberalizzazione includendo, tra l'altro, la moratoria sui dazi doganali applicati alle trasmissioni elettroniche (che in questo modo verrebbe resa permanente per i firmatari), il principio di non discriminazione nei confronti dei prodotti digitali, l'obbligo di non imporre requisiti di localizzazione territoriale, l'impegno a fornire adeguate tecnologie di rete, norme sulla protezione dei consumatori e sulla tutela della *privacy*. Peraltro, anche l'accordo transregionale Ttip¹⁷, le cui sorti sono ormai incerte, a seguito del nuovo corso nella politica commerciale statunitense, prevedeva una dettagliata regolamentazione degli scambi digitali.¹⁸

A livello bilaterale, numerosi accordi di libero scambio contengono norme o capitoli specificamente dedicati all'*e-commerce*, con l'obiettivo di chiarire le questioni controverse. A seconda dei partner, gli accordi preferenziali promuovono un elevato grado di liberalizzazione, affrontando in alcuni casi anche i temi riguardanti la *privacy*, la protezione degli utenti o le implicazioni in tema di diritti di proprietà intellettuale.¹⁹ Per citare qualche esempio, molti accordi di libero scambio stipulati dagli Stati Uniti contengono dei capitoli separati sul commercio elettronico e promuovono un'ampia liberalizzazione. Vi rientrano i trattati con il Cile (2003), con Singapore (2003), con l'Australia (2004), con i paesi del Centroamerica (2006), con la Corea del Sud (2012). Anche altri accordi bilaterali hanno adottato il modello statunitense, ad esempio quelli conclusi da Singapore: tra questi, il trattato di libero scambio con l'Australia, entrato in vigore nel 2003, e quelli con l'India e la Corea del Sud (del 2006). Per contro, il Giappone, inizialmente, non aveva incluso negli accordi bilaterali delle norme specifiche, ma in occasione del trattato con l'Australia (2014) e la Mongolia (2015) ha negoziato capitoli molto dettagliati sul commercio digitale.

L'Unione Europea adotta invece tradizionalmente un approccio molto più cauto nel negoziare gli accordi di libero scambio bilaterali: in genere, i testi dei trattati non prevedono un capitolo dedicato, ma l'integrazione di norme relative all'*e-commerce* nel capitolo dei servizi. In alcuni casi sono riportati solo degli impegni di reciproca cooperazione e di dialogo su aspetti salienti, come nel caso degli accordi con il Cile (2005), con Cariforum (2008) e con la Corea del Sud (2011). Tuttavia i trattati includono l'esenzione delle trasmissioni elettroniche dall'applicazione delle tariffe doganali, rendendo in questo modo permanente – per i firmatari – la moratoria temporanea dell'Omc.

In conclusione, per migliorare il quadro istituzionale e promuovere la diffusione degli scambi digitali, a livello multilaterale sarebbe opportuno procedere, in primo luogo, con un concreto programma di lavoro riguardante il commercio elettronico e perseguire il consenso tra gli stati membri dell'Omc sugli aspetti più controversi di definizione e classificazione, in particolare con riferimento all'accordo Gats. Secondo molti osservatori, l'Omc resta infatti la piattaforma negoziale preferibile per risolvere le questioni più controverse con riguardo alle trasmissioni elettroniche e sarebbe auspicabile anche un accordo multilaterale specifico.²⁰

¹⁶ Il Partenariato Trans-Pacifico (Tpp) è stato adottato agli inizi del 2016 da 19 paesi; attualmente si trova in fase di stallo a seguito del ritiro degli Stati Uniti.

¹⁷ Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti (Transatlantic Trade and Investment Partnership, Ttip).

¹⁸ Si veda Burri (2013).

¹⁹ Wunsch e Hold (2012).

²⁰ Burri (2013).

Difatti, per quanto molte problematiche possano essere risolte più facilmente nell'ambito di accordi preferenziali, tra un ridotto numero di firmatari, questi presentano lo svantaggio di generare una rete di regole solo in parte coordinate, con il rischio di portare a ulteriori frammentazioni che non agevolano il flusso di dati e di informazioni. Da questo punto di vista, i trattati transregionali (Tpp e Ttip) avrebbero in effetti potuto svolgere un ruolo in termini di armonizzazione e di coordinamento, coinvolgendo un numero ampio di partner commerciali.

Resta, infine, l'alternativa di percorrere la via degli accordi plurilaterali tematici che, in quanto tali, coinvolgono i paesi maggiormente interessati a un argomento specifico. In tema di servizi, attualmente è in negoziazione l'accordo Tisa (Trade in Services Agreement) tra 23 membri dell'Omc che comprende anche un annesso riguardante il commercio elettronico.²¹ Va infatti ricordato quanto conseguito con il recente ampliamento dell'accordo sulle tecnologie informatiche (Information Technology Agreement, Ita II), che ha effettivamente contribuito alla diffusione delle infrastrutture abilitanti per il commercio elettronico, avendo provveduto ad abbattere sostanzialmente i dazi sulla quasi totalità degli scambi internazionali di tecnologie informatiche.

Nota bibliografica

Burri M. (2013), *Should There Be New Multilateral Rules for Digital Trade?*, E15 Expert Group on Trade and Innovation.

Burri M., Weber R.H. (2012), *Classification of Services in the Digital Economy*, Springer Verlag GmbH.

Guerrieri P., Iapadre P.L. e Koopman G. (a cura di) (2005), *Cultural Diversity and International Economic Integration. The Global Governance of the Audio-Visual Sector*, Elgar.

Hold. A., Wunsch-Vincent S. (2012), *Towards Coherent Rules for Digital Trade: Building on Efforts*, p. 179–221 in Burri M. e Cottier T. (a cura di), *Trade Governance in the Digital Age: World Trade Forum*, Cambridge University Press.

Oecd (2013), *Measuring the Internet Economy: A Contribution to the Research Agenda*, Oecd Digital Economy Papers.

Oecd (2017), *Measuring Digital Trade: Towards a Conceptual Framework*, STD/CSSP/WPTGS(2017)3.

Weber R.H.(2015), *Digital Trade and E-Commerce: Challenges and Opportunities of the Asia Pacific Regionalism*, National Taiwan University College of Law.

²¹ Partecipano ai negoziati Tisa 23 membri dell'Organizzazione mondiale del commercio, tra cui l'Ue, che rappresentano circa il 70 per cento degli scambi mondiali di servizi.

La strategia europea per il Mercato unico digitale (*Digital single market*): indicatori sullo stato di avanzamento degli obiettivi

di Elena Mazzeo *

Sin dalla strategia di Lisbona, lanciata nel 2000, le istituzioni europee hanno riconosciuto la diffusione delle tecnologie per l'informazione e la comunicazione come una priorità per la crescita economica e per l'inclusione dei cittadini in ambiti lavorativi, sociali ed educativi. Nel 2010, nell'ambito della strategia Europa 2020, l'Agenda digitale europea (Ade) è stata inserita tra le sette iniziative prioritarie, con l'obiettivo di accelerare la diffusione della rete Internet ad alta velocità e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.¹

La Commissione europea ha quindi adottato la strategia per il Mercato digitale europeo nel 2015, dichiarando: "l'Europa ha le capacità per porsi alla testa dell'economia digitale globale, ma attualmente non le sfrutta al meglio. L'Ue è bloccata da una frammentazione e da barriere che nel mercato unico geografico non esistono: l'abbattimento di queste barriere all'interno dell'Europa potrebbe arricchire il Pil europeo di 415 miliardi di euro. L'economia digitale è in grado di espandere i mercati, promuovere servizi migliori a prezzi migliori, offrire più scelta e creare nuove fonti di occupazione. Il mercato unico digitale può creare opportunità per nuove start-up e permettere alle imprese esistenti di crescere e di profittare della scala offerta da un mercato di oltre 500 milioni di persone".²

Gli obiettivi della strategia includono:

- la rapida conclusione dei negoziati su norme comuni a livello dell'Ue sulla protezione dei dati;
- obiettivi più ambiziosi per l'attuale riforma della regolamentazione delle telecomunicazioni;
- la modifica delle norme sul diritto d'autore in modo da adeguarle alle nuove tecnologie e renderle più semplici e chiare;
- la semplificazione delle regole per gli acquisti online;
- agevolare l'avvio di nuove imprese innovatrici;
- la promozione delle conoscenze e competenze digitali;
- usufruire degli stessi servizi e contenuti online in qualunque paese dell'Ue.

Tra le tappe della strategia è importante ricordare entro il 15 giugno 2017 l'abolizione del diritto di *roaming* per le telefonate su rete mobile all'interno dell'Ue, entro il maggio 2018 un nuovo insieme di regole per la protezione della *privacy*, entro il 2020 l'adozione in tutti i paesi Ue della banda a 700MHZ.

Per monitorare l'andamento del processo di digitalizzazione negli Stati membri, viene svolta annualmente una relazione sui progressi del settore digitale in Europa (Edpr, European Digital Progress Report).

L'analisi mostra notevoli miglioramenti in atto nell'Ue, ma anche la necessità di ulteriori sforzi, soprattutto da parte dei paesi maggiormente in ritardo, per colmare il divario rispetto ai paesi più performanti, generalmente del Nord Europa (Danimarca, Finlandia, Svezia).

* Ice.

¹ Si veda in proposito il sito internet della Commissione europea dedicato a Europa 2020: https://ec.europa.eu/info/strategy/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en#featuresofthetargets

² Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni "Strategia per il mercato unico digitale in Europa" COM (2015) 192 final.

Ogni anno viene elaborato un indice composito di digitalizzazione dell'economia e della società (Desi – *Digital Economy and Society Index*)³, che sintetizza diversi indicatori sullo stato di avanzamento del digitale e consente un confronto tra i diversi paesi membri. Gli aspetti monitorati dagli indicatori sono i seguenti:

- connettività: banda larga fissa e mobile, velocità e prezzi della banda larga
- capitale umano: competenze digitali di base e avanzate
- uso di internet: utilizzo di contenuti, comunicazioni e transazioni online da parte dei cittadini
- integrazione delle tecnologie digitali: digitalizzazione delle imprese e commercio elettronico (*e-commerce*)
- servizi pubblici digitali: governo elettronico (*e-government*).

L'indicatore sintetico conferma per il 2017 la 25ma posizione per l'Italia nella classifica dei 28 paesi membri⁴, nonostante l'incremento nel punteggio dell'indicatore (da 0,38 a 0,42). I paesi membri sono stati distribuiti in più gruppi sulla base dei risultati ottenuti in questo processo: l'Italia appartiene al gruppo che registra basse prestazioni.⁵

Tavola 1 - Indicatore sintetico Desi sull'avanzamento del digitale nell'Ue 28 e in Italia - 2017

Componenti	Italia				Unione Europea
	Indicatore Desi 2017		Indicatore Desi 2016		Desi 2017
	valore	rank	valore	rank	valore
Connettività	0,54	24	0,44	27	0,63
Capitale umano	0,40	24	0,38	24	0,55
Uso di Internet	0,36	27	0,34	27	0,48
Integrazione delle tecnologie digitali	0,33	19	0,30	20	0,35
Servizi pubblici digitali	0,44	21	0,46	17	0,51
Indice sintetico Desi	0,42	25	0,38	25	0,52

Fonte: Commissione Europea, Digital Economy and Society Index, 2017

Relativamente alla connettività, rispetto all'anno precedente l'Italia è riuscita guadagnare posizioni in graduatoria (dal 27° al 24° posto). Tuttavia, nonostante i progressi negli abbonamenti alla banda larga fissa e alla banda larga veloce, l'Italia continua a essere in ritardo.

Sul fronte del capitale umano l'Italia ha registrato risultati al di sotto della media e anche i progressi sono stati limitati (il paese è rimasto fermo alla 24ma posizione). Se da una parte la quota di utenti di internet è aumentata (da 63 a 67 per cento degli abitanti), l'indicatore relativo alla percentuale di specialisti in tecnologie dell'informazione della comunicazione (Tic) è invece rimasto invariato (2,5 per cento degli occupati), così come il numero dei laureati in Stem (Scienze, tecnologia, ingegneria e matematica): 14 laureati per 1.000 persone di età compresa tra 20 e 29 anni, 19 per la media dei paesi Ue.

Per quanto riguarda l'uso di internet, l'Italia ha mantenuto la 27ma posizione senza apprezzabili progressi se non nell'utilizzo di internet per il consumo di contenuti digitali legati a musica, video

³ Cfr. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

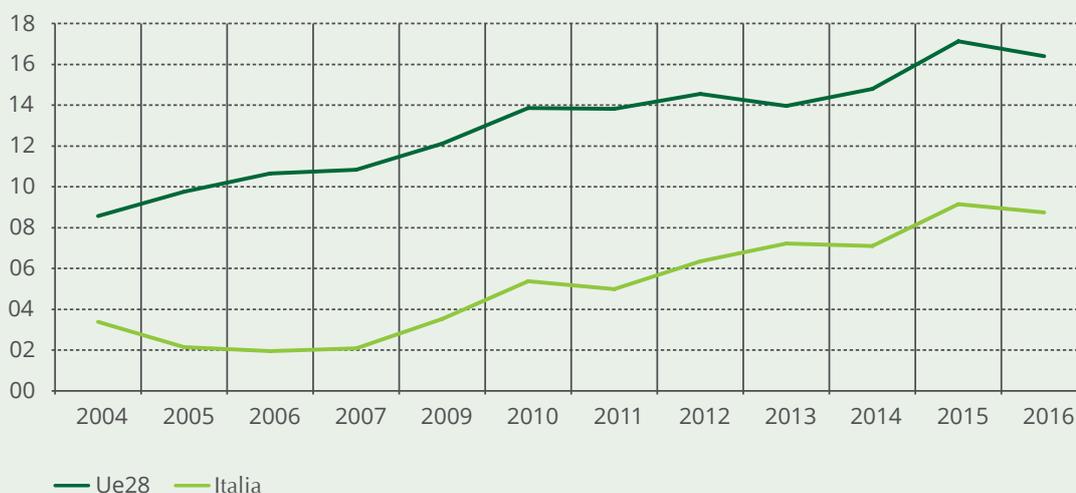
⁴ Cfr. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/italy>

⁵ A questo gruppo appartengono anche Romania, Bulgaria, Grecia, Croazia, Polonia, Cipro, Ungheria e Slovacchia.

e giochi online. Ancora sotto la media è invece l'uso di internet per videochiamate, per i servizi bancari e per effettuare acquisti.

Sull'integrazione delle tecnologie digitali da parte delle imprese, nell'ultimo anno l'Italia, passata in graduatoria dalla ventesima alla diciannovesima posizione, ha compiuto progressi significativi: in particolare le imprese italiane sono ai primi posti per l'utilizzo delle fatture elettroniche, utilizzate dal 30 per cento delle imprese, contro il 18 per cento della media Ue (secondo questo indicatore l'Italia è in quinta posizione tra i paesi europei). È aumentato anche il ricorso ai media social, cui nel 2016 ha fatto ricorso il 16 per cento delle imprese (la media Ue è pari al 20 per cento). La percentuale di piccole e medie imprese che vende online è invece al di sotto della media europea (7 per cento, contro il 17 per cento nel 2016); ancora inferiore è la quota percentuale di vendite online transfrontaliere (5,2 per cento, rispetto al 7,5 per cento della media Ue). Si è ridotta la già modesta quota di fatturato realizzato online (8,8 per cento nel 2016 rispetto al 9,2 per cento l'anno precedente e al 16,4 per cento della media Ue). Relativamente alla diffusione commercio digitale transfrontaliero sono molto ampie le distanze sia tra paesi (si va dal 4 per cento della Romania e al 70 per cento del Lussemburgo) sia tra settori e tra grandi e piccole e medie imprese⁶. Alcune barriere che limitano lo sviluppo dell'*e-commerce* sono relative ai requisiti di localizzazione dei dati in server collocati all'interno di alcuni Stati membri, o alla proibizione di vendere online alcune categorie di prodotti⁷. I consumatori sono inoltre condizionati nelle scelte dalla variabilità dei costi e tempi di consegna, dalla possibilità di spedire i prodotti gratuitamente in caso di reso per sostituzione o riparazione.

Grafico 1 - Quota del fatturato da *e-commerce* sul fatturato totale delle imprese che vendono online



Fonte: elaborazioni su dati Commissione Europea

Nell'ambito dei servizi pubblici digitali l'Italia ha registrato buoni risultati per l'erogazione di servizi pubblici, pur scendendo in graduatoria dal diciassettesimo al ventunesimo posto, ma presenta uno dei livelli più bassi di utilizzo dei servizi di *e-government* in Europa.

Si può quindi comprendere perché la strategia di politica industriale lanciata dal governo italiano, Industria 4.0, punti alla modernizzazione dell'industria attraverso l'adozione di tecnologie

⁶ Si veda European Commission Staff Working Document, Europe's Digital Progress Report 2017, SWD (2017) 160 final.

⁷ Si veda Micossi S., Trent'anni di mercato interno, in questo Rapporto.

digitali, offrendo deduzioni dell'imposta societaria per gli investimenti avviati entro il 2017 destinati a nuove attrezzature e beni Tic e l'incremento del credito d'imposta per le spese in materia di R&S. È inoltre prevista la creazione di poli di innovazione digitale e centri di competenza, che dovrebbero essere costituiti con la collaborazione tra le principali università italiane e altre parti, tra cui centri di ricerca privati, start-up e grandi e medie imprese. Su quest'ultimo aspetto, relativo all'apertura e all'operatività di poli e centri, si lamenta un certo ritardo. Questo piano potrebbe dare un impulso fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi della strategia del Mercato unico digitale, contribuendo sensibilmente a facilitare l'inserimento delle imprese italiane nelle catene globali del valore e ad accrescere la loro competitività.

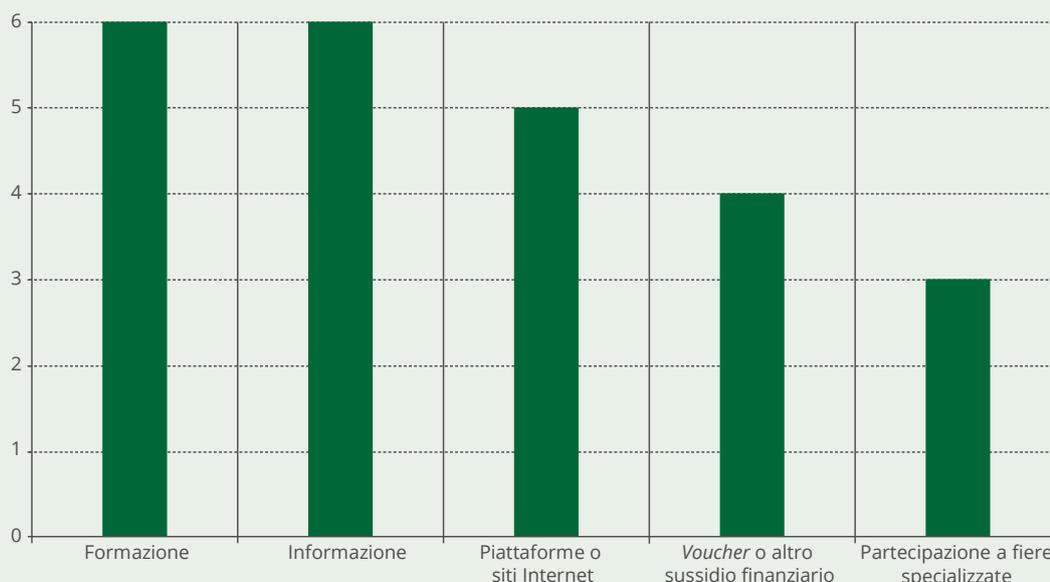
Tpo europee e sostegno alla diffusione del commercio digitale internazionale

di Marco Saladini*

Con l'affermarsi dell'uso del commercio digitale internazionale come canale di vendita, un'offerta di servizi di sostegno è di recente emersa nei programmi di attività delle *trade promotion organizations* (Tpo) europee. Se ne è voluto tracciare i contorni conducendo, ad aprile 2017, una rilevazione nei paesi dove l'Ice è presente con propri uffici. Ci si è basati su un breve questionario somministrato alle Tpo e su notizie ricavabili dai loro siti *web*, laddove esistenti.¹

Delle quattordici Tpo interpellate, dieci svolgono una o più attività specifiche, dalla diffusione di semplici notizie a programmi *ad hoc*. Le attività più comuni sono formazione e informazione, seguite dalla creazione di piattaforme o siti Internet, già predisposti o meno per la commercializzazione diretta dei prodotti e servizi offerti, dall'emanazione di *voucher* o altro sussidio finanziario e, in coda, dalla partecipazione a fiere specializzate (grafico 1).

Grafico 1 - Tipologie di attività adottate da alcune Trade promotion organizations europee in materia di commercio digitale internazionale



Fonte: rilevazione Ice, ad aprile 2017, sulle Tpo di Austria, Bruxelles, Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Spagna, Svezia, Ungheria e Vallonia

* Ice. L'autore ringrazia Pier Alberto Cucino, Raffaele Di Pietro, Pjero Stanojevic e gli uffici Ice nei paesi oggetto dell'indagine per la collaborazione nella rilevazione dei dati.

¹ Le Tpo oggetto della rilevazione sono quelle di Austria, Bruxelles, Francia, Germania (in parte), Italia, Regno Unito, Spagna, Svezia, Ungheria e Vallonia; le Tpo di Germania e Regno Unito non hanno risposto al questionario, pertanto la rilevazione si è basata su altre fonti. Le Tpo di Bulgaria, Croazia, Polonia, Romania e Slovenia non svolgono attività sul commercio digitale. Purtroppo dalla rilevazione è rimasta parzialmente esclusa la Germania, dove come si è accennato le amministrazioni centrali non hanno dato risposta al questionario e l'indagine su Internet ha offerto spunti molto limitati, per la natura del sistema di sostegno tedesco, completamente decentrato presso le Camere di commercio, site nei singoli mercati esteri, che molto spesso non sono dotate di portali propri od offrono solo notizie generiche sulle proprie attività.

Tutte le otto Tpo che hanno risposto al questionario offrono servizi per facilitare gli scambi tra imprese (B2b), mentre solo sei sostengono gli scambi tra imprese e consumatori (B2c). Cinque Tpo si concentrano sul comparto manifatturiero o su particolari settori al suo interno, in un caso affiancando a essi le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, e tre evidenziano l'aspirazione di settori *focus* nei propri programmi di sostegno. In termini di imprese-obiettivo, metà delle Tpo rispondenti afferma di non porre in atto alcuna restrizione basata sulla grandezza dell'impresa, mentre l'altra metà si concentra sulle piccole e medie imprese (Pmi). Quattro Tpo su otto si rivolgono a imprese già equipaggiate per l'attività di commercio digitale, che la svolgano verso mercati esteri o meno. Due Tpo lavorano, in un caso esclusivamente, con imprese che ancora non hanno investito nel nuovo canale e tre non hanno espresso preferenze in merito a tale caratteristica, probabilmente in quanto non pongono barriere in termini di stadio evolutivo dei beneficiari dei loro servizi. Solo in pochissimi casi è stato possibile raccogliere dati sul numero di iniziative realizzate e di imprese che hanno usufruito di servizi. Non sono emerse stime del fatturato aggiuntivo generato dal sostegno che le Tpo hanno offerto alle imprese.

Insomma, a 23 anni di distanza dalla fondazione di Amazon.com e a 18 da quella di Alibaba.com, appare come molte Tpo europee abbiano finalmente compreso l'importanza di un intervento in favore di una maggiore diffusione del canale tra le imprese internazionalizzate e si siano attivate di conseguenza. Non sembra ancora emerso pienamente un modello di intervento comune, come si vedrà meglio nelle schede che seguono. C'è da domandarsi se per alcuni incroci mercato-settore di particolare complessità e dove sono necessari importanti investimenti iniziali non sia possibile creare alleanze tra Tpo di diversi paesi europei e/o mobilitare risorse del bilancio della Ue, in modo mirato.

Austria – Wirtschaftskammer Österreich

La Tpo austriaca ha assistito finora alcune centinaia di imprese interessate al commercio digitale oltre frontiera, con iniziative di formazione, piattaforme *web* e *voucher* o altri sussidi. Nell'apposita sezione del suo sito si trovano diverse informazioni riguardanti il commercio digitale, tra le quali un *vademecum* di sintesi e notizie più di dettaglio, ad esempio su condizioni generali di transazione e sul diritto di recesso. Altre informazioni sono reperibili presso il *web shop*.

Bruxelles (Belgio) – Brussels Invest & Export

L'offerta di Bie non è ristretta da limiti in termini di stadio di coinvolgimento nel commercio digitale, di grandezza dell'impresa assistita e di tipo di cliente, imprese o consumatori, ma si concentra sui beni di consumo. Con sei iniziative all'attivo e oltre un centinaio di imprese coinvolte, il programma conta perlopiù su interventi di formazione, su *voucher* o altri sussidi e sull'accesso a piattaforme di commercio digitale. Tra i *voucher* spiccano i contributi a fondo perduto per la realizzazione di siti *web* e per la formazione del personale. Bie ha anche organizzato missioni di operatori all'estero e incontri con rappresentanti di piattaforme di commercio digitale estere a Bruxelles.

Francia – Business France

Ventisette iniziative realizzate dal 2012 al 2017, 300 imprese coinvolte solo nel 2016, contro le 60 del 2012, e una gamma di attività, la più diversificata tra le Tpo analizzate, che si concentra prevalentemente nella formazione e nella partecipazione a fiere estere specializzate in commercio digitale: sono queste le caratteristiche salienti dell'impegno di Bf a sostegno delle imprese francesi. Alla promozione e alla formazione si affianca l'informazione, come testimoniano pubblicazioni, statistiche e altro materiale presenti sul sito della Tpo francese. Un particolare riguardo viene prestato all'espansione nel mercato cinese, con l'offerta di assistenza specifica alle imprese interessate.

Germania – Germany Trade and Invest e Deutsche Auslandshandelskammern

A parte qualche notizia sulla diffusione del commercio digitale in mercati esteri interessanti per le imprese tedesche, non è stato possibile reperire informazioni strutturate sull'attività delle Tpo tedesche.

Italia – Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Recentemente avviato, il programma dell'Ice va oltre quanto finora realizzato in materia di piattaforme *web*, ad esempio quelle in materia di subfornitura, aggiornando strumenti e finalità. Il programma mira principalmente a rafforzare la presenza delle imprese già attive e ad arricchire l'offerta italiana all'estero via canale digitale con nuovi marchi e prodotti. Sono previste iniziative di formazione, l'ingresso agevolato su piattaforme esistenti o la creazione al loro interno di aree riservate all'offerta italiana per metterla in evidenza, attività di informazione e partecipazione a fiere specializzate. Tra i settori principali sui quali si concentrano le iniziative dell'Ice figurano prodotti alimentari, bevande alcoliche e abbigliamento. I mercati-obiettivo principali sono quelli statunitense e cinese.

Regno Unito – Department for International Trade

Il principale programma si chiama DIT's E-Exporting Programme e si rivolge sia a imprese ancora agli inizi sia a imprese già attive *on line*. Attraverso incontri con funzionari del DIT e/o consulenti l'impresa può arrivare a formulare una propria strategia di commercio digitale internazionale, che beneficia dell'accesso a condizioni di vantaggio alle piattaforme estere con le quali il DIT ha concluso accordi. Le tre principali aree del sito della TPO in merito al commercio digitale sono chiamate Opportunità di esportazione, Trovare un compratore e Vendere *on line* all'estero e comprendono materiale e strumenti utili a cominciare o approfondire la propria esperienza di vendita via Internet.

Spagna – Ices-España Exportación e Inversiones

L'offerta di Ices è riservata alle Pmi che non hanno ancora investito nel commercio digitale. Si concentra su iniziative di formazione e informazione e, in termini di settori, su prodotti alimentari, abbigliamento e altri beni di consumo, con particolare riguardo all'artigianato. Nel 2017 si è tenuto un corso *on line* e in presenza sul *marketing* digitale per l'internazionalizzazione. Le iniziative promozionali principali finora realizzate sono cinque, rivolte ad altrettante piattaforme di commercio digitale. Il sito dell'Ices dedica una sezione specifica al tema, con informazioni di base e notizie su eMarket Services, il principale strumento proposto, un portale che mira a fornire notizie di dettaglio su come preparare la propria impresa per attivare il nuovo canale.

Svezia – Business Sweden

L'assistenza offerta da Bs si concentra sulla partecipazione a fiere specializzate nel commercio digitale e sulle vendite B2b. Non ci sono altri vincoli di dimensione, settore o capacità di utilizzo del nuovo canale. Sul sito della TPO non si sono rinvenute notizie sulle attività o materiale informativo, con l'eccezione di un'utile guida per chi intenda avviare iniziative di commercio digitale in mercati esteri.

Ungheria – Hungarian Investment Promotion Agency

L'Hipa punta soprattutto a iniziative di formazione e partecipazione a fiere specializzate, nei settori agroalimentare, informatica e telecomunicazioni e apparecchiature medicali. Il profilo delle imprese coinvolte nel programma è quello delle Pmi che abbiano già effettuato un minimo di investimenti nel nuovo canale, sia in Ungheria sia all'estero. Nel sito di Hipa non sono presenti pagine o materiale sul commercio digitale.

Vallonia (Belgio) - Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers

Awex ha lanciato un *voucher* specifico per l'acquisizione di servizi di consulenza in *webmarketing*, con il quale le imprese beneficiarie possono pagare la metà del costo sostenuto. Il finanziamento a fondo perduto, disponibile solo per le Pmi, non ha limitazioni di settore o di controparte commerciale, in quanto B2b e B2c sono entrambi ammessi, né richiede che si siano effettuati investimenti sul commercio digitale in precedenza. L'analisi del sito evidenzia solo questa iniziativa.

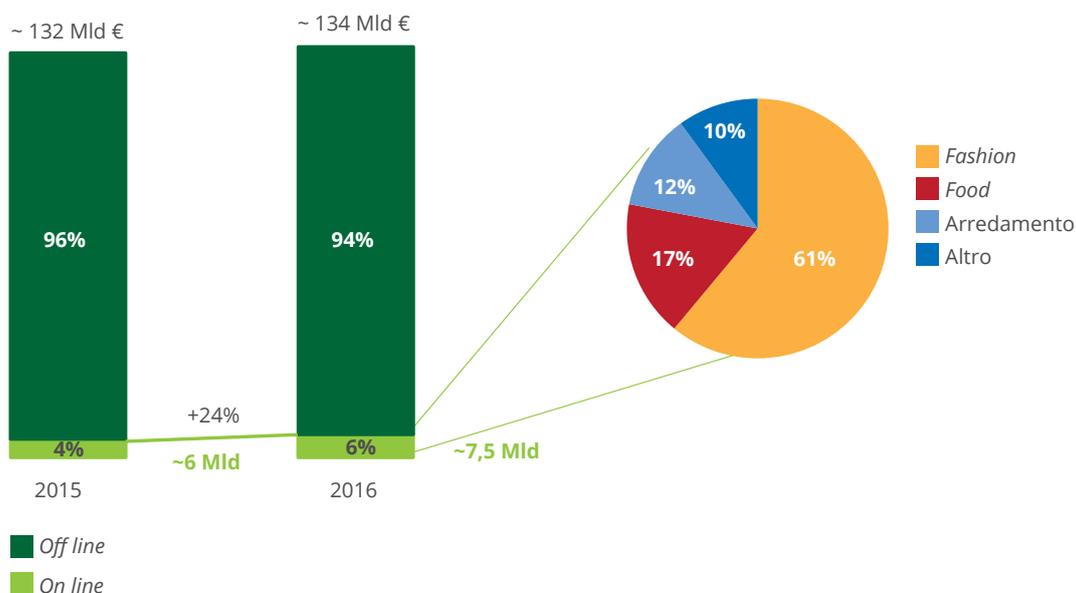
Le esportazioni digitali italiane

di Maria Giuffrida e Lucia Tajoli *

Le esportazioni rappresentano da sempre uno degli elementi trainanti dell'economia del nostro Paese e costituiscono un'importante opportunità di crescita per le imprese italiane, anche grazie al prestigio di cui gode il *brand made in Italy* nel mondo. Sebbene negli ultimi anni le esportazioni risultino in crescita e le imprese esportatrici in Italia siano numerose, il confronto con altre realtà europee strutturalmente comparabili al nostro paese (ad esempio la Germania o la Francia) rivela che vi sono ampie potenzialità inesprese, canali non sfruttati e occasioni ancora da cogliere. Tra queste, il commercio elettronico (*e-commerce*) è una delle principali. Difatti, in uno scenario internazionale altamente competitivo e con consumatori sempre più inclini all'uso delle tecnologie digitali, l'utilizzo del commercio elettronico come canale di vendita all'estero può risultare una scelta vincente. Sfruttare le potenzialità dell'*e-commerce* a supporto dell'export è, tuttavia, complesso: occorrono preparazione, competenze, propensione al cambiamento e adeguati investimenti. Si tratta di una serie di elementi non ancora saldamente presenti nel nostro territorio.

In Italia, infatti, il canale *on line* non si è ancora del tutto affermato come strumento di vendita oltre confine. Le esportazioni italiane continuano ad avvenire prevalentemente secondo modalità tradizionali, ossia in grande parte intermedie dalla figura dell'importatore/distributore locale (soprattutto nei settori più rigidamente normati come l'alimentare) oppure sviluppate tramite rivenditori fisici e negozi di proprietà in loco. Questa è la fotografia che emerge da una ricerca dell'Osservatorio Export del Politecnico di Milano, focalizzata sull'export digitale di beni di consumo. Secondo questa indagine, l'utilizzo dei canali digitali da parte delle nostre imprese per vendere ai consumatori di tutto il mondo registra nel 2016 miglioramenti apprezzabili, ma non ancora decisivi.

Grafico 1 - L'export digitale italiano dei beni di consumo: i settori merceologici



Fonte: Osservatorio Export, Politecnico di Milano

* Politecnico di Milano



APPROFONDIMENTI

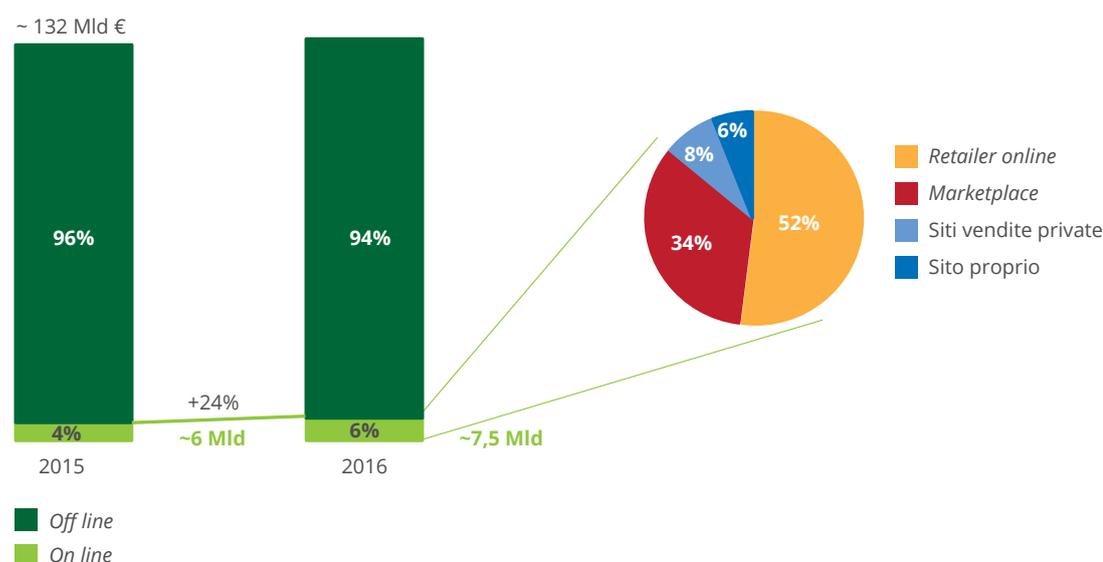
Rispetto al 2015 si è osservata comunque una crescita pari a circa 1,5 miliardi di euro (+24 per cento) dell'export digitale, che arriva così a quota 7,5 miliardi, quasi il 6 per cento dell'export totale di beni di consumo. Come mostrato nel grafico 1, il settore trainante di questo fenomeno è il *fashion* (abbigliamento, calzature e accessori), con un peso di poco superiore al 60 per cento. Troviamo poi alimentari e bevande con il 17 per cento, l'arredamento e il design con il 12 per cento. Il settore con il più alto tasso di crescita è quello di alimentari e bevande, in aumento del 32 per cento sul 2015.

Per quanto riguarda i principali attori abilitanti l'export digitale italiano, i grandi *retailer on line* sia italiani che stranieri si confermano il principale strumento di vendita *on line* oltre confine. Dai loro siti transita infatti circa il 52 per cento delle nostre esportazioni digitali di beni di consumo. Seguono i *marketplace* (34 per cento), ovvero le piattaforme multimarca, i siti delle vendite private (8 per cento) e i siti *e-commerce* di aziende produttrici (6 per cento). Il canale che cresce maggiormente è quello dei *marketplace* (+46 per cento rispetto al 2015).

La differenza, in termini tecnici, tra questi diversi canali di vendite *on line* è la seguente:

- I *retailers* sono aziende commerciali che distribuiscono beni in modo diretto ai consumatori finali, ossia acquisendo la proprietà dei beni acquistati da produttori italiani. Nel raggiungere i consumatori finali, i *retailers* possono usare esclusivamente siti di *e-commerce* (in tal caso parliamo di *retailers on line* puri) oppure possono affiancare alcuni negozi fisici alle iniziative *on line* (*retailers* multicanale);
- I *marketplaces* (o piattaforme) sono aziende commerciali *on line* in grado di aggregare un'offerta tipicamente molto frammentata senza assumersi rischi di invenduto (ossia non acquisiscono la proprietà della merce), ma svolgendo un puro ruolo di intermediazione;
- I siti delle *vendite private* (o *flash sales*) sono aziende commerciali *on line* che propongono una selezione dell'offerta di produttori/*brand* tipicamente molto noti e organizzano campagne di vendita della durata di massimo 4/5 giorni a prezzi fortemente scontati, senza assumersi il rischio di invenduto (acquistano i prodotti sulla base degli ordini raccolti dai clienti).

Grafico 2 - L'export digitale italiano dei beni di consumo: la tipologia di canale



Fonte: Osservatorio Export, Politecnico di Milano

Il grafico 2, che mostra la ripartizione dell'export digitale italiano per tipologia di attore coinvolto, testimonia come gli intermediari digitali (*retailers* e *marketplaces* in primis) giochino un ruolo fondamentale nel supportare le strategie di export digitale delle nostre aziende.

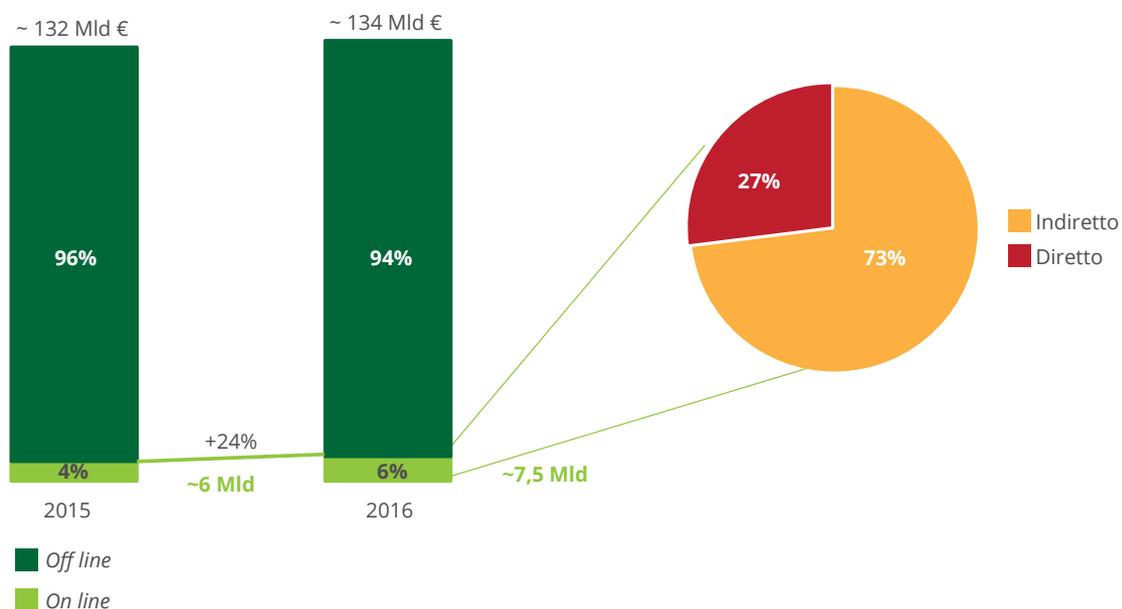
Un ulteriore criterio di classificazione delle esportazioni digitali è quello relativo alla tipologia di canale utilizzato, che si distingue in canale "diretto" o "indiretto", a seconda che l'interazione con il cliente finale sia gestita da un operatore con ragione sociale italiana o straniera.

L'export "diretto" può avvenire da siti di produttori italiani (ad esempio Campari, Diesel, Dolce&Gabbana, Salvatore Ferragamo, Zegna), dai siti dei *retailers* on line o multicanale con dominio italiano (ad esempio LuisaViaRoma, Yoox Net-A-Porter Group, ecc.) e dai *marketplaces* con dominio italiano (ad esempio Amazon Marketplace e eBay.it).

L'export "indiretto", invece, avviene attraverso i siti di *e-commerce* dei grandi *retailers on line* stranieri (ad esempio Zalando, JD.com, Suning), i grandi *marketplaces* internazionali (ad esempio Amazon ed eBay con domini stranieri o Tmall.com in Cina), e i siti delle vendite private internazionali (Venteprivee, VIP ecc.), che acquisiscono prodotti in Italia per poi venderli in tutti i paesi in cui sono presenti.

Come riportato nel grafico 3, l'export digitale "diretto" vale complessivamente circa 2 miliardi di euro a fine 2016 (+23 per cento rispetto al 2015) ma pesa poco più del 25 per cento sull'export totale. L'export diretto è riconducibile per gran parte al *fashion*, mentre il resto si ripartisce tra *food* e arredamento/*home design*, seguiti dall'elettronica di consumo e, con pesi sempre più marginali, da tutti gli altri settori. Il tipo di attore più rilevante per il canale diretto è quello dei *retailers on line* o multicanale nazionali, seguiti da siti propri di aziende produttrici e, in subordine, dai *marketplaces* con dominio .it.

Grafico 3 - L'export digitale italiana dei beni di consumo: gli attori coinvolti



L'export "indiretto" vale invece 5,5 miliardi di euro, ossia poco meno dei tre quarti del valore totale delle esportazioni digitali. I *retailers on line* stranieri si confermano gli intermediari più significativi, con circa la metà del totale "indiretto" transatto. I *marketplaces* stranieri (ad esempio Tmall in Cina, le americane



eBay ed Amazon *marketplaces* in tutti i paesi in cui operano e Lazada nel Sud-Est asiatico) seguono, ma sono quelli che crescono di più rispetto al 2015. Una quota molto inferiore di export indiretto è invece quella rappresentata dai siti delle vendite private internazionali.

Nonostante l'impiego ancora limitato dei canali *on line*, è interessante notare l'approccio multicanale con cui vengono utilizzati (ad esempio sito proprio e *retailers on line* oppure sito proprio e *marketplaces*) dalle aziende italiane. Possono essere due, a nostro avviso, le ragioni alla base di questa scelta. La prima, qualora si operi in più di un paese straniero, è la necessità di adottare il canale più idoneo allo specifico mercato di destinazione. La seconda è l'intenzione di utilizzare due o tre canali nello stesso paese in modo sinergico e con obiettivi complementari. Negli Stati Uniti, ad esempio, è frequente l'utilizzo di Amazon o eBay a fianco di un sito proprio. Da un lato si garantisce il raggiungimento di un *target* di clienti piuttosto ampio attraverso *marketplaces* familiari ai consumatori americani, dall'altro si consolida la consapevolezza del marchio con un'esperienza utente e una comunicazione basata sugli stilemi tipici dell'azienda.

Ancora più rilevante e potenzialmente efficace, qualora se ne avesse la possibilità, sarebbe l'utilizzo di un approccio multicanale in senso ampio, ossia non limitato alla sfera dei canali digitali, ma esteso anche al mondo tradizionale. Essere presente, ad esempio, sia con uno *store* su una piattaforma digitale, sia con un negozio fisico all'estero aiuterebbe non solo il già citato processo di diffusione e consolidamento del marchio italiano presso i clienti stranieri, ma anche lo sviluppo di tutta una serie di percorsi di acquisto omni-canale, che stanno diventando sempre più importanti per migliorare la *customer experience* dei clienti. In Cina, per esempio, si sta rapidamente diffondendo il fenomeno dell'O2O (*on line to offline*) ossia una modalità di acquisto che prevede l'utilizzo di canali sia *on line* che tradizionali e che è particolarmente agevolata dall'uso dei dispositivi mobili.

La diffusione ancora limitata dell'*e-commerce* a supporto delle nostre esportazioni è un segno evidente delle difficoltà riscontrate dalle aziende italiane nell'utilizzo del canale *on line*. Se da un lato Internet consente di ridurre le distanze dai consumatori finali, dall'altro non elimina una serie di difficoltà oggettive con cui le aziende italiane esportatrici devono scontrarsi, tra cui le complessità di natura legale (ad esempio le procedure doganali, fiscali o contrattuali), le difficoltà legate alla comunicazione, alla gestione della logistica e ai pagamenti. A questo si aggiunge la considerazione che alcuni prodotti hanno delle caratteristiche molto particolari, che possono ulteriormente complicare l'attivazione della vendita *on line*. Si pensi a tal proposito alle imprese del settore alimentare fresco che devono sottostare a vincoli di trasporto a temperatura controllata per prodotti ad alta deperibilità.

Nonostante le citate difficoltà, è importante segnalare una crescente apertura delle nostre aziende quanto meno all'inclusione dell'*e-commerce* nella propria strategia di internazionalizzazione, come testimoniato dall'aumento delle esportazioni digitali nell'ultimo anno. I principali mercati di sbocco restano quelli occidentali (Unione Europea e Stati Uniti) con una predominanza dei paesi europei (in primis la Germania). Si rafforza anche la presenza in alcuni paesi dell'Est europeo, tra cui Russia e Polonia, mentre resta marginale l'*export on line* verso altri mercati come il Sud America, il Sud-Est asiatico e la Cina. Tuttavia, sono proprio questi ultimi paesi emergenti ad avere un altissimo potenziale di attrattività per l'*export digitale*. Tra tutti, spicca in particolar modo la Cina, che è diventata negli ultimi anni il primo mercato *e-commerce* al mondo (l'*e-commerce* verso i consumatori finali vale oltre 700 miliardi di euro), superando gli Stati Uniti. Operatori del calibro di Alibaba, la principale azienda *e-commerce* in Cina, stanno completamente rivoluzionando il mondo *retail*, rendendo i consumatori cinesi sempre più abituati e propensi ad acquistare *on line* prodotti anche stranieri.

Oltre a puntare a questi grandi mercati asiatici, sicuramente tanto attrattivi quanto complessi da gestire, le aziende italiane dovrebbero comunque continuare a guardare ai vicini paesi europei. La Commissione europea sta infatti lavorando molto per abbattere le barriere ancora esistenti allo sviluppo

dell'e-commerce transfrontaliero all'interno del nostro continente, nell'ambito della strategia per il mercato unico digitale, che ha il più ampio obiettivo di stimolare la crescita delle reti digitali, dei servizi innovativi e dell'economia. Tra le principali proposte della Commissione per agevolare la digitalizzazione dell'Europa ricordiamo ad esempio l'abolizione del *roaming* a partire dalla prossima estate, l'abolizione del *geo-blocking* ingiustificato e la semplificazione del pagamento dell'IVA per i siti e-commerce.

Si tratta di una serie di segnali positivi che accrescono le possibilità di accesso al mercato globale per le aziende italiane, le quali dal canto loro dovranno comunque prestare molta attenzione a configurare nel modo più opportuno la propria strategia di esportazioni *on line*. Ci sono una serie di elementi chiave da comprendere e configurare in modo opportuno perché un'iniziativa di export digitale possa essere efficace. Gli elementi su cui si basa una strategia di export digitale sono almeno cinque:

- I *canali commerciali*, ossia i canali di vendita con cui vengono raggiunti i clienti *target*. Si distinguono nelle già citate categorie di *retailers on line o multicanale*, *marketplaces* e *siti delle vendite private*, oltre naturalmente al sito e-commerce sviluppato direttamente dall'azienda.
- I *canali di comunicazione*. Si intendono in questo caso i canali attraverso cui un'azienda promuove, pubblica e fa conoscere al mercato i suoi *brand* e/o i suoi prodotti. Si distinguono principalmente in *canali tradizionali* quando la pubblicità è fatta dall'azienda attraverso cartelloni pubblicitari (manifesti affissi o pubblicità sui mezzi di trasporto), stampa e *media* tradizionali e *canali on line* come *Seo (Search Engine Optimization)*, ovvero l'insieme delle attività per conseguire un buon posizionamento nei risultati di un motore di ricerca; *Sem (Search Engine Marketing)*, ossia attività di *web marketing* per incrementare la visibilità e la rintracciabilità di un sito tramite i motori di ricerca; *Social Media Marketing*, ovvero l'insieme delle attività per ottenere visibilità sui social network (campagne di advertising su Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, ecc.); *Display Advertising*, ovvero utilizzo di spazi a pagamento all'interno di pagine web di interesse dell'utente in cui promuovere un prodotto/servizio (*banners, buttons, pop-up*, ecc.); *Dem (Direct Email Marketing)* ossia marketing diretto basato sulla posta elettronica per raggiungere in modo personalizzato clienti acquisiti o potenziali.
- I *canali logistici*, ossia le possibili soluzioni con cui si può raggiungere un determinato mercato. Per definire le alternative è necessario prendere in considerazione diversi aspetti, tra cui la *configurazione della rete distributiva*, intesa come numero di livelli della rete, numero e tipologia (con scorta o senza) dei depositi per ogni livello, la dimensione e la localizzazione dei depositi, l'allocazione delle scorte di sicurezza; la *modalità di trasporto* (gomma, treno, nave o aereo); il *livello di esternalizzazione* del processo logistico a fornitori terzi.
- I *sistemi di pagamento*, ovvero l'insieme degli strumenti, delle procedure e dei mezzi con cui i consumatori finali possono procedere a trasferire denaro al venditore concludendo la transazione *on line*. Per configurare al meglio la strategia relativa ai sistemi di pagamento, è necessario prendere in considerazione diversi aspetti, tra cui gli *strumenti* di pagamento offerti (carte di credito, debito, bonifici, *wallets*, ma anche assegni o contanti); i *costi* associati all'utilizzo dello specifico strumento di pagamento; il *livello di sicurezza* sia reale sia percepito dal cliente; il *livello di integrazione* tra i sistemi di pagamento scelti e la propria piattaforma di gestione delle vendite;
- La comprensione delle *problematiche legali, doganali e contrattuali*. Si intendono in questo caso tutte le procedure di natura legale, doganale e contrattuale che un'impresa deve seguire quando vuole vendere *on line* sui mercati esteri, ad esempio le modalità di accesso al mercato, le eventuali barriere all'ingresso, la regolamentazione vigente.

È importante sottolineare come la configurazione di ciascuno di questi elementi debba essere necessariamente calata sul contesto dello specifico mercato di destinazione. Solo in tale modo l'e-commerce potrà rivestire un ruolo strategico per il successo dei processi di internazionalizzazione delle imprese italiane.



Profilo digitale e propensione all'exportazione delle microimprese

di Alessandra Nurra e Sergio Salamone*

Contesto e letteratura

La presenza delle imprese sui mercati internazionali è facilitata dall'uso di tecnologie digitali, se coadiuvate da altre caratteristiche, quali la capacità di effettuare investimenti rilevanti, l'utilizzo di competenze manageriali e il riconoscimento dell'espansione all'estero come opportunità di crescita. La combinazione di tali fattori influenza in misura particolare le decisioni di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese. Numerose ricerche hanno individuato, come elementi determinanti la propensione all'exportazione, le caratteristiche dell'imprenditore (età, istruzione, precedenti esperienze), quelle proprie dell'impresa (dimensione, settore, risorse, competenze, profilo tecnologico) e l'ambiente esterno di riferimento dell'impresa (reti di imprese e collaborazioni locali aiutano a superare barriere legate alla mancanza di risorse) (Pickernell et al., 2016). Internet, i *social media* e l'*e-commerce* favoriscono la rimozione delle barriere all'accesso a informazioni di mercato, la pianificazione di strategie di marketing e la capacità di fare rete ed essere presenti sul mercato estero. Se è difficile definire un nesso causale diretto tra tecnologie e internazionalizzazione, è però possibile avvalorare la presenza di un circolo virtuoso tra accesso alle informazioni in rete, competenze e internazionalizzazione (Balabanis et al., 2004; Zucchella, 2015; Hagsten e Kotnik, 2017).

Ulteriori contributi in questa direzione confermano che l'utilizzo di piattaforme digitali rappresenta una modalità di apertura verso l'estero che permetterebbe anche alle micro imprese di competere meglio sui mercati internazionali, se dotate delle necessarie competenze e di una visione strategica (Corò et al., 2015).

La digitalizzazione delle imprese è tra gli obiettivi della Commissione europea che, nell'Agenda digitale per l'Europa 2020, riconosce alle tecnologie dell'informazione e comunicazione (Ict) un ruolo fondamentale per la crescita, l'innovazione e l'internazionalizzazione delle imprese, spingendo i paesi membri verso obiettivi di incremento degli investimenti in Ict.

Allo stesso modo l'Agenda digitale italiana ha tra i suoi punti cardine la copertura in banda ultra larga di tutto il territorio come leva necessaria alla digitalizzazione delle imprese, oltre che il miglioramento delle competenze digitali individuali e una più efficace offerta di servizi pubblici *on line* anche per ridurre il costo della burocrazia amministrativa sulle imprese e i cittadini.

Fonte dei dati e caratteristiche dei profili digitali

Dai primi anni duemila, la rilevazione Istat sull'utilizzo dell'Ict ha reso disponibili dati sulle imprese con almeno 10 addetti (Istat, 2016). In Italia, l'Istat rivolge anche alle imprese di minori dimensioni un modulo di indagine multiscopo, nel quale vengono richieste informazioni sull'informatizzazione dei processi commerciali e sull'utilizzo di alcune tecnologie di base. Di seguito vengono presentate nuove elaborazioni dei dati raccolti sulle imprese con 1-9 addetti, attraverso la "Rilevazione sulle piccole e medie imprese e sull'esercizio di arti e professioni".¹ A partire dalle risposte fornite dalle micro imprese italiane per gli anni 2008 e 2014, sono stati individuati dei profili digitali, rappresentati da cinque *cluster*

* Istat.

¹ Per un approfondimento sulle serie storiche 2008-2013 si veda Fub-Istat (2015).

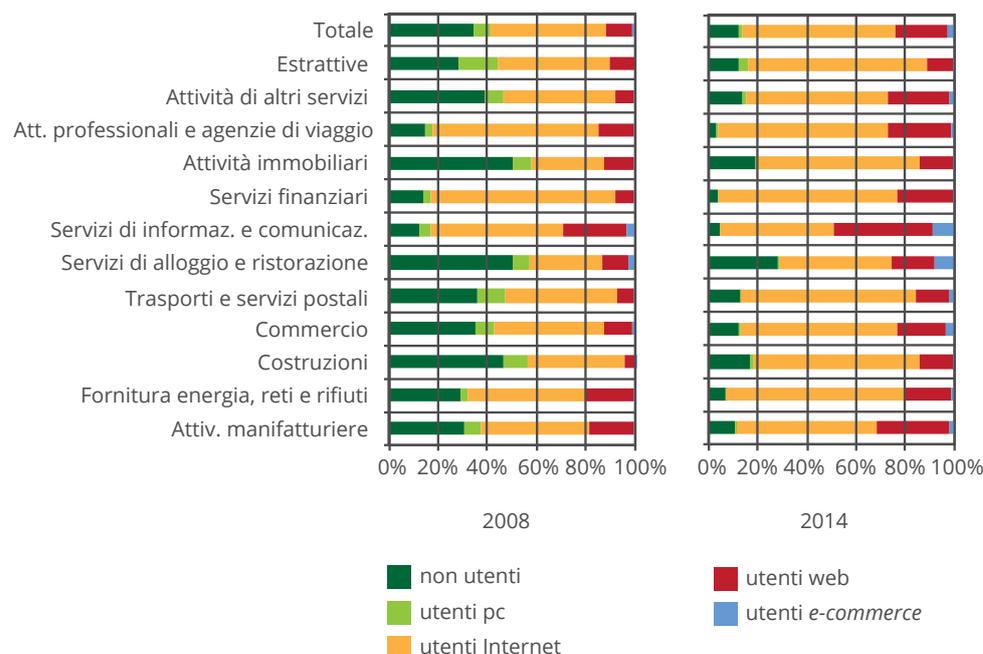
che raggruppano le imprese in funzione della maturità di utilizzo dell'Ict:

- imprese che non utilizzano strumenti informativi (denominate *non utenti*)
- imprese che utilizzano pc senza connessione a Internet (*utenti pc*)
- imprese connesse ma non presenti nella rete (*utenti Internet*)
- imprese con un sito web ma non attive nell'e-commerce (*utenti web*)
- imprese che dichiarano di avere un sito web e di effettuare anche vendite *on line* (*utenti e-commerce*).

Dall'analisi dei profili digitali individuati emerge, in tutti i settori economici, un miglioramento nell'utilizzo di tecnologie informatiche da parte delle micro imprese tra il 2008 e il 2014, rappresentato dallo spostamento delle imprese dal cluster dei *non utenti* (il cui peso è sceso dal 34 al 13 per cento) a quelli degli *utenti Internet* (da 47 a 63 per cento) e degli *utenti web* (da 11 a 21 per cento); risulta più contenuto l'aumento della quota di imprese appartenenti al profilo digitale più elevato degli *utenti e-commerce* (da 0,1 a 2,3 per cento) (grafico 1).

Grafico 1 - Composizione dei cluster di utilizzo di Ict delle imprese con 1-9 addetti nelle attività economiche

Percentuali, anni 2008 e 2014



Fonte: Istat

L'analisi di alcuni indicatori economici legati al commercio con l'estero evidenzia una performance migliore delle imprese appartenenti ai cluster più informatizzati.

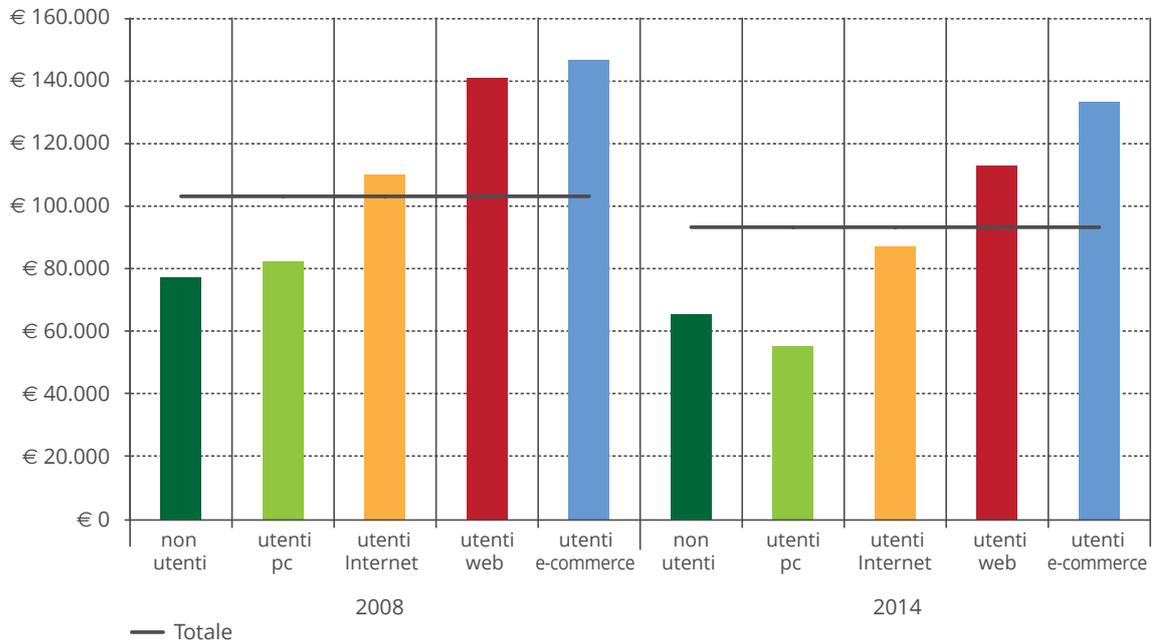
Il grado di utilizzo della rete è positivamente correlato al fatturato per addetto (grafico 2): in particolare, il sito web e il commercio elettronico sembrano premiare le imprese in termini di fatturato.

Anche il valore delle esportazioni per addetto aumenta al crescere della maturità di uso dell'Ict (grafico 3) e, già nell'anno 2008, si attesta sopra la media per le imprese che dichiarano di avere un sito web, mentre l'attività di commercio *on line* sembra svolgere un ruolo positivo soltanto nel 2014. Analoghe considerazioni valgono per il grado medio di apertura verso i mercati esteri, misurato dal rapporto tra esportazioni e fatturato totale (grafico 4).



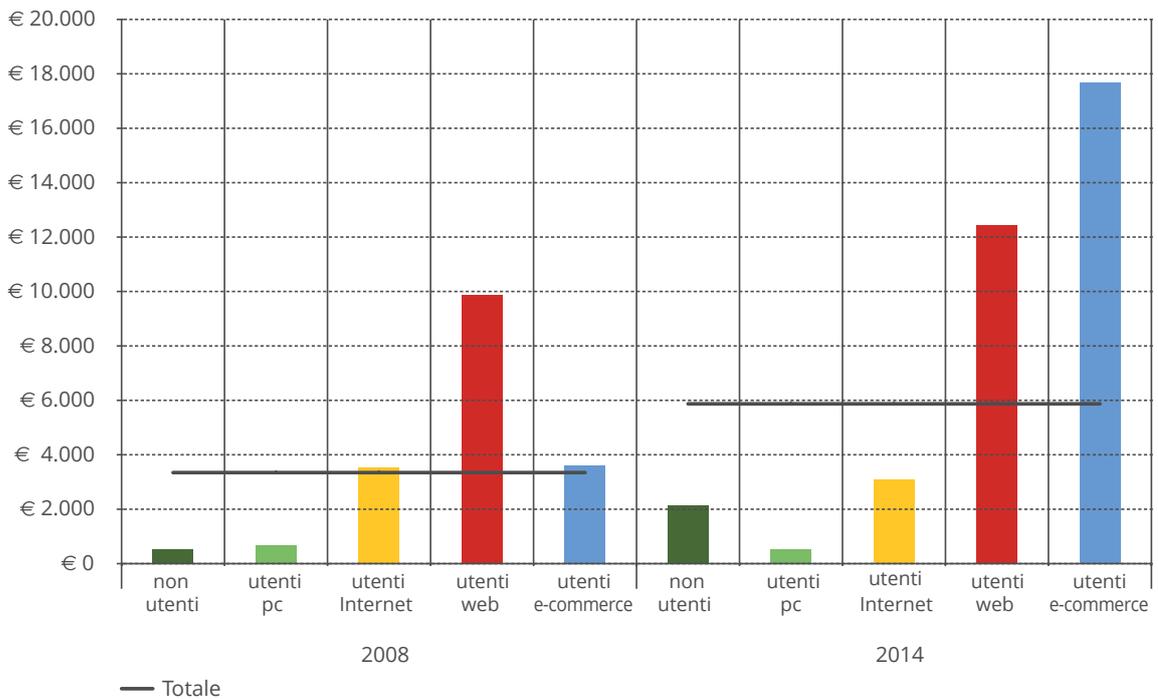
APPROFONDIMENTI

Grafico 2 - Fatturato per addetto delle imprese 1-9 addetti per grado di utilizzo di Ict
Anni 2008 e 2014



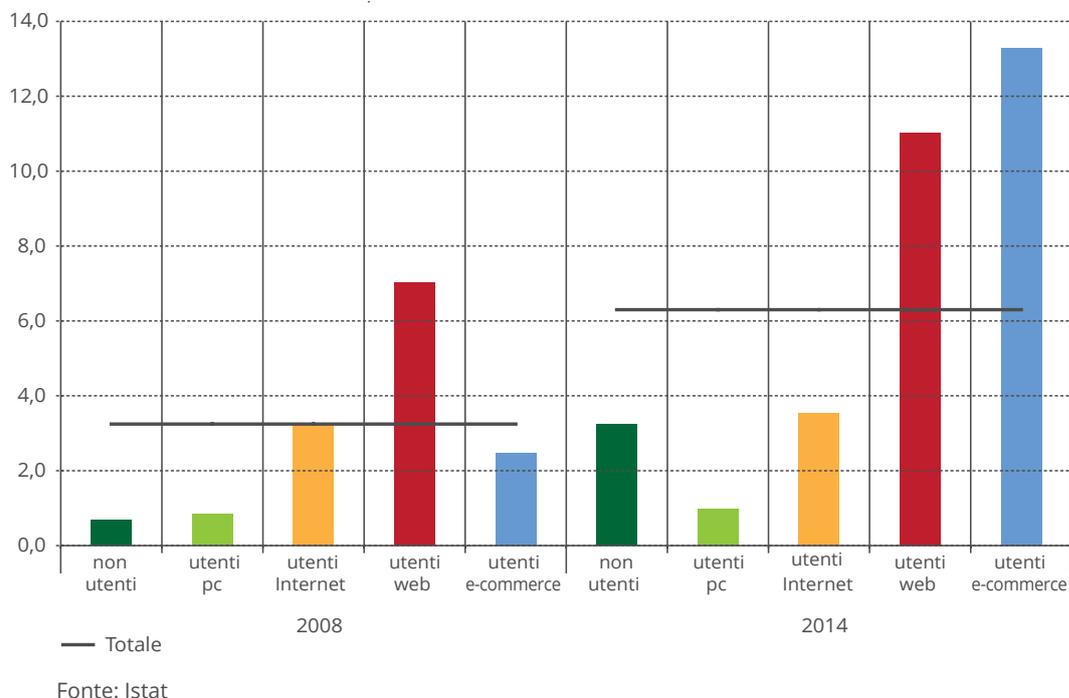
Fonte: Istat

Grafico 3 - Valore delle esportazioni per addetto delle imprese 1-9 addetti per gradi di utilizzo di Ict
Anni 2008 e 2014



Fonte: Istat

Grafico 4 - Grado medio di apertura nelle imprese 1-9 addetti per grado di utilizzo di Ict
 Percentuale del valore delle esportazioni sul fatturato totale, anni 2008 e 2014



Il modello di regressione logistica e le variabili considerate

Per approfondire l'analisi e cercare di spiegare le determinanti della scelta di esportare, tenendo conto non soltanto dell'uso dell'Ict, ma anche di altre caratteristiche rilevanti, è stato utilizzato un modello di regressione logistica applicato alle circa 10 mila micro imprese (1-9 addetti) rispondenti all'indagine dell'anno 2014. L'analisi si concentra solo su imprese appartenenti al settore manifatturiero, suddivise nei cinque profili digitali già descritti. I dati dell'indagine sono stati integrati con altre informazioni tratte da fonti ufficiali sulle caratteristiche dell'imprenditore (età e istruzione) e dell'impresa (età, appartenenza a gruppi e a distretti, carattere artigiano), derivanti dall'Archivio statistico delle imprese attive (Asia), distinguendo tra imprese esportatrici e non sulla base delle statistiche sul commercio con l'estero (Coe). Inoltre sono state considerate alcune variabili economiche elaborate nell'indagine, quali la produttività del lavoro (calcolata come logaritmo del valore dei ricavi per addetto), la quota delle acquisizioni per immobilizzazioni in attrezzature per trattamento e trasmissione dati e in software sul totale delle acquisizioni in immobilizzazioni, la quota di *white collar* sul totale degli addetti. La variabile dipendente spiegata dal modello logistico è dicotomica (propensione a esportare o meno) e i risultati in termini di *odds ratio* sono riportati di seguito (tavola 1).²

³ Per la selezione delle variabili, al fine di garantire un adeguato livello di parsimonia nella stima del modello, è stata utilizzata l'opzione *forward*, che si è conclusa dopo l'immissione della decima variabile, non potendo trovarne ulteriori che aggiungessero informazione con un livello di significatività 0,05 necessario, di *default*, per l'ingresso nel modello.



Tavola 1 - Probabilità di esportare rispetto a quella di non esportare delle imprese 1-9 addetti del settore manifatturiero

Anno 2014 (stime dell'odds ratio e intervalli di confidenza di Wald)

Predittori	Odds ratio	Limiti di confidenza al 95%	
		<i>inf</i>	<i>sup</i>
Artigiana 0 vs 1	1,858	1,641	2,104
Presenza di <i>white collar</i> sul totale addetti	1,730	1,306	2,291
Produttività del lavoro (log ricavi per addetto)	1,388	1,317	1,463
Classe età imprenditore 1 vs 2	0,949	0,815	1,105
Classe età impresa 2 vs 3	0,907	0,761	1,081
Classe età impresa 3 vs 4	0,878	0,759	1,016
Classe età imprenditore 2 vs 3	0,86	0,751	0,986
Classe età impresa 1 vs 2	0,848	0,703	1,023
Laureati 0 vs 1	0,826	0,691	0,988
Classe età imprenditore 1 vs 3	0,816	0,703	0,948
Classe età impresa 2 vs 4	0,796	0,671	0,945
Classe età impresa 1 vs 3	0,769	0,648	0,913
Appartenenza al distretto 2011 0 vs 1	0,681	0,605	0,767
Classe età impresa 1 vs 4	0,675	0,569	0,801
Utenti web 0 vs 1	0,555	0,493	0,623
Utenti <i>e-commerce</i> 0 vs 1	0,482	0,370	0,627
Importatrice 0 vs 1	0,178	0,158	0,201

Osservazioni 9.867

Percentuale di concordi 82%

Nota: in corsivo le osservazioni i cui limiti di confidenza contengono il valore unitario, il quale non rende chiaro l'effetto del predittore

Principali risultati

I risultati delle stime indicano che la probabilità che l'impresa decida di esportare è minore nelle imprese che non importano, che non appartengono a distretti, che sono nate da poco tempo o sono guidate da imprenditori più giovani o non laureati. Invece la probabilità di essere esportatrici aumenta nelle imprese che non hanno un carattere artigiano, che hanno una maggiore produttività e che hanno una quota maggiore di colletti bianchi (dirigenti, quadri e impiegati) sul totale degli addetti. Inoltre i dati confermano che il sito web dell'impresa e la presenza *on line* dei propri prodotti rendono più probabile l'orientamento all'esportazione rispetto alle imprese che rimangono a livelli base di utilizzo dell'informatica.

Conclusioni

Nelle micro imprese del settore manifatturiero l'utilizzo di Ict nei processi di comunicazione e vendita *on line* si dimostra una leva strategica per l'internazionalizzazione. Tale opportunità risulta ancora più significativa per le imprese del *made in Italy* che, dovendo impiegare meno risorse sul fronte della promozione di un prodotto qualitativamente riconosciuto, possono sfruttare la leva digitale come canale di diffusione. Alcune evidenze di questo lavoro riconoscono all'esperienza di mercato (approssimata

dall'età dell'impresa e degli imprenditori) e alla formazione del capitale umano (misurata dal livello di istruzione dell'imprenditore e dalla presenza di *white collar*) un ruolo positivo per la propensione a esportare. Dai dati emerge, infatti, che una strategia Ict volta ad affermare la presenza dell'impresa sul web favorisce l'orientamento a esportare. Tuttavia, questa relazione positiva si manifesta più facilmente in realtà imprenditoriali già attive nel commercio estero (imprese importatrici) e con risorse e competenze adatte ad affrontare il confronto internazionale.

In conclusione, oltre all'installazione di reti a banda ultra-larga sul territorio, da tempo priorità dell'Agenda digitale italiana, si conferma l'importanza di interventi volti a diffondere la cultura digitale anche tra le micro imprese e a facilitare i loro investimenti in Ict.

Nota bibliografica

Balabanis G., Theodosiou M. e Katsikes E. S. (2004), *Guest Editorial: Export marketing: developments and a research agenda*, "International Marketing Review", Vol 21, No 45, pp 353-377.

De Matteis P., Pietrovito F. e Pozzolo A. F. (2016), *Determinanti delle esportazioni: eterogeneità d'impresa e contesti locali*, Banca d'Italia, "Questioni di economia e finanza (Occasional Papers)", N. 352.

Caroli M. (2016), *Gestione delle imprese internazionali 3/ed*, Milano, McGraw-Hill Education.

Corò G., Micelli S. e Toschi G. (2015), *Piccole imprese globali crescono. Nuovo manifatturiero, tecnologie di rete e e-commerce a sostegno del made in Italy*, in Ice (2015), "Rapporto ICE 2015 L'Italia nell'economia internazionale".

Eurostat (2013), *ESSnet on Linking of Microdata to Analyse ICT Impact (ESSLait)*.

Eurostat (2012), *ESSnet on Linking of Microdata on ICT usage (ESSLimit)*.

Filipescu D. A., Prashantham S. Rialp A. e Rialp J. (2013), *Technological Innovation and Exports: Unpacking their Reciprocal Causality*, "Journal of International Marketing", 21(1), pp. 23-38.

Fub-Istat (2015), *Internet@Italia 2014. L'uso di Internet da parte di cittadini e imprese*, Fondazione Ugo Bordoni e Istat, <https://www.istat.it/it/files/2015/12/Internet@Italia2014.pdf>

Hagsten E. & Kotnik P. (2017), *ICT as facilitator of internationalization in small- and medium-sized firms*, "Small Business Economics", February 2017, Volume 48, Issue 2, pp 431-446.

Istat (2016), *Cittadini, imprese e Ict, Statistiche Report*, <https://www.istat.it/it/files/2016/12/Cittadini-Imprese-e-nuove-tecnologie.pdf?title=Cittadini%2C+imprese+e+ICT+-+21%2Fdic%2F2016+-+Testo+integrale+e+nota+metodologica.pdf>

Micelli S. e Oliva S. (2017), *Nord Est 2017. Rapporto sulla società e l'economia*, Venezia, Marsilio.

Nurra A. e Salamone S. (2014), *Esportazioni e vendite on-line: un'analisi per settore e per impresa*, in Ice (2014), "Rapporto ICE 2014 L'Italia nell'economia internazionale".

Sakineh Sojoodi (2016), *The impact of ICT on the Firms'Export Behavior in Manufacturing Firms of Iran Using Tobit and Heckman Method*, *International Business Management*, 10 (6).

Pickernell D., Jones P., Thompson Piers, Packham G. (2016), *Determinants of SME exporting*, *Entrepreneurship and innovation*, Vol 17, No 1, 2016, pp 31-42.

Zucchella A. (2015), *Innovazione e internazionalizzazione: dalle imprese affermate alle nuove imprese internazionali*, in Ice (2015), "Rapporto ICE 2015 L'Italia nell'economia internazionale".



Digitalizzazione dei processi produttivi ed export: quale legame?

di Dejan Pejdic* e Gianluca Toschi**

Il tema della digitalizzazione rappresenta oggi uno degli argomenti principali nel dibattito scientifico e pubblico. Il piano Industria 4.0 presentato dal governo nell'autunno del 2016 segna chiaramente l'indirizzo della politica industriale italiana e obbliga le imprese a confrontarsi con le tecnologie digitali. La portata economica dell'intervento pubblico e l'incidenza dell'export sul Pil nazionale, impongono una riflessione specifica sulla relazione che lega l'adozione di tali tecnologie all'apertura ai mercati internazionali.

Sebbene il concetto di digitalizzazione possa essere soggetto a molteplici interpretazioni e riferirsi a svariate famiglie tecnologiche,¹ esiste una letteratura internazionale ormai consolidata che mostra una relazione positiva fra l'utilizzo delle tecnologie digitali e la propensione all'esportazione. Diversi studi indicano come l'Ict abbia un impatto positivo in termini di adozione di strategie volte all'esportazione.² L'uso di tali tecnologie permetterebbe, infatti, di ridurre i costi legati ai processi di internazionalizzazione e abbattere le barriere commerciali. Questo è vero soprattutto per le Pmi. Analisi empiriche mostrano come le piccole e medie imprese che adottano il digitale abbiano una probabilità maggiore di esportare, a parità di altre condizioni,³ nonché una crescita più sostenuta delle esportazioni.⁴ Come sottolineato anche nel rapporto dello scorso anno⁵ alcune indagini evidenziano che anche le piccole e medie imprese italiane non sono estranee al commercio estero digitale e che emerge una relazione chiara di mutuo rafforzamento tra digitalizzazione e internazionalizzazione.

Tuttavia, la quasi totalità degli studi si concentra sulla digitalizzazione delle funzioni *front-end*, ossia quelle vicine ai mercati di sbocco. Il legame tra le tecnologie che permettono la digitalizzazione di tali funzioni e le attività di export è riconducibile, ad esempio, alla possibilità di attivare canali di vendita addizionali, allo sviluppo di *network* commerciali mediante un rapporto più diretto con la clientela finale e con i fornitori, al rafforzamento dei servizi di vendita e di supporto, al miglioramento delle politiche di marketing ma anche alla capacità di identificare e valutare con maggior dettaglio le caratteristiche della domanda e dell'offerta dei concorrenti internazionali.⁶ In maniera coerente con tale visione le *proxy* utilizzate per determinare il livello di digitalizzazione delle imprese in molti dei lavori sin qui realizzati sono legate all'utilizzo/investimento nelle tecnologie che hanno un maggior impatto sulla digitalizzazione delle funzioni *front-end*: Ict, internet, *social media*, *e-commerce*, siti web, sistemi di configurazione dei prodotti, Edi e simili. Ben poca attenzione è stata posta sulle attività di digitalizzazione delle fasi

* Università Ca' Foscari.

** Fondazione Nord Est.

① Per una prima discussione in merito si veda, ad esempio, Oecd (2015), *Oecd Digital Economy Outlook 2015*, Oecd Publishing, Paris; Oecd (2016), *The Internet of things. Seizing the benefits and addressing the challenges*, Oecd Digital Economy Papers, No. 256, Oecd Publishing, Paris e Schwab K. (2017), *The fourth industrial revolution*, Penguin Uk.

② Bianchi C.C., Glavas C. e Mathews S.W. (2016), *SME international performance in Latin America: The role of entrepreneurial and technological capabilities*, Balas 2016 Annual Conference, Guayaquil, Ecuador, available at <https://eprints.qut.edu.au/91536/>.

③ Añón Higón D. e Driffield N. (2011), *Exporting and innovation performance: Analysis of the annual Small Business Survey in the UK*, "International Small Business Journal", 29(1), pp. 4-24.

④ Morgan-Thomas A. e Jones M. V. (2009), *Post-entry internationalization dynamics: differences between Smes in the development speed of their international sales*, "International Small Business Journal", 27(1), pp. 71-97.

⑤ Saladini M. (2016), *Economia digitale e commercio estero*, in "Rapporto Ice. L'Italia nell'economia internazionale".

⑥ Cassetta E., Meleo L. e Pini M. (2016), Il ruolo della digitalizzazione nel processo di internazionalizzazione delle imprese, "L'industria", (2), pp. 305-328.

precedenti della *supply chain*. L'utilizzo delle tecnologie digitali nei processi produttivi come fattore per l'integrazione dei diversi soggetti che compongono le catene del valore rappresenta oggi un tema centrale. Gli impatti più significativi dell'Industria 4.0 sono da aspettarsi in questa direzione e nella capacità di rispondere in maniera efficiente alla crescente richiesta di personalizzazione dei prodotti. Ragion per cui pare importante valutare la relazione tra la digitalizzazione dei processi produttivi e internazionalizzazione, anche al fine di completare le analisi che si sono focalizzate esclusivamente sulla fase distributiva e di marketing. Un primo tentativo in questo senso è presente nel lavoro di Cassetta *et al* (2016), dove gli autori adottano l'utilizzo del *cloud computing* come *proxy* della digitalizzazione dei processi produttivi. La relazione che emerge, però, non è significativa, portando alla conclusione che non vi sono relazioni tra le variabili. Va però sottolineato che l'utilizzo della tecnologia *cloud* come *proxy* della digitalizzazione produttiva presenta alcuni limiti. Alcuni processi di digitalizzazione della produzione, come *lot* e *Big data*, possono essere basati sul *cloud*, ma quest'ultimo non è né una condizione sufficiente né necessaria. Si tratta piuttosto di un'infrastruttura complementare ad altre tecnologie. In secondo luogo, l'impresa può avvalersi del *cloud computing* anche per l'utilizzo del sito web, *social media* e della piattaforma *e-commerce*, senza digitalizzare una parte della propria produzione.

Attraverso questo approfondimento, partendo dai risultati di due recenti lavori di Fondazione Nord Est e di Università Ca' Foscari e Cciaa Treviso (il primo a livello nazionale sui settori del *made in Italy* tradizionale e il secondo realizzato in Veneto sui comparti manifatturiero, edile e dei servizi) si cerca di allargare l'analisi sul legame tra internazionalizzazione e digitalizzazione dei processi produttivi. L'ipotesi è che esista una relazione diretta tra i due fenomeni. Il *digital manufacturing* permette, tra le altre cose, di ridurre il *time to market* e di aumentare il livello di personalizzazione dei prodotti mantenendo costi competitivi. In questo senso gli investimenti nella digitalizzazione dei processi produttivi rappresenterebbe il completamento agli sforzi che un gruppo sempre più consistente di imprese ha fatto verso la digitalizzazione delle funzioni *front end*.

Made in Italy "tradizionale" e tecnologie digitali

La ricerca condotta nel 2016 da Fondazione Nord Est per Banca IFIS ha coinvolto un campione di 787 imprese italiane rappresentativo del *made in Italy* "tradizionale" (sistema moda, sistema casa e settore orafa).⁷ Un comparto che comprende il 21,6 per cento delle imprese manifatturiere italiane e che genera il 16 per cento dell'export nazionale.

Le informazioni raccolte permettono di affermare che le tecnologie della manifattura digitale stanno penetrando anche nelle realtà di dimensioni minori del *made in Italy* tradizionale. Nei diversi settori le imprese utilizzano set di strumenti innovativi (combinando, quindi, le diverse tecnologie) coerenti con le sfide del proprio comparto al fine di promuovere la produttività e consolidare nuovi vantaggi competitivi. Tra le imprese del "sistema casa" il 22,3 per cento utilizza la robotica e/o sistemi di taglio laser, nell'orafa il 32,3 per cento sistemi di stampa 3D e/o taglio laser e nella moda il 15,1 per cento impiega il taglio laser. I dati sulla diffusione delle tecnologie abilitanti per l'*lot* - *Internet of things* (sensoristica e connettività distribuita) evidenziano come le potenzialità offerte non siano ancora state esplorate dalle imprese del *made in Italy*: la quota di quelle che hanno avviato una sperimentazione in questo ambito è inferiore al 7 per cento. Sul fronte dell'utilizzo del web (sito, *social media* e *e-commerce*) le imprese hanno avviato un percorso di digitalizzazione che, se confrontato con quanto sta avvenendo in altri

⁷ Il perimetro del *made in Italy* "tradizionale" si estende dal sistema moda (abbigliamento, calzature, calzetteria, filati e tessuti, finissaggio dei tessuti, maglieria, pelletteria, pelli e concia, pellicceria, tessile casa e per l'arredamento), al sistema casa (mobili per camera e soggiorno, mobili per ufficio, mobili imbottiti, mobili per cucina) passando per l'orafa (gioielleria e bigiotteria). Le imprese sono state intervistate in modalità Cati/Cawi nel periodo febbraio - aprile 2016 <http://madeinitaly.newcraftclub.it/>.



paesi europei, appare suscettibile di ampi miglioramenti. Rispetto alla media nazionale le imprese del *made in Italy* tradizionale dimostrano maggior vivacità soprattutto nel settore della moda. A questo va aggiunto che anche le aziende più piccole stanno sperimentando nuovi approcci al mercato digitale. Rispetto al dato generale va comunque ricordato che parte delle imprese intervistate rinuncia al sito e ai social media perché impegnata in attività B2b gestite prevalentemente a scala locale. Se ai dati raccolti grazie alla rilevazione si affiancano le informazioni ricavate dai bilanci delle imprese⁸ emerge che gli investimenti in tecnologia sembrano fornire ritorni economici interessanti. Tra le aziende coinvolte nell'indagine, nel periodo 2007-2014 le imprese sulla "frontiera tecnologica" (mix di strumenti digitali individuati per ogni comparto grazie a una serie di interviste dirette alle imprese) sono cresciute più della media del proprio settore e hanno una redditività media (Ebitda) più elevata.

Passando ad analizzare il rapporto tra digitalizzazione dei processi e internazionalizzazione il primo dato che emerge è che tra le imprese digitalizzate è più elevata la percentuale di esportatori (tavola 1).

Tavola 1 - Imprese esportatrici per livello di digitalizzazione

Quota sul totale

	Digitalizzate	Non digitalizzate
	Esportatori	Esportatori
Made in Italy tradizionale	72,5%	64,3%

Fonte: elaborazioni degli autori su dati Fondazione Nord Est

Per testare il rapporto tra digitalizzazione dei processi manifatturieri e indice di internazionalizzazione (misurato attraverso la propensione all'esportazione delle imprese intervistate) è stata utilizzata una regressione Logit che fa emergere l'esistenza di una relazione diretta tra digitalizzazione (e dimensione aziendale) e internazionalizzazione (tavola 2). L'ipotesi di partenza "le tecnologie digitali favoriscono i processi di internazionalizzazione" trova quindi conferma.

Tavola 2 - Export e digitalizzazione: output della regressione lineare

Variabile dipendente: presenza di attività di export

	Coefficiente	p-value	Probabilità	Odds
Intercetta	0,510	0,002	0,625	1,665
Digitalizzazione	0,478	0,015	0,617	1,613
Numero dipendenti	0,025	5,1e-06	0,506	1,025

Fonte: elaborazioni degli autori su dati Fondazione Nord Est

2. Fattori abilitanti e digitalizzazione in Veneto

La ricerca, condotta da Università Ca' Foscari Venezia e Cciaa Treviso nel 2016, ha indagato la diffusione di robotica collaborativa, industrial lot, prodotti *smart*, manifattura additiva, *big data*, *mixed reality*, virtualizzazione dei sistemi It (*cloud computing*, *SaaS*), prendendo in considerazione un campione rappresentativo di aziende manifatturiere, edili e dei servizi, per un totale di 891 imprese. La diffusione

⁸ Le elaborazioni su crescita e redditività sono state condotte in collaborazione con Prometeia.

delle tecnologie digitali nel tessuto produttivo veneto risulta essere eterogenea sia dal punto di vista settoriale che quello territoriale. Un'impresa su tre dichiara di utilizzare le tecnologie digitali, per quanto riguarda la manifattura e i grandi *player* edili. Il settore manifatturiero presenta al proprio interno una situazione variegata. I lavoratori di metalli e materie plastiche sono tra i principali fruitori delle tecnologie digitali, mentre al lato opposto troviamo il tessile e l'abbigliamento. Il terziario, invece, mostra una diffusione maggiore come è lecito aspettarsi: due imprese su tre sono digitalizzate. La diffusione territoriale segue la demografia d'impresa. Il maggior numero degli utilizzatori digitali si concentra nelle aree di Treviso, Padova e Vicenza, che sono quelle più densamente popolate.

Dalle analisi emerge un chiaro legame tra l'utilizzo delle tecnologie digitali e l'apertura ai mercati internazionali. Uno primo sguardo alla tavola 3 permette di vedere come la percentuale di imprese che utilizzano il digitale e che operano con l'estero sia superiore rispetto a imprese che non adottano le tecnologie. Fa eccezione il settore terziario, che tuttavia presenta valori molto bassi in entrambi i casi.

Tavola 3 - Imprese esportatrici per settore e livello di digitalizzazione

	Digitalizzate		Non digitalizzate	
	Esportatori	Importatori	Esportatori	Importatori
Costruzioni	30,4%	48,5%	8,7%	10,6%
Manifattura	73,7%	58,0%	58,3%	47,4%
Terziario	9,0%	5,8%	3,7%	8,3%

Fonte: elaborazioni degli autori su dati Università Ca' Foscari, Cciaa Treviso

Focalizzando l'analisi sulla manifattura e testando la relazione digitalizzazione e internazionalizzazione tramite un modello Logit, si ottiene l'output in tavola 4. Nella regressione sono stati inclusi anche variabili per verificare il ruolo della dimensione aziendale e della qualità del capitale umano interno.

Tavola 4 - Export e digitalizzazione: principali output del modello Logit

Variabile dipendente: presenza di attività di export e/o import

	Coefficiente	p-value	Probabilità	Odds
Intercetta	0,620	3.67e-06	0,650	1,860
% laureati	2,462	0,018	0,921	11,728
Numero dipendenti	0,003	0,097	0,501	1,003
Digitalizzazione	0,622	0,007	0,651	1,862

Fonte: elaborazioni degli autori su dati Università Ca' Foscari, Cciaa Treviso

Si nota immediatamente come il fattore più critico per l'internazionalizzazione risulti essere la presenza di capitale umano qualificato. Dalla parte opposta si ha la dimensione d'impresa, che mostra una significatività al limite dell'accettabile e un coefficiente stimato sensibilmente più basso rispetto agli altri.

Da queste prime evidenze emerge come l'utilizzo delle tecnologie digitali abbia impatti positivi sull'apertura ai mercati esteri. A parità di altri fattori il digitale raddoppia la probabilità che l'impresa abbia



attività di import o export. La regressione mostra, inoltre, come questo sia uno dei fattori maggiormente legati all'internazionalizzazione, tanto che il livello di significatività risulta maggiore rispetto alle altre variabili.

L'impatto principale dei tre fattori (internazionalizzazione, tecnologie digitali e capitale umano) è visibile soprattutto attraverso le performance produttive e finanziarie. La tavola 5 mostra come il valore aggiunto per addetto e Ebitda siano nettamente maggiori in imprese che possiedono tutte e tre le caratteristiche, rispetto a quelle che ne possiedono meno o nessuna.

Tavola 5 - Indicatori di performance

Dati in migliaia di euro

	Valore aggiunto per addetto	Ebitda
Imprese chiuse	53,8	812,3
Imprese internazionalizzate	63,7	1.693,4
Internazionalizzazione e digitale	68,5	3.394,6
Internazionalizzazione, digitale e capitale umano	77,0	6.504,1

Fonte: elaborazioni degli autori su dati Università Ca' Foscari, Cciaa Treviso

Implicazioni di *policy* e sfide future

I risultati dei due lavori appena esaminati evidenziano una relazione diretta tra digitalizzazione dei processi produttivi delle imprese e internazionalizzazione. Le conclusioni appaiono coerenti con quella parte della letteratura internazionale che individua una relazione positiva fra l'utilizzo delle tecnologie digitali a supporto dei processi *front end* (Ict, internet, *social media*, *e-commerce*, siti web, sistemi di configurazione dei prodotti, EDI e simili) e la propensione all'esportazione. La possibilità di attivare canali di vendita addizionali, forme più dirette di relazione con la clientela finale, di identificare e valutare con maggior dettaglio le caratteristiche della domanda su scala internazionale grazie, anche, alle tecnologie digitali richiedono un'organizzazione capace di rispondere in maniera coerente e quindi con velocità e flessibilità. Oggi le tecnologie digitali a supporto dei processi produttivi permettono, tra le altre cose, di ridurre il *time to market* e di aumentare il livello di personalizzazione dei prodotti mantenendo costi competitivi.

Le due ricerche evidenziano, pur con qualche differenza, che la digitalizzazione produce effetti positivi su diverse variabili economiche. Le migliori performance che contraddistinguono le imprese digitalizzate potrebbero attivare delle dinamiche imitative da parte di quelle che non lo sono, favorendo la diffusione del *digital manufacturing* e quindi la proiezione internazionale del sistema produttivo italiano. Interessante in questo senso è anche l'effetto traino che un'impresa digitalizzata può svolgere sulla propria catena degli approvvigionamenti. La necessità di condividere standard di comunicazione, per esempio, può favorire (o per meglio dire imporre) l'adozione di determinate tecnologie anche a imprese di piccole dimensioni. Si pensi a progetti di *co-design* che coinvolgono diversi fornitori o a sistemi di gestione del magazzino basati su standard *lot*. Questo effetto lo si riscontra sia su scala locale che, a maggior ragione, su quella internazionale nelle logiche di catene globali del valore. Per alcune tecnologie tali processi sembrerebbero già in atto. Su altri fronti, in particolare nell'ambito dell'*lot*, la diffusione appare, invece, ancora limitata. Alcune interviste condotte a imprenditori e manager sembrerebbero confermare l'idea che mentre le tecnologie più tradizionali come la stampa additiva, il *3D scan*, i sistemi

di taglio avanzato vengono vissute sostanzialmente come delle evoluzioni delle tecnologie già in uso, il che riduce notevolmente i costi legati alla loro adozione, il mondo *lot* rimane ancora distante dalla sensibilità di molte imprese. Una situazione che pare riconducibile a questioni di carattere tecnologico ma soprattutto al cambio di paradigma e quindi di modello di business che molte di queste soluzioni comportano (si pensi, ad esempio, alle forme più estreme di *servitization*). In un passaggio così delicato le imprese italiane si appoggiano più che in passato ma ancora troppo poco al mondo dell'Università e ai centri di ricerca. Per il successo delle misure previste dal piano Industria 4.0 appare, quindi, centrale il ruolo che riusciranno a giocare i *competence center*, strutture che nell'ambito del piano hanno lo scopo di promuovere e sostenere la ricerca applicata, il trasferimento tecnologico e la formazione sulle tecnologie avanzate. Appare importante sottolineare che tali centri non dovranno supportare le imprese solamente da un punto di vista tecnologico ma anche sviluppando servizi finalizzati a stimolare le imprese a rivedere i propri modelli di business e a supportarle nell'azione, in modo da poter cogliere al meglio le opportunità che le tecnologie digitali offrono. I *competence center* dovrebbero rappresentare uno degli elementi dell'ecosistema che è necessario creare per favorire l'adozione delle tecnologie digitali, agendo sui fattori abilitanti e andando oltre il mero aspetto tecnologico. Questo dovrebbe permettere lo sviluppo di molteplici traiettorie tecnologiche in grado di valorizzare le specializzazioni territoriali, plasmando gli strumenti digitali in base alle situazioni reali ed evitando di imporre un modello di Industria 4.0 unico per tutti. Allo stato attuale i *competence center* risultano ancora in uno stato embrionale, complice anche il continuo slittamento dei decreti attuativi che dovrebbero rendere disponibili i finanziamenti pubblici. Appare già più attivo il mondo dei *digital innovation hub*, che ha trovato in diverse associazioni di categoria una sponda ben più reattiva. Segnale, questo, dell'impellenza delle imprese di avere un interlocutore in grado di accompagnarle nel processo di trasformazione digitale. Alla luce di questo appare ancora più importante il ruolo assegnato ai *competence center*. Nonostante le difficoltà che questi centri stanno riscontrando nella fase di decollo, è lodevole il tentativo di specializzazione che alcuni di loro stanno perseguendo. Si possono citare in merito il caso delle nove università del Triveneto, il cui polo si specializzerà nelle tecnologie cosiddette "Smact" (acronimo che sta per "Social, Mobile, Analytics, Cloud e internet of Things"), e quello del Politecnico di Torino, che avrà come focus l'*automotive* e si concentrerà sullo sviluppo delle relative tecnologie, con un'attenzione particolare alla manifattura additiva. La logica della rete risulta essere un buon *driver* per l'operare di questi soggetti. La specializzazione che ciascun polo dovrebbe conseguire porterebbe ad un ampliamento delle capacità dell'intero tessuto economico, evitando inutili sovrapposizioni e creando competenze ed eccellenze in grado di competere su scala internazionale.



Le tecnologie produttive additive come fattore abilitante del rimpatrio delle produzioni: alcune prime considerazioni

di Luciano Fratocchi*

La cosiddetta “quarta rivoluzione industriale”, nota anche come “Industria 4.0”, si compone di una pluralità di tecnologie; tra queste hanno particolare rilevanza quelle definite di manifattura additiva (*additive manufacturing*). Tali tecnologie – basate sull’utilizzo delle cosiddette stampanti a tre dimensioni (3D) – consentono la realizzazione fisica di prodotti attraverso la deposizione di strati successivi di materiali (di natura plastica, metallica e, più recentemente, biologica) secondo uno schema progettato con il computer (digitalizzazione di processi produttivi). A tal proposito, va evidenziato che, nonostante tali tecnologie siano disponibili fin dagli anni ottanta, solo recentemente si è iniziato a utilizzarle per la produzione di serie e non solamente per la realizzazione di prototipi.

Da più parti si evidenzia che l’adozione di tali processi produttivi avrà effetti particolarmente significativi sulla gestione delle imprese, come nel caso del settore degli ausili per l’udito, in cui in circa diciotto mesi tutte le aziende statunitensi hanno adottato come unica tecnologia di produzione quella additiva.¹ Tra gli impatti che ci si aspetta derivino dall’adozione delle tecnologie di stampa 3D un’attenzione particolare va riservata alle scelte di (ri)localizzazione dei processi produttivi. Secondo taluni autori, infatti, la diffusione di questa tecnologia manifatturiera indurrà le imprese a ridefinire tali decisioni strategiche.² A oggi non sembra però esserci totale convergenza tra gli studiosi circa la direzione verso cui le tecnologie in esame spingeranno le eventuali rilocalizzazioni; più specificatamente non è chiaro se porteranno verso la delocalizzazione – alla ricerca di contesti economici a basso costo – o verso un rimpatrio delle produzioni nei paesi più industrializzati. Alcuni autori ritengono che la forte riduzione dei fabbisogni di fattore lavoro – dovuta, tra l’altro, alla sostanziale assenza di fasi di assemblaggio finale dei componenti, data la natura additiva del processo produttivo – genererà una sostanziale perdita di vantaggio competitivo da parte dei paesi a più basso costo del lavoro³. In quest’ottica si potrebbe quindi ritenere che le tecnologie di produzione additiva possano favorire l’adozione e la realizzazione di strategie di *reshoring* manifatturiero, inteso come decisione di rimpatrio (nel paese di origine della casa madre) di produzioni precedentemente delocalizzate in paesi esteri.⁴ In proposito, si rinviene però una significativa differenza di opinioni tra i diversi autori; per esempio Berman⁵ suggerisce che il rientro delle produzioni risulti verosimile solo per prodotti da realizzarsi in piccoli lotti; a questi, Mohr e

* Università degli studi dell’Aquila, Uni-CLUB MoRe reshoring.

① D’Aveni R. (2015), *The 3-D Printing Revolution*, “Harvard Business Review”, May.

② Si vedano, a tal proposito: Berman B. (2012), *3-D printing: The new industrial revolution*, “Business Horizons”, 55, pp. 155-162; D’Aveni R. (2013), *3-D printing will change the world*, “Harvard Business Review”, March; Gress D.R. e Kalafsky R.V. (2015), *Geography of production in 3D: Theoretical and research implications stemming from additive manufacturing*, “Geoforum”, 60, pp. 43-52; Laplume A., Petersen B. e Pearce J.M. (2016), *Global value chains from a 3D printing perspective*, “Journal of International Business Studies”, 47(5), pp. 595-609; Oettmeier K. e Hofmann E. (2016), *Impact of additive manufacturing technology adoption on supply chain management processes and components*, “Journal of Manufacturing Technology Management”, 27(7), pp. 944-968.

③ Si vedano, a tal proposito: Berman (2012), op. cit.; D’Aveni (2013), op. cit.; Kianian B., Tavassoli S. e Larsson T.C. (2015), *The role of additive manufacturing technology in job creation: an exploratory case study of suppliers of additive manufacturing in Sweden*, “Procedia CIRP”, 26, pp. 93-98.

④ Fratocchi L., Di Mauro C., Barbieri P., Nassimbeni G. e Zanoni, A. (2014), *When manufacturing moves back: Concepts and questions*, “Journal of Purchasing and Supply Management”, 20 (1), pp. 54-59.

⑤ Berman (2012), op. cit..

Khan⁶ aggiungono i beni caratterizzati da elevati livelli di customizzazione (intesa come adeguamento alle esigenze specifiche di determinati segmenti di clientela) e di innovazione. In tali frangenti, infatti, la vicinanza tra luoghi di produzione e commercializzazione assicura una riduzione dei tempi di sviluppo, produzione e lancio sul mercato (il cosiddetto *time to market*) – con conseguente riduzione del rischio di obsolescenza tecnologica – nonché una maggiore interazione con i clienti.

Al contrario, i prodotti da realizzare in grandi volumi dovrebbero continuare a essere realizzati in contesti geografici delocalizzati.⁷ Infine, D'Aveni⁸ ritiene che le imprese tenderanno ad avere un approccio "opportunistic", che porterà a decisioni localizzative in continua evoluzione, a seconda dei cambiamenti di variabili quali il costo dei fattori produttivi (in particolare, dell'energia e dei materiali, data la minore importanza della componente lavoro derivante dall'adozione delle tecnologie produttive additive), i tassi di cambio e i costi logistici. Ovviamente, tale soluzione appare maggiormente plausibile in contesti in cui la modalità di governo dell'attività di produzione sia quella dell'esternalizzazione, in quanto nel caso di internazionalizzazione potrebbero esservi significative barriere all'uscita che renderebbero particolarmente onerosa la ricollocazione delle attività manifatturiere.

Gli studiosi sono in disaccordo anche in merito all'orizzonte temporale entro cui l'adozione delle tecnologie manifatturiere porterà all'eventuale rimpatrio delle produzioni. Mentre Bernman⁹ prevede che il *reshoring* possa avvenire fin da subito, Kianian e coautori¹⁰ lo collocano in un prossimo futuro. Infine, Laplume e coautori¹¹ ipotizzano collocazioni temporali incrementali a seconda del settore manifatturiero.

Sulla base delle considerazioni finora svolte, appare utile verificare il ruolo che la stampa 3D può avere nella diffusione del fenomeno del *reshoring* manifatturiero, tema che sta sempre maggiormente interessando le riflessioni dei decisori politici.¹² A tal fine è utile dapprima verificare se esistono evidenze empiriche che dimostrino l'eventuale correlazione tra i due fenomeni (diffusione delle tecnologie produttive additive e *reshoring* manifatturiero). Come è noto, il fenomeno del rimpatrio delle produzioni è piuttosto recente (anche se sono stati riscontrati dei casi limitati fin dagli anni ottanta), per cui mancano dati pubblici certi. Nella letteratura accademica e in quella di origine consulenziale si rinvencono però riferimenti a banche dati che si caratterizzano generalmente per la loro concentrazione geografica (si pensi all'indagine biennale del Fraunhofer Institute per la Germania o alla banca dati dell'organizzazione Reshoring Initiative per gli Stati Uniti). L'unica fonte che assicura una copertura geografica ampia (almeno per quanto riguarda il contesto europeo e quello nord americano) è rappresentata dalla banca dati "Uni-CLUB MoRe reshoring" – sviluppata da ricercatori delle Università di Catania,

⁶ Mohr S. e Khan O. (2015), *3D printing and its disruptive impacts on supply chain of the future*, "Technology Innovation Management Review", November, 5(11), pp. 20-25.

⁷ Gress D.R. e Kalafsky R.V. (2015), *Geography of production in 3D: Theoretical and research implications stemming from additive manufacturing*, "Geoforum", 60, pp. 43-52.

⁸ D'Aveni (2015), op. cit..

⁹ Bernman (2012), op. cit..

¹⁰ Kianian et al. (2015), op. cit..

¹¹ Laplume A., Petersen B. e Pearce J.M. (2016), *Global value chains from a 3D printing perspective*, "Journal of International Business Studies", 47(5), pp. 595-609.

¹² Si vedano, in tal senso: De Backer K., Menon C., Desnoyers-James I. e Moussiégt L. (2016), *Reshoring: myth or reality?*, "OECD Science, Technology and Industry Policy Papers", 27 OECD Publishing, Paris, France; Guenther G. (2012), *Federal tax benefits for manufacturing: Current law, legislative proposals, and issues for the 112th Congress*, Federal Tax Benefits for Manufacturing: Current Law, Legislative Proposals, and Issues for the 112th Congress; Livesey F. (2012), *The Need for a New Understanding of Manufacturing and Industrial Policy in Leading Economies*, "Innovations: Technology, Governance, Globalization", Vol. 7, No. 3, pp. 193-202.; European Parliament Resolution (2014), *Reindustrializing Europe to promote competitiveness and sustainability*, "Committee on Industry", Strasbourg.



L'Aquila, Udine, Bologna e Modena e Reggio Emilia.¹³ Secondo tale fonte – che contiene informazioni su oltre 700 decisioni di *reshoring* manifatturiero – esistono circa 30 variabili dichiarate dalle imprese come motivazione della propria scelta di rilocalizzazione. Conseguentemente, è possibile verificare se i benefici attesi dall'adozione delle stampanti 3D possano essere ricollegati a tali motivazioni. In proposito, è utile soffermare l'attenzione sulle dieci evidenze rinvenute con maggiore frequenza; queste ultime risultano riconducibili alle seguenti categorie:

- a) costi: tra questi appaiono in primo luogo quelli logistici (in assoluto la motivazione più ricorrente) e del lavoro (quarta variabile per importanza), intendendosi con tale termine la significativa riduzione del divario tra i salari dei paesi occidentali e quelli dei paesi tradizionale meta di scelte delocalizzative, laddove non si consideri il mero costo orario della retribuzione ma il costo della componente lavoro per singola unità prodotta. Altrettanto citato (quinta motivazione nella graduatoria a livello mondiale) è il cosiddetto *total cost of ownership*,¹⁴ ovvero il costo globale di un bene definito prendendo in considerazione non soltanto gli oneri diretti - quali i materiali di produzione o le spese di trasporto - ma anche quelli indiretti (spesso "nascosti") - quali la "non qualità" delle produzioni delocalizzate (Ellram, 1995). Da ultimo (decima motivazione per importanza), si segnalano i costi di coordinamento delle attività manifatturiere, spesso trasferite in paesi (ad esempio la Cina) particolarmente distanti da quello di origine dell'azienda;
- b) valore percepito dal cliente: a questa categoria è riconducibile il cosiddetto "effetto *made in*" (seconda motivazione in graduatoria), inteso come il maggior valore che un cliente è disposto a riconoscere a un determinato prodotto quando lo stesso viene realizzato in uno specifico paese (ad esempio, un profumo francese, una macchina tedesca o una fotocamera giapponese). A questa stessa categoria è riconducibile anche la scarsa qualità delle produzioni realizzate nel paese di delocalizzazione (terza motivazione in valore assoluto), spesso dovuta alla mancanza di una vera e propria cultura industriale nel paese estero. Sempre con riferimento al valore percepito dal cliente, si riscontrano le motivazioni "livello di servizio reso al cliente" (sesta motivazione maggiormente citata) e "necessità di ridurre i tempi di approvvigionamento" (settima causa di *reshoring*). Quest'ultimo è ormai divenuto un imperativo per la competitività delle imprese in settori quali la moda, dove si è andato sempre più diffondendo il modello di business del *fast fashion* (ad esempio, Zara);
- c) innovazione: in questa categoria assume particolare rilevanza la volontà delle imprese di co-localizzare le attività di R&S, ingegnerizzazione e produzione al fine di accorciare il *time to market* e favorire i processi di innovazione
- d) incentivi governativi.

Le motivazioni precedentemente descritte vanno quindi poste a confronto con i benefici derivanti dall'adozione di tecnologie di produzione additiva, che possono a loro volta essere classificate nelle seguenti quattro categorie:

- i) costi, in particolare quelli derivanti dalla riduzione – se non totale eliminazione – delle fasi di assemblaggio. A questi si aggiungono quelli derivanti dalla riduzione degli scarti (in quanto il materiale di produzione è generalmente riutilizzabile e il margine di errore molto limitato, trattandosi di processi produttivi digitalizzati e, quindi, replicabili senza variazioni) e degli sfridi (specialmente rispetto alle

¹³ Si vedano, a tal proposito: Fratocchi et al. (2014); Fratocchi L., Ancarani A., Barbieri P., Di Mauro C., Nassimbeni G., Sartor M., Vignoli M. e Zanoni A. (2015), *Manufacturing back-reshoring as a nonlinear internationalization process*, in "The future of global organizing, Progress in international business research (PIBR)", a cura di van Tulder R., Verbeke A., Drogendijk R. e Emerald, pp. 367-405; Fratocchi L., Ancarani A., Barbieri P., Di Mauro C., Nassimbeni G., Sartor M., Vignoli M., e Zanoni A. (2016), *Motivations of manufacturing reshoring: an interpretative framework*, "International Journal of Physical Distribution & Logistics Management", 46 (2), pp. 98-127.

¹⁴ Ellram L. M. (1995), *Total cost of ownership: an analysis approach for purchasing*, "International Journal of Physical Distribution & Logistics Management", Vol. 25, No. 8, pp. 4-23.

tecnologie cosiddette “per asportazione di truciolo”). Inoltre la tecnologia in esame rende possibili – a costi assolutamente non proibitivi – produzioni anche di piccolissimi lotti e finanche di “pezzi unici”;

- ii) aumento del valore percepito dal cliente, grazie alla sempre più spinta personalizzazione del prodotto offerto e alla possibilità – almeno in taluni casi – di consentire all’acquirente di “stampare” il prodotto direttamente con la propria attrezzatura, dopo aver acquistato il file contenente i comandi per la stampante. Infine, è da evidenziare la significativa riduzione dei tempi di attesa (cosiddetto *printing on demand*) che, tra l’altro, è destinata a rivoluzionare molta parte del business dei ricambi, con significative conseguenze in termini di riduzione delle giacenze in magazzino a parità di livello di servizio offerto al cliente finale;
- iii) impatto sulle attività di design del prodotto: le stampanti 3D uniscono una straordinaria libertà di azione concessa al progettista – che spesso può realizzare forme complesse non agevolmente producibili con le tecnologie tradizionali – con un’immensa facilità di apportare modifiche al prodotto, trattandosi solamente di intervenire sul file;
- iv) impatti in termini di eco-sostenibilità: oltre alla già richiamata riduzione degli scarti e degli sfridi, si segnala la maggiore leggerezza dei prodotti che – nel caso di automobili ed aeroplani – comporta una riduzione dei consumi di carburante e, quindi, di CO2 emessa in atmosfera.

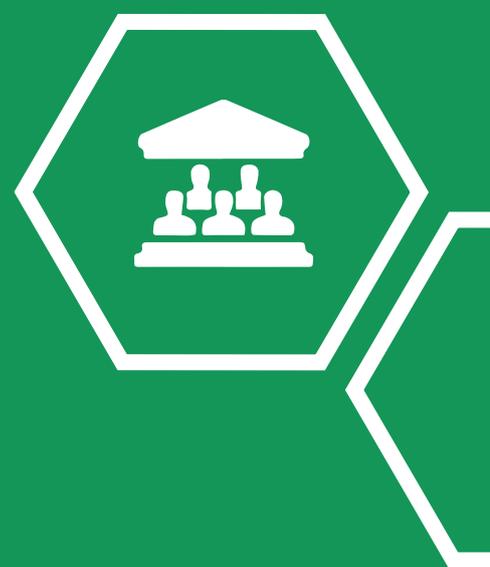
Confrontando le principali motivazioni che spingono le aziende a operare scelte di rimpatrio delle produzioni con i benefici derivanti dall’adozione di tecnologie produttive additive, si evidenzia un significativo livello di sovrapposizione, che induce a ritenere che tali tecnologie possano costituire uno dei fattori abilitanti il fenomeno del *reshoring*. Una nota a parte merita poi l’aspetto relativo alla sostenibilità ambientale e sociale – tra i principali vantaggi delle tecnologie in parola. Se è vero che – secondo le evidenze contenute nella banca dati – tale motivazione è stata espressamente dichiarata solo negli ultimi due/tre anni, va sottolineato che la stessa si rinviene con frequenza sempre crescente e – secondo taluni autori – è destinata ad assumere un’importanza particolarmente significativa.¹⁵

In conclusione, appare plausibile che le tecnologie produttive additive – così come altre tecnologie riferibili al fenomeno della quarta rivoluzione industriale – possano favorire l’ulteriore diffusione del fenomeno del rimpatrio delle produzioni. In proposito, è stato evidenziato che questo effetto abilitante vale anche per le micro e piccole imprese che, adottando tali modalità produttive non solo trasferiscono nel paese di origine attività manifatturiere precedentemente delocalizzate, ma tendono anche a internalizzarle nei propri confini aziendali rispetto alla precedente decisione di esternalizzazione.¹⁶

¹⁵ Ashby A. (2016), *From global to local: reshoring for sustainability*, “Operations management research”, 9(3), pp. 75-88.

¹⁶ Fratocchi L. (2017 in stampa), *Is 3D printing an enabling technology for manufacturing reshoring?*, in “Reshoring of manufacturing: Drivers, opportunities, and challenges”, a cura di Vecchi A., Springer, ISBN 978-3-319-58882-7.

**IL SOSTEGNO PUBBLICO
ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DELLE IMPRESE**





IL SOSTEGNO PUBBLICO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

Quadro d'insieme*

Il presente capitolo è organizzato come segue. Nel quadro d'insieme si presentano i principali risultati in termini operativi e l'evoluzione delle politiche messe in atto dal Ministero dello Sviluppo economico (Mse) e si fa una sintesi dei contenuti del capitolo, evidenziando il contributo del Mse e degli altri attori alle politiche governative. Si passa poi a un esame più approfondito dell'evoluzione in due aree, ovvero i servizi reali e finanziari di sostegno agli scambi internazionali e agli investimenti diretti esteri in uscita da un lato e i servizi reali per l'attrazione degli investimenti diretti esteri in entrata dall'altro. Infine si illustrano alcune attività recenti in materia di monitoraggio e valutazione. Arricchiscono il testo alcuni approfondimenti e riquadri scritti da esperti e addetti ai lavori.

Principali risultati del 2016

Il sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione nel 2016 ha assistito direttamente oltre 87.000 soggetti italiani, perlopiù imprese produttrici di beni o servizi ma anche associazioni, organizzazioni territoriali e imprese di consulenza di diverso genere, che hanno redistribuito a un'utenza ancora più ampia l'assistenza ricevuta. Molti enti e amministrazioni centrali e locali hanno erogato i servizi, come documentato da questo Rapporto, alla stesura del quale hanno attivamente contribuito.

Nel 2016 si è registrato un ulteriore aumento dei fondi spesi per i servizi promozionali, concentrato soprattutto sul Mse e sull'Ice-Agenzia (Ice); le erogazioni complessive sono infatti passate rispettivamente da 6 a 26 milioni di euro e da 110 a 134 milioni.¹ Un passo indietro hanno segnato sia il valore delle attività promozionali delle Regioni e Province autonome (Regioni), arretrato da 106 a 81 milioni di euro, sia quello relativo alle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura (Cciaa), passato da 40 a 32 milioni. Nel caso del Mse è aumentato lievemente il contributo degli utenti ai costi, passato da 5 a 6 milioni di euro, che per l'Ice è invece sceso da 14 a 13 milioni. Il numero di utenti è sceso di oltre 17.000 unità rispetto al 2015; le variazioni principali in aumento hanno interessato Mse, Ice e Simest, mentre le Cciaa hanno visto diminuire significativamente le imprese servite e Sace e Cdp si sono mantenute sostanzialmente stazionarie. Nel complesso i dati testimoniano del forte impulso del Governo alle attività di Mse e Ice e della pausa di riflessione delle attività a livello territoriale, specialmente per quanto riguarda le Cciaa, a causa del processo di riforma in corso (vedi sottoparagrafo successivo e paragrafo 7.1.5 infra).

Sul versante dei servizi finanziari, nel 2016 la Sace ha visto diminuire di 254 unità le imprese clienti, passate a quota 23.190, e aumentare i premi lordi, saliti a 601 milioni di euro, nel contesto di un fortissimo aumento degli impegni assicurativi, da 9,8 a 13,2 miliardi, ben oltre il precedente massimo risalente al 2014. Cassa depositi e prestiti (Cdp) ha distribuito su un numero inferiore di imprese clienti gli investimenti a sostegno di operazioni con controparti estere, pressoché quadruplicando, fino a quota 4,9 miliardi di euro, i capitali propri mobilitati; a tale aumento ha fatto riscontro una progressione fino a oltre 7,8 miliardi del valore delle operazioni assistite. È dunque cresciuto in maniera molto decisa il valore medio per operazione, mentre Cdp ha assunto un ruolo di maggiore rilievo nei nuovi investimenti, in termini di quota di capitale detenuta. Guardando al risultato di Simest si nota

* Redatto da Mariaconcetta Giorgi, Fabio Giorgio e Andrea Scano, Ministero dello Sviluppo economico (sottoparagrafo Politiche governative) e Marco Saladini, Ice (sottoparagrafi Principali risultati del 2016 e Contributo dei singoli attori). Per l'intero capitolo, supervisione di Fabrizio Onida (Università Bocconi) e coordinamento editoriale di Marco Saladini (Ice), assistito da Raffaele Di Pietro (Ice).

¹ Rispetto all'edizione precedente di questo Rapporto i dati di spesa del Mse sono stati rivisti per eliminare potenziali duplicazioni.



che a un aumento importante del numero di imprese clienti, cresciute di 110 unità a quota 379, si è accompagnata una crescita meno decisa ma comunque considerevole sia dei capitali propri impegnati, fino a 536 milioni di euro, sia del valore delle operazioni assistite, pari a oltre 6 miliardi. Nel complesso si nota un'accelerazione della crescita del polo finanziario a proprietà pubblica, guidato da Cdp, su tutti i versanti della sua attività, sia dal lato degli investimenti sia dal lato delle assicurazioni, dove un'espansione del portafoglio assicurato si traduce in impegni per cliente di portata maggiore che in passato, riflesso del perdurante slancio delle esportazioni italiane e della necessità di una diversificazione dei relativi mercati di sbocco.

Tavola 7.1 - Sostegno pubblico all'internazionalizzazione, quadro d'insieme dei servizi promozionali e finanziari

Valori in milioni di euro

	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
	Servizi promozionali								
	Utenti			Fondi spesi ⁽¹⁾			Di cui: contributo utenti		
Ministero dello Sviluppo economico ⁽²⁾	158	130	1.912	10	6	26	8	5	6
Regioni ⁽³⁾	-	-	-	80	106	81	-	-	-
Ice ⁽⁴⁾	22.535	37.889	38.948	65	110	134	13	14	13
Camere di commercio ⁽⁵⁾	58.355	43.033	22.627	69	40	32	-	-	-
	Servizi finanziari								
	Imprese clienti			Nuovi impegni assicurativi			Premi lordi		
Sace	23.547	23.414	23.190	10.937	9.750	13.174	390	560	601
	Imprese clienti			Capitali propri impegnati			Valore operazioni assistite ⁽⁶⁾		
Cassa depositi e prestiti ⁽⁷⁾⁽⁸⁾	25	27	21	1.101	1.389	4.949	2.536	3.075	7.752
Simest	344	269	379	497	514	536	2.530	5.282	6.024

⁽¹⁾ Per Ice e Mse incluso il contributo degli utenti ai costi, per Cciaa inclusi contributi e incentivi erogati alle imprese per conto di terzi.

⁽²⁾ Programmi di sostegno gestiti direttamente a favore di associazioni, camere di commercio italiane all'estero, consorzi, enti e istituti e voucher previsti dal Decreto legge 133 del 2014.

⁽³⁾ Fondi spesi equivalenti alla somma di fondi del bilancio regionale, fondi europei e, laddove previsti, contributi privati.

⁽⁴⁾ Fondi e utenti per promozione e formazione. Inclusi utenti esteri.

⁽⁵⁾ Imprese partecipanti ad attività promozionali e partecipanti ad attività formative. Una parte dei fondi spesi dalle Cciaa deriva dai bilanci regionali. Fondi spesi 2015 riferiti a 96 Cciaa su 104. Utenti 2016 riferiti a 70 Cciaa su 98. Fondi spesi 2016 riferiti a 84 Cciaa su 98.

⁽⁶⁾ Il valore delle operazioni assistite fa riferimento al valore complessivo finanziato per Cdp, impegnato per Simest.

⁽⁷⁾ Numero di operazioni finanziate. Le imprese clienti possono aver stipulato più di un contratto.

⁽⁸⁾ Tutte le operazioni effettuate da Cdp si sono svolte in sinergia con Sace. Pertanto, pur avendo messo a disposizione risorse e strumenti differenti, il valore delle operazioni assistite e il numero di clienti serviti da Cdp sono compresi nel computo delle operazioni e dei clienti di Sace.

Fonte: Ministero dello Sviluppo economico, Regioni, Ice, Unioncamere, Cassa depositi e prestiti, Sace, Simest

Politiche governative

Il 2016 ha visto la riconferma del massiccio impegno pubblico nella realizzazione di un vasto programma di iniziative promozionali di sostegno all'internazionalizzazione, previste nel quadro del Piano straordinario per la promozione del made in Italy e l'attrazione degli investimenti (Pspmi), che si aggiunge ai programmi già previsti in via ordinaria. Infatti, successivamente allo stanziamento di 140 milioni di euro del 2015, la seconda annualità del Pspmi ha beneficiato di uno stanziamento di 100 milioni di euro. Si tratta di uno sforzo finanziario considerevole, in particolar modo in un contesto caratterizzato da vincoli stringenti per la spesa pubblica, che rappresenta un riconoscimento della rilevanza delle esportazioni all'interno della nostra economia, in termini sia di prodotto interno lordo (Pil) sia di occupazione.

Il Piano è stato varato allo scopo di rafforzare il posizionamento del sistema economico sui mercati internazionali e sostenere la ripresa in una fase in cui i segnali di dinamismo delle esportazioni confermano l'internazionalizzazione come una leva importante per consolidare la crescita del paese. Il Pspmi ha l'obiettivo di ampliare il numero delle imprese, in particolare piccole e medie, che operano nel mercato globale, espandere le quote italiane del commercio internazionale, valorizzare l'immagine del made in Italy nel mondo e sostenere le iniziative di attrazione degli investimenti esteri in Italia.²

Il Ministero dello sviluppo economico (Mse), d'intesa con il Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci) e con il Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali (Mpaaf), ha pertanto messo a punto una serie articolata di iniziative, attuate principalmente dall'Ice, divise equamente tra Italia ed estero. Relativamente alle azioni realizzate in Italia, il successo dell'Expo di Milano nel 2015 ha senz'altro rappresentato il volano ideale per avviare un programma di sostegno, tutela e rilancio delle più importanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale.

Nell'ambito delle iniziative straordinarie di formazione e informazione finanziate dal Piano, è proseguito con successo il progetto Roadshow per l'internazionalizzazione, avviato nel 2014.³ Gli incontri sono promossi e sostenuti dal Mse e organizzati dall'Ice, in collaborazione con numerosi partner pubblici e privati, tra i quali l'Unione italiana delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura (Unioncamere) e le Camere (Cciaa) a essa associate.

Il tema del rafforzamento organizzativo delle piccole e medie imprese (Pmi), spesso poco strutturate per le sfide nei mercati internazionali, non solo a causa delle ridotte dimensioni, ma soprattutto per la mancanza di competenze professionali specifiche, è stato affrontato anche nel corso del 2016, mediante l'erogazione dei voucher per l'internazionalizzazione. Le imprese beneficiarie possono utilizzare i voucher per acquistare a costi ridotti un servizio di temporary export management (Tem), erogato da professionisti capaci di studiare, progettare e gestire i processi e i programmi sui mercati esteri. Il programma, fortemente innovativo, ha avuto un largo seguito. Da un'indagine condotta da Demetra, commissionata da Ice-Agenzia, risulta che le aziende beneficiarie si sono dichiarate nel complesso soddisfatte della misura, individuando fra i principali effetti ottenuti l'individuazione di

² Per dettagli sulle linee di attività del Pspmi e sui suoi risultati si vedano i riquadri *Il piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti: i primi risultati*, nella presente edizione del Rapporto, e *Il piano straordinario per la promozione del made in Italy e per l'attrazione degli investimenti dall'estero*, nell'edizione 2014-2015.

³ Si vedano anche il paragrafo 7.1.3 e il riquadro 2017, *il Roadshow diventa smart*, infra nonché le precedenti edizioni di questo Rapporto.



nuovi clienti e distributori esteri (64 per cento delle aziende) e l'aver ampliato il proprio grado di internazionalizzazione (53 per cento delle aziende). L'erogazione dei voucher curata direttamente dal Mse, ha evidentemente rappresentato un buon canale di contatto con le imprese beneficiarie che per il 77 per cento dichiarano di avere avuto con l'occasione il primo rapporto istituzionale con il Ministero. Per dare continuità al successo che tale strumento ha ottenuto presso le aziende, si prevede una nuova erogazione nei prossimi mesi.

Il sostegno all'impiego di strategie di penetrazione commerciale innovative, tratto distintivo del Psp-miai, si ritrova nei programmi di promozione dell'e-commerce e degli accordi con le reti della grande distribuzione organizzata (Gdo). Questi ultimi sono volti a superare l'assenza dagli scaffali di prodotti italiani di qualità, soprattutto di imprese di medie e piccole dimensioni, che aveva frenato nei decenni scorsi la crescita delle esportazioni.⁴

Anche nel 2016 si sono realizzate iniziative ideate e programmate in collaborazione tra Mse e altri Ministeri, secondo un'ottica di sistema che da sempre rappresenta uno degli obiettivi principali delle politiche governative di sostegno all'internazionalizzazione. In questo quadro, Mse e Mpaaf hanno proseguito le strategie condivise di sostegno all'export agroalimentare, quanto mai necessario per un settore polverizzato come l'agro-industria e dominato da Pmi che strutturalmente incontrano maggiori difficoltà a proiettarsi in modo adeguato sui mercati esteri. Si fa riferimento, appunto, alla creazione di un marchio nazionale, denominato The extraordinary Italian taste, quale segno distintivo unico. La valorizzazione dell'immagine di esclusività dei prodotti del sistema agroalimentare italiano e l'educazione del mercato alla qualità delle eccellenze di filiera del prodotto made in Italy sono passate anche attraverso campagne di comunicazione per contrastare il fenomeno dell'Italian sounding, ovvero dei prodotti che imitano le caratteristiche di quelli italiani ma provengono da altri paesi. Tali campagne sono state avviate in particolare sui mercati nordamericani per aumentare la conoscenza diretta dei prodotti originali e delle loro caratteristiche distintive da parte dei consumatori.

Oltre al potenziamento delle risorse disponibili e all'incremento degli strumenti promozionali, il sistema di supporto pubblico all'internazionalizzazione ha previsto l'individuazione di mercati prioritari sui quali concentrarsi.

In questa strategia resta centrale il ruolo delle missioni imprenditoriali a guida istituzionale, focalizzate su paesi particolarmente promettenti in considerazione non solo dei tassi di crescita sperimentati negli ultimi anni ma anche della complementarità con alcuni specifici settori del sistema produttivo italiano e del livello complessivo delle relazioni bilaterali. Si è anche guardato a paesi che, grazie al mutamento degli scenari geopolitici internazionali, si sono riaffacciati sui mercati globali dopo essere stati difficilmente accessibili per anni. Il susseguirsi delle missioni è anche il risultato della precisa volontà di renderle meno episodiche e dare continuità all'azione promozionale nei paesi target, con un preciso calendario di follow-up e un monitoraggio costante degli sviluppi. Nel 2016 si sono svolte missioni imprenditoriali in Corea, Iran, Tunisia, Argentina, Cuba, Brasile e Pakistan, mentre nei primi sei mesi del 2017 le missioni hanno riguardato Oman, Australia e India.

Il coordinamento, all'interno della Cabina di regia per l'Italia internazionale (Crij), tra istituzioni e soggetti privati preposti all'internazionalizzazione valorizza il ruolo strategico dell'azione di sostegno all'internazionalizzazione, alla luce dell'evoluzione congiunturale e del riemergere di spinte protezio-

⁴ A tale proposito, si veda il riquadro Azioni di promozione dell'Ice-Agenzia con la Grande distribuzione organizzata nel mondo, infra.

nistiche, per attivare il potenziale delle imprese italiane rimasto ancora inespresso.⁵ La quinta Crii, svoltasi il 27 ottobre 2016, è stata l'occasione per fare il bilancio dei primi 20 mesi, da febbraio 2015, di attuazione del Pspmi in termini sia di linee di attività sia geografici e settoriali e per individuare aggiustamenti in corso d'opera.

L'incontro ha indicato come priorità geografiche dell'azione promozionale, alla luce del contesto geopolitico, della dinamica della domanda e del posizionamento italiano, i paesi dell'area mediterranea oltre a Usa, Canada, Messico, Cuba, Colombia, Argentina e Brasile nelle Americhe, i mercati maturi della Ue, in particolare la Germania, ma anche Russia, Turchia, Kazakistan e Azerbaijan in Europa, Iran, Arabia Saudita, Oman ed Emirati Arabi Uniti nel golfo Persico, Cina, India, Pakistan, Australia, Giappone, Corea, Indonesia e Vietnam in Asia e Pacifico e Sud Africa, Nigeria, Camerun, Tanzania ed Etiopia in Africa. In Russia il focus sarà sul comparto dei beni strumentali. Le scelte effettuate si basano sulla considerazione dei risultati positivi, in assoluto e paragonati con i concorrenti europei, ottenuti dalle imprese italiane negli Stati Uniti ed in Canada negli ultimi anni.

In termini settoriali, la Crii punta al potenziamento delle azioni a supporto della meccanica strumentale e della tecnologia industriale, al mantenimento degli investimenti nell'agroalimentare a consolidamento delle azioni intraprese negli anni precedenti, al potenziamento dei servizi, con un incremento dei fondi su attività di formazione e consulenza, come ad esempio voucher per i Tem, progetto Alti potenziali ed e-commerce. Nei settori oggetto di maggiore attenzione, ovvero agroalimentare, arredo casa e moda, si evidenzia che si sono registrati, nel corso degli ultimi anni, tassi di crescita delle esportazioni italiane sempre positivi e in linea con la media UE, se non migliori. L'unica eccezione riguarda l'export italiano di abbigliamento negli Stati Uniti che nel 2016 ha conosciuto un impercettibile calo.

La Crii ha indicato le azioni strategiche per il 2017, ovvero forte potenziamento del sostegno alla digital economy, azioni in sintonia con il piano governativo Industria 4.0, impulso ai roadshow per l'internazionalizzazione e per l'attrazione degli investimenti, conferma della strategicità delle iniziative di formazione e consulenza rivolte alle Pmi e delle azioni di comunicazione e promozione del Made in Italy nella Gdo e di contrasto all'Italian sounding.

La Crii ha ribadito l'importanza strategica delle missioni imprenditoriali a guida istituzionale, del Roadshow per l'internazionalizzazione e del Roadshow nonché dei desk Ice per l'attrazione degli investimenti esteri.⁶ È stata confermata la necessità di un approccio integrato alla promozione del marchio Italia, che valorizzi le sinergie della componente commerciale con la cooperazione scientifica e tecnologica e la promozione culturale e turistica, anche sulla base di quanto stabilito dal Piano strategico del turismo 2017-2022, elaborato dal Mbact.

Di fronte ad uno scenario internazionale con fattori di rischio in crescita, la cabina di Regia intende tenere in adeguato conto anche gli aspetti della sicurezza, dei rappresentanti istituzionali e degli imprenditori italiani che operano all'estero.

⁵ Ai sensi dell'articolo 14, comma 18-bis del decreto legge 98 del 2011 e successive integrazioni e modificazioni, della Cabina fanno parte Mse e Maeci, che la co-presiedono insieme al Ministero dei Beni e attività culturali e turismo (Mbact) per le materie di sua competenza, oltre a Ministero dell'Economia e delle finanze, Mpaaf, Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, Unioncamere, Alleanza cooperative italiane, Associazione bancaria italiana, Confindustria e Rete imprese Italia; hanno partecipato alla riunione dell'ottobre 2016 anche Ministero delle Infrastrutture e dei trasporti, Gruppo Cassa depositi e prestiti e Ice-Agenzia.

⁶ Sui desk si veda il paragrafo 7.2.2.



Nonostante un bilancio ampiamente positivo dell'attività fino ad allora svolta, la Crii ha ritenuto che il sistema di sostegno all'internazionalizzazione possa essere reso ancora più efficiente, sviluppando ulteriori azioni. Ha raccomandato pertanto di rafforzare il sostegno finanziario intorno al Polo italiano dell'export e dell'internazionalizzazione del gruppo Cassa depositi e prestiti nonché gli strumenti per favorire la crescita dimensionale e la competitività internazionale delle imprese, attraverso incentivi a una maggiore produttività, a investimenti, ad acquisire capitale di debito e di rischio e ad adottare modelli di governance più avanzati, come previsto dal Pacchetto competitività nel quadro della strategia Finanza per la crescita, contenuta nella legge di bilancio 2017. Ha inoltre proposto l'intensificazione dell'attività di attrazione degli investimenti dall'estero, anche attraverso uno stretto raccordo tra le competenze tecniche dei neoistituiti desk Ice e le funzioni istituzionali della rete diplomatica. Ha sottolineato l'utilità di un rafforzamento della concertazione con le regioni, sia nell'ambito della Crii, sia nel Comitato interministeriale di coordinamento per l'attrazione degli investimenti esteri, per la promozione dei territori, attraverso lo sviluppo di strategie di gestione condivisa dei programmi che consentano l'ottimizzazione delle risorse disponibili a livello regionale.⁷ Ha ricordato l'importanza di coinvolgere le imprese potenzialmente esportatrici e consolidare la posizione di quelle già operanti all'estero attraverso iniziative realizzate dalle Cciao sul versante domestico, finalizzate all'informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle Pmi nonché attraverso la collaborazione con Ice e Gruppo Cdp, alla diffusione e al follow-up delle attività realizzate da queste ultime. La Crii ha anche richiesto di valutare l'impatto del Roadshow per l'internazionalizzazione e delle missioni di sistema svolte nel 2014 e del 2015 in termini di generazione di business attraverso una rilevazione effettuata presso le imprese che vi hanno preso parte, al fine di verificare la rispondenza di tali strumenti alle esigenze degli operatori e di apportarvi eventuali adattamenti. Ha raccomandato l'avvio di forme di cooperazione strutturata con i professionisti, attraverso i rispettivi ordini, al fine di valorizzarne l'apporto quale canale di comunicazione tra istituzioni e imprese, sulla base dell'esperienza effettuata con la partecipazione di Maeci, Mse, Ice, Sace, Simest e Associazione delle camere di commercio italiane all'estero (Assocamerestero) al Roadshow dei commercialisti. Infine ha evidenziato l'opportunità di creare, attraverso l'Osservatorio nazionale del turismo, un sistema di business intelligence dedicato all'offerta italiana con l'obiettivo di effettuare una pianificazione delle azioni di promozione pubblica e privata nel settore turistico.

Il recente Decreto legislativo 219 del 2016 prevede un piano di razionalizzazione delle Camere di commercio, industria, agricoltura e artigianato (Cciaa), in un'ottica di efficientamento, di maggiore efficacia e di riforma della governance. In particolare il provvedimento prevede una riduzione del numero complessivo delle Cciaa dalle attuali 105 a non più di 60.

Pur confermando la natura delle Cciaa quali "enti pubblici dotati di autonomia funzionale che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali", il provvedimento ne ha ridefinito le funzioni, introducendo modifiche ad alcuni compiti, fra i quali quelli relativi al supporto ai processi di internazionalizzazione delle imprese.

⁷ Sulla collaborazione tra Regioni e Ice in materia di attrazione investimenti si veda il paragrafo 7.2.1, *infra*.

In base al nuovo dispositivo, tra i compiti delle Camere di commercio non rientra più la previsione del “supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano all'estero e la tutela del made in Italy”, ma quella di “sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start-up, informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali nonché collaborazione con Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Sace, Simest e Cassa depositi e prestiti, per la diffusione e le ricadute operative a livello aziendale delle loro iniziative”.

Nel contempo viene introdotta la possibilità di svolgere attività di “assistenza e supporto alle imprese in regime di libera concorrenza da realizzare in regime di separazione contabile”, specificando che le predette attività “sono limitate a quelle strettamente indispensabili al perseguimento delle finalità istituzionali del sistema camerale e non possono essere finanziate al di fuori delle previsioni”.

Occorrerà ora dare attuazione alla nuova normativa. Dato il notevole impegno profuso finora dal sistema delle Cciao nel sostegno all'internazionalizzazione che si è tradotto nella creazione di strutture ad hoc e in una consistente attività promozionale, documentata anche da questo Rapporto e svolta da personale formato e dedicato, sarà cruciale evitare la dispersione delle conoscenze e delle professionalità acquisite, inserendole in modo appropriato nel nuovo disegno del sistema pubblico di sostegno che emergerà dalla riforma.

Per incentivare la crescita quali-quantitativa delle imprese ad alta tecnologia, il Governo ha adottato normative di supporto a favore delle start-up e delle Pmi innovative. A tali normative si sono affiancati provvedimenti di facilitazione dell'ottenimento di un visto di lavoro per l'Italia da concedersi a investitori che presentino un progetto di creazione di un'impresa ad alta tecnologia, sulla base di precisi requisiti. I programmi, denominati Start-up visa e Start-up visa hub, lanciati nel giugno del 2014, sono gestiti congiuntamente dal Mse e dal Maeci con la collaborazione di altre Amministrazioni centrali. Al 31 marzo 2017 erano pervenute 222 domande, delle quali 134 avevano avuto esito positivo, con una forte accelerazione a partire dal terzo trimestre del 2016.⁸

Altro programma che incentiva l'afflusso di giovani studenti, in ultima analisi incrementando gli iscritti l'esposizione verso l'estero del sistema universitario italiano, è Invest your talent in Italy, gestito da Maeci, Ice e Uni-Italia in collaborazione con Unioncamere, Confindustria e alcune imprese. Il programma offre borse di studio e un percorso formativo strutturato, in un'ampia gamma di materie, completato da un tirocinio presso un'impresa italiana. Nella tornata di selezione della primavera 2017, le domande presentate, dai 13 paesi-obiettivo, sono state alcune centinaia, a testimonianza del successo del programma, giunto ormai alla sua seconda edizione, promossa con Roadshow e azioni sui social media e sui siti delle 23 Università ospiti.⁹

⁸ Il sito per gli investitori esteri può essere consultato al seguente indirizzo Internet <http://italiastartupvisa.mise.gov.it/index.php/#homepage>. Sul sito del Mse è reperibile una relazione trimestrale sul programma.

⁹ Per il 2017 i paesi-obiettivo erano Azerbaijan, Colombia, Egitto, Etiopia, Ghana, Indonesia, Kazakistan, Messico, Turchia, Vietnam, Iran, Tunisia e India. Il sito del programma in italiano può essere consultato al seguente indirizzo Internet <http://investyourtalent.esteri.it>.



Il contributo dei singoli attori

La gestione diretta di un programma per facilitare l'accesso ai servizi di temporary export management rappresenta la novità principale del 2016 per il Mse, sia in termini di utenti, quasi 1.800, sia in termini di spesa, oltre 17 milioni di euro. A spingere al rialzo gli esborsi, che hanno superato 26 milioni di euro, ha contribuito anche un incremento dei fondi erogati per gli altri programmi, da 6 a 8 milioni. Il Ministero ha affidato ingenti risorse all'Ice, collaborando con l'Agenzia per la programmazione del loro utilizzo, vigilando sull'attività di esecuzione e commissionando servizi di monitoraggio e valutazione. È proseguita l'attività del Comitato interministeriale di coordinamento per l'attrazione degli investimenti esteri che ha svolto funzioni di indirizzo e di facilitazione a favore di importanti iniziative di investimento, in collaborazione con le amministrazioni preposte, sia centrali sia territoriali.

Nel 2016 il Maeci ha elaborato una strategia di promozione integrata del Marchio Italia, finalizzata a valorizzare, in un quadro coerente con gli interessi del Paese, il complesso delle eccellenze economiche, tecnologiche, scientifiche e culturali e che ha trovato la sua sintesi nel programma integrato Vivere all'italiana, attuato dalla rete diplomatico-consolare in collaborazione con numerosi partner pubblici e privati in Italia e all'estero. Sono state dunque avviate alcune grandi operazioni di promozione integrata che hanno coinvolto non solo il settore agroalimentare, con la realizzazione della prima Settimana della cucina italiana nel mondo, che ha potuto contare su oltre 1.400 eventi in 108 paesi, e il settore del design, con l'Italian design day, celebrato con 163 eventi in 105 città del mondo, ma anche l'ambito culturale, con la seconda edizione degli Stati generali della lingua, tenutasi a Firenze. Secondo un'analisi condotta da una società di consulenza, il sostegno del Maeci alle imprese italiane operanti all'estero ha avuto, per il biennio 2014-2015, un impatto positivo pari a 27,3 miliardi di euro in termini di valore aggiunto, ovvero l'1,1 per cento del prodotto interno lordo (Pil) all'anno, e a 11,2 miliardi di euro in termini di gettito fiscale; ha inoltre contribuito al sostegno di 385mila occupati.

Le risorse promozionali mobilitate dall'Ice hanno toccato un record assoluto nel 2016, attestandosi a quota 134 milioni di euro, così come la spesa promozionale pro capite, anche a causa dell'invarianza del personale. La spesa si è concentrata, crescendo, su Unione Europea, America settentrionale e Asia e Pacifico e sui comparti moda, persona e tempo libero, agro-alimentare e meccanica ed elettronica; diminuzioni hanno interessato gli altri aggregati, sia geografici sia settoriali. È aumentata l'incidenza del Piano straordinario per il made in Italy e l'attrazione degli investimenti ed è diminuito il contributo dei privati ai costi. Il risultato è stato ampiamente superiore a quello del 2015 anche in termini di partecipazione alle iniziative promozionali, per effetto di presenze di operatori italiani aumentate a 21.900 unità e di operatori esteri scese a quota 17.100; in crescita è risultato anche il numero di incontri con operatori italiani, 77.600. Tra le linee di attività innovative e/o di maggiore rilievo si ricordano le promozioni nei supermercati e grandi magazzini, nei settori agroalimentare e abbigliamento e calzature, la formazione, con numerosi corsi di nuovo genere e un aumento dei livelli di attività e di interazione con controparti universitarie e imprenditoriali, e lo sviluppo di nuovi programmi per il commercio estero digitale. È cresciuta l'erogazione di servizi di assistenza, pur restando invariati i relativi ricavi, nonché di servizi di informazione. L'attrazione degli investimenti esteri ha fatto registrare sviluppi di rilievo in termini di diversificazione settoriale e di avviamento di desk dedicati in importanti piazze finanziarie estere. Il Piano export sud è stato rifinanziato dal Mse ed esteso ad altre regioni, sullo sfondo di risultati positivi per le imprese partecipanti alle attività del primo triennio. Secondo analisi preliminari condotte da Ice e Istat, le imprese servite dall'Agenzia hanno aumentato le proprie vendite all'estero del +5 per cento tra il 2014 e il 2016, mentre quelle di un campione di controllo le hanno viste diminuire del -10 per cento.

È tornata sui livelli di due anni prima la spesa promozionale delle Regioni, attestandosi nel 2016 a quota 81 milioni di euro, 25 in meno rispetto al picco toccato nel 2015. Si sono avviate molte attività basate sui fondi europei della programmazione 2014-2020. Nonostante ciò la quota di risorse proprie utilizzata è salita a oltre 2/3 del totale, da meno della metà nel 2015. Una forte contrazione della spesa complessiva per il sostegno all'internazionalizzazione ha interessato il Mezzogiorno (da 36,1 a 13,5 milioni di euro nel 2016), con l'eccezione della Sardegna, e il Centro (da 26,5 a 15,7). In crescita invece è apparsa la spesa nell'Italia nord-occidentale (da 6,5 a 9 milioni) e nell'Italia nord-orientale (da 37,1 a 42,5). A fianco di quelle più tradizionali, tipologie promozionali nuove hanno trovato posto nei piani delle Regioni per l'internazionalizzazione, sia basate su attività gestite direttamente sia su erogazioni di sussidi alle imprese. Un'attenzione maggiore è stata posta, in sede di programmazione, all'esigenza di sostenere settori ad alta innovazione, come prescritto dalle linee programmatiche del bilancio della Ue, sulla base di puntuali analisi dei sistemi produttivi locali. La collaborazione con altri soggetti istituzionali e/o privati ha premiato le Unioni delle Cciaa regionali. La riunione della Cabina di regia per l'Italia internazionale dell'autunno 2016 è stata l'occasione per un rilancio della cooperazione tra Regioni e Amministrazioni centrali sul tema del sostegno all'internazionalizzazione. Molte Regioni hanno sottoscritto con Ice e Mse protocolli d'intesa per l'attrazione degli investimenti. Un'importante linea di attività ha riguardato la partecipazione delle Regioni a Expo Astana 2017.

Sul versante promozionale il sistema delle Cciaa ha visto ridursi la propria spesa per l'internazionalizzazione da 40 a 32 milioni di euro nel 2016, con una diminuzione estesa a tutte le principali attività. Sul finire dell'anno il governo, come ricordato più sopra, ha riordinato le funzioni e il finanziamento delle Camere, escludendo al contempo le attività promozionali direttamente svolte all'estero dal novero dei loro compiti. La tendenza della spesa potrebbe aver anticipato le linee della riforma, che intende rafforzare la specializzazione funzionale delle Cciaa quale punto di assistenza sul territorio italiano alle imprese che vogliono aprirsi ai mercati internazionali. Sul versante amministrativo è sceso lievemente il numero di Carnet Ata emessi (-1,6 per cento) ma si è registrato un aumento significativo quanto al valore delle merci esportate temporaneamente (+48 per cento) rispetto al 2015, grazie al contributo determinante del settore orafa e della gioielleria in genere. È rimasto stabile nel 2016, attorno a quota 800.000, il numero di certificati di origine emessi mentre sono aumentati, come negli anni precedenti, gli altri documenti necessari per esportare e sottoposti a visto camerale.

Il volume delle operazioni complessive del gruppo Cdp nel 2016 è raddoppiato rispetto al 2015, a quota 7,7 miliardi di euro. Il principale strumento per il sostegno dell'internazionalizzazione del gruppo Cassa depositi e prestiti, Export banca, ha visto aumentare fortemente i finanziamenti erogati nel 2016, fino a 4,9 miliardi di euro (+210 per cento rispetto al 2015); le operazioni finanziate sono raddoppiate, da 6 a 13. Le imprese esportatrici hanno assorbito finanziamenti pari in media a 381 milioni di euro per operazione. Nel triennio 2014-2016, i cantieri navali si sono confermati al primo posto tra i clienti di Cdp, con l'85 per cento del portafoglio mentre la concentrazione geografica è aumentata, con tre paesi del continente americano, Stati Uniti d'America, Bermuda e Perù, destinatari dell'82 per cento dei finanziamenti. Per il futuro si prevedono nuovi aumenti delle risorse mobilitate dal gruppo, del quale fanno parte anche Simest e Sace, che formano il Polo italiano dell'export e dell'internazionalizzazione insieme a Cdp, la capogruppo. Saranno inoltre integrate le offerte di prodotti e servizi delle due controllate, si ottimizzeranno i canali di accesso e si avvierà un percorso di digitalizzazione. Una rete commerciale rafforzata offrirà alle imprese un punto di accesso unico ai servizi dei tre Istituti.

L'attività di Simest è cresciuta nel 2016 sotto tutti i principali punti di vista. L'Istituto ha portato a termine 33 operazioni di investimento, per un importo complessivo di 103 milioni di euro, principalmente nei settori elettromeccanico e meccanico, agroalimentare e dei servizi. Alla gestione propria si sono affiancate quelle degli strumenti affidati a Simest dal Mse. Il Fondo unico di venture capital ha investito 8 milioni di euro in 11 operazioni, unicamente in paesi emergenti extra europei. A valere sul Fondo contributi, Simest ha approvato 64 operazioni di credito capitale dilazionato per un importo di 5.808 milioni di euro, con un aumento rispettivamente di 20 operazioni e 700 milioni rispetto al 2015. Abbattimenti di interessi sono stati concessi a 32 richiedenti, per un importo dei finanziamenti agevolabili pari a 123 milioni. Una riforma dei meccanismi di funzionamento e dei benefici concessi ha interessato il Fondo rotativo ex lege 394 del 1981, con un effetto di forte accelerazione sulle erogazioni negli ultimi mesi del 2016; nel complesso Simest ha approvato finanziamenti per 93 milioni di euro, in relazione a 188 domande. La creazione di un portale dedicato per l'accesso agli strumenti afferenti al Fondo rotativo ha reso più semplice per le imprese richiedere un nuovo intervento o gestire finanziamenti già in corso.

Guardando al risultato consolidato del gruppo Sace emerge come siano state assistite oltre 23.000 imprese nel 2016, mobilitando complessivamente 22,4 miliardi di risorse, in aumento del 30,5 per cento rispetto all'anno precedente. Le nuove garanzie deliberate dalla capogruppo sono salite a 13,2 miliardi di euro, generando 534,2 milioni di euro di premi lordi, principalmente in relazione a operazioni con destinazione Americhe e Unione Europea. I settori industriali di maggior rilievo sono stati il crocieristico, le infrastrutture e costruzioni, l'elettrico e l'oil and gas. Di pari passo sono saliti i sinistri liquidati, a 344 milioni di euro, principalmente in Germania, Iran, Russia e Ucraina e nei settori metalurgico e navale. Un accordo con l'Iran ha permesso di recuperare crediti di importo molto rilevante. A metà del 2017 l'esercizio analitico e previsivo condotto da Sace per calcolare l'Investment opportunity index e l'Export opportunity index ha offerto importanti spunti per la programmazione delle attività imprenditoriali all'estero e per le politiche pubbliche in materia di internazionalizzazione. È aumentato il numero di mercati con opportunità favorevoli per gli investitori, con al primo posto l'India seguita da Filippine, Perù, Polonia e Vietnam, e per gli esportatori, dove spiccano Spagna, Cina e Germania, seguite da India, Stati Uniti e Polonia. Allo stesso tempo è cambiata la geografia dei rischi. L'incrocio di opportunità e rischi ha consentito di focalizzare le analisi su gruppi omogenei di paesi.

7.1 Commercio e investimenti diretti in uscita

7.1.1 Ministero dello Sviluppo economico*

Il Mse, anche per il 2016, ha mantenuto il proprio sostegno finanziario, con il fine di svolgere attività di promozione del *made in Italy*, a una pluralità di soggetti attraverso i quattro strumenti normativi indicati in tavola 7.2. Si noti che i beneficiari sono spesso soggetti che per la loro natura di associazioni raggruppano un numero di Pmi dell'ordine di migliaia di unità. I dati presentati nella tavola dettagliano erogazioni, numero dei progetti e loro valore complessivo per ogni strumento gestito direttamente dal Mse.

Tavola 7.2 - Fondi erogati dal Mse per legge di riferimento. Strumenti gestiti direttamente
Valori in milioni di euro, numero progetti e quote in percentuale

Legge di riferimento e beneficiario	Fondi erogati			Quota sul totale			Numero dei progetti			Valore dei progetti		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Decreto legge 83 del 2012 - Contributi a favore di Associazioni, Enti, Istituti, Camere di Commercio italo-estere	2,7	0,2	-	26,4	2,4	-	22	5	-	7,8	2,0	-
Decreto legge 83 del 2012 - Contributi a favore dei Consorzi per l'internazionalizzazione	1,9	1,2	3,3	17,9	18,7	12,8	62	56	51	15,1	14,1	13,2
Legge 518 del 1970 - Camere di Commercio Italiane all'estero	5,8	4,9	4,9	55,7	78,9	18,6	74	69	72	40,0	34,4	33,6
Voucher per l'internazionalizzazione ⁽¹⁾	-	-	17,9	-	-	68,6	-	-	1.789	-	-	26,5
Totale	10,4	6,3	26,1	100,0	100,0	100,0	158	130	1.912	62,9	50,6	73,2

⁽¹⁾ Il numero dei progetti si riferisce al numero delle aziende beneficiarie.

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati delle Divisioni IV e V della Direzione generale Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

I risultati raggiunti vengono analizzati nel seguito. Ci si riferirà innanzitutto ai primi tre strumenti di tavola 7.2, raggruppati per affinità nelle procedure di erogazione dei contributi. Più oltre si dirà di ciascuno strumento separatamente.

Tra le attività oggetto del sostegno finanziario del Ministero, *voucher* a parte, rientrano le fiere internazionali, sia in termini di organizzazione che di partecipazione, nonché gli eventuali eventi promozionali con operatori esteri, i *workshop*, i seminari, gli incontri tra imprese (B2b l'acronimo inglese), l'organizzazione di missioni di operatori, sia esteri in Italia, o *incoming*, sia italiani all'estero, od *outgoing*, le attività di formazione specialistica per l'internazionalizzazione, le azioni di comunicazione sui mercati esteri, la registrazione di marchi, la realizzazione di siti Internet in lingua straniera e il sostegno al processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese. Il Mse emana circolari applicative ogni anno, per fornire agli operatori interessati indicazioni puntuali sugli strumenti e per indirizzarli verso la realizzazione di azioni promozionali significative, pur lasciando loro ampi margini di personalizzazione dei progetti. Il Ministero individua inoltre, con Decreti ministeriali, i requisiti, i criteri e le modalità cui devono sottostare gli enti erogatori dei servizi.¹⁰

* Redatto da Mariaconcetta Giorgi, Fabio Giorgio e Andrea Scano, Mse.

⁽¹⁰⁾ Per maggiori dettagli sugli strumenti e sull'accesso ai finanziamenti si vedano le edizioni precedenti di questo *Rapporto* e si consulti il sito del Mse all'indirizzo Internet <http://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/commercio-internazionale>.



L'iter della procedura per la concessione dei contributi si conclude con l'emanazione, in seguito all'esame delle rendicontazioni di spesa, del decreto di liquidazione. Il contributo pubblico, così come previsto dalla normativa, può coprire solo fino al 50 per cento delle spese.

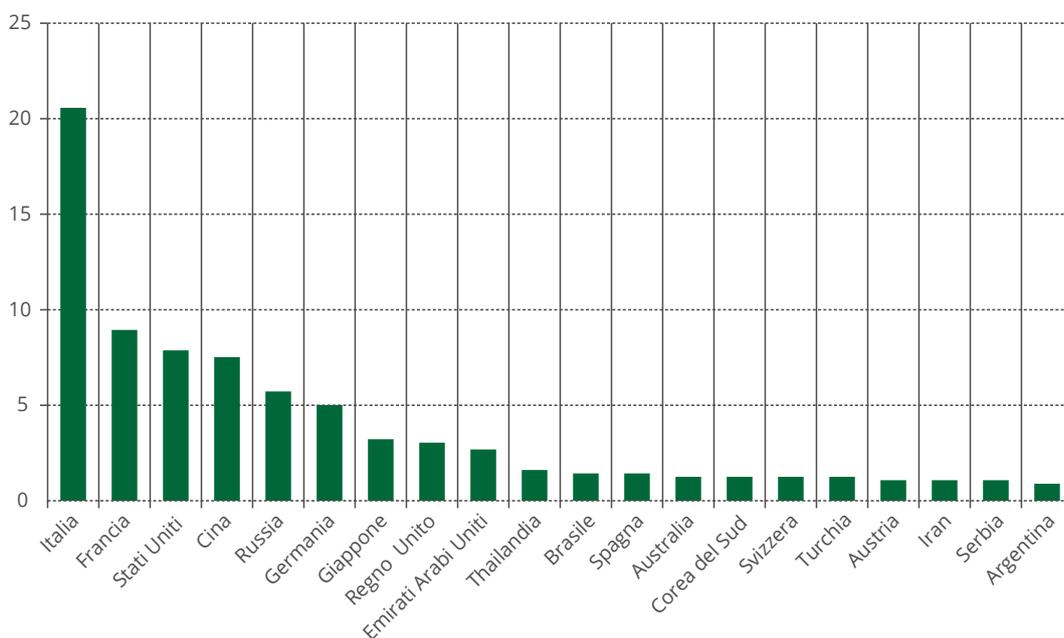
Dalla lettura dei dati si evince che nel 2016 sono stati approvati 123 progetti con i primi tre strumenti indicati nella tavola 7.2, con una diminuzione del 5,4 per cento rispetto al 2015. Anche l'importo dei progetti approvati ha registrato, se paragonato all'anno precedente, un decremento (-7,7 per cento). Le erogazioni sono invece cresciute del 30,8 per cento, a quota 8,2 milioni di euro, anche grazie al fatto che nel 2016 sono stati liquidati buona parte dei progetti concernenti il contributo a fondo perduto per i consorzi che erano stati impegnati nel 2015.

Con riferimento alla destinazione geografica, poco meno della metà degli interventi è stato realizzato all'interno dell'Unione Europea a 28, mentre circa il 16 per cento ha riguardato l'Asia orientale. Vanno sottolineati anche il buon 10 per cento conseguito nei Paesi europei non Ue e l'oltre 8 per cento totalizzato in America settentrionale.

A livello di singoli paesi, in particolare, oltre un quinto dei programmi è stato realizzato in Italia (grafico 7.1), pur trattandosi di eventi di respiro internazionale, durante i quali le imprese nazionali hanno avuto la possibilità di entrare in contatto diretto con operatori economici e istituzionali stranieri presentando loro direttamente il sistema produttivo nazionale nonché le relative peculiarità. Altri principali paesi di destinazione delle iniziative delle imprese italiane sono stati, nell'ordine, la Francia (9 per cento) e, con simili percentuali, gli Stati Uniti e la Cina (8 per cento).

Grafico 7.1 - Primi 20 paesi di destinazione delle attività promozionali

Percentuali, anno 2016



Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Divisione V - Direzione generale Politiche internazionalizzazione e promozione scambi

Nella graduatoria dei primi venti paesi destinatari delle attività promozionali gestite direttamente dal Mse, con esclusione dei *voucher*, solo sei sono comunitari, tra i quali l'uscente Regno Unito. Tenendo presente che tali attività sono a richiesta delle imprese e dei soggetti associativi, si può leggere il dato come un segnale che il *made in Italy* riesce a trovare, grazie alla sua immagine e al suo prestigio, sempre più estimatori in mercati distanti sia fisicamente che per tradizioni. In-

fatti, sempre tra i primi 20, rientrano paesi che per l'Italia stanno assumendo un ruolo strategico a livello internazionale: Emirati Arabi Uniti, Thailandia, Corea del sud e Iran, oltre a Usa e Cina.

Il Mse finanzia anche altri importanti programmi, documentati nei paragrafi seguenti, laddove si dà conto delle attività dei relativi enti esecutori, Ice in primo luogo.

Di seguito vengono analizzati, per ciascuno dei quattro strumenti di tavola 7.2, i risultati raggiunti e le statistiche concernenti l'utilizzo dei contributi pubblici, nel corso degli ultimi anni, da parte delle imprese.

Decreto legge 83 del 2012 – Contributi a favore di associazioni, enti, istituti e camere di commercio italo-estere

La misura, basata sul Decreto legge 83 del 2012, non è stata attivata nel corso del 2016. I beneficiari della misura sono infatti destinatari del complesso di azioni dei Piani di promozione ordinaria e straordinaria e, al fine di una maggiore efficacia dell'intervento pubblico e di una razionalizzazione delle ridotte disponibilità finanziarie, si è scelto di convogliare queste ultime verso le camere di commercio italiane all'estero per fornire loro un sostegno adeguato.

Decreto legge 83 del 2012 – Contributi a favore dei consorzi per l'internazionalizzazione

Nel 2016 sono state approvate 51 iniziative per un importo complessivo pari a 13,2 milioni di euro. Rispetto al 2015, a una contrazione del numero di progetti (-8,9 per cento) si è associata una riduzione, tuttavia meno consistente (-6,8 per cento), del valore dei relativi progetti.

Come ormai avviene da diversi anni, anche nel 2016 la Toscana è risultata la regione che ha usufruito in misura più consistente dello strumento, sia in termini di numero (14) che di valore totale dei progetti approvati (3,6 milioni di euro). Oltre il 27 per cento dei progetti sono stati destinati infatti ad imprese che operano nella regione del centro Italia, anche se, rispetto all'anno precedente, il numero di iniziative si è ridotto di due unità pari, in termini monetari, a un calo del valore pari a poco più di 700 mila euro.

Alle sue spalle si sono posizionate la Lombardia e il Veneto, con rispettivamente 7 e 6 progetti, per un valore che per entrambe le regioni si è attestato a poco meno di due milioni di euro.

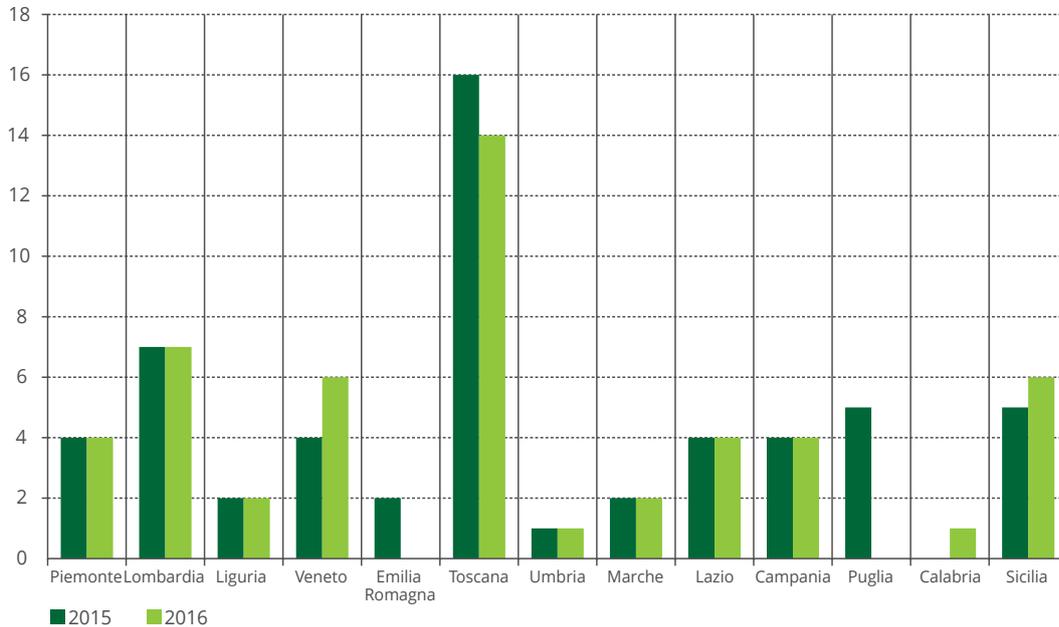
Al quarto posto troviamo la prima regione del Mezzogiorno, la Sicilia, con 6 iniziative e un valore dei progetti approvati di 1,5 milioni di euro. Per evidenziare la buona *performance* del Meridione d'Italia vanno poste in risalto sia le 4 operazioni della Campania, per un valore complessivo che è stato di poco inferiore al milione di euro, sia l'accesso della Calabria ai finanziamenti, per la prima volta.

Facendo un parallelismo con i dati riguardanti le esportazioni delle regioni italiane, si evidenzia che la Lombardia, seguita da Veneto, Emilia Romagna e Piemonte, risulta la più dinamica. Al quinto posto troviamo la prima regione dell'Italia centrale, cioè la Toscana, mentre per trovarne una del Mezzogiorno dobbiamo scendere alla nona posizione, dove si colloca la Campania.

Per quanto riguarda il settore di attività economica, 20 dei 51 progetti approvati nel 2016 riguardavano aziende ed enti operanti nell'agroalimentare che hanno presentato iniziative per un valore di 4,9 milioni di euro. A seguire troviamo, con 11 progetti approvati, il tessile e abbigliamento, mentre con 6 iniziative, sia l'elettromeccanico e meccanico che il legno e arredamento. Inoltre, se per il primo comparto le spese approvate sono state pari a 2,8 milioni di euro, per gli altri due esse sono oscillate fra gli 1,5 e i 2 milioni. Dalla lettura di questi ultimi dati si evidenzia ancora una volta il peso rilevante, nella disaggregazione sia delle iniziative ammesse a fruire della misura sia delle esportazioni, dei settori tipici del *made in Italy*, cosiddetti delle 4A (agroalimentare, arredo casa, abbigliamento e moda e automazione meccanica).



Grafico 7.2 - Numero dei progetti approvati, relativi ai contributi a favore dei Consorzi per l'internazionalizzazione, suddivisi per regione



Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Divisione V - Direzione generale Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

Tavola 7.3 - Distribuzione settoriale dei progetti approvati, concernenti i contributi a favore dei consorzi per l'internazionalizzazione

Numero e valori in milioni di euro

Settori	2014				2015				2016			
	Progetti	Peso %	Spese approvate	Peso %	Progetti	Peso %	Spese approvate	Peso %	Progetti	Peso %	Spese approvate	Peso %
Agroalimentare	19	30,6	4,4	29,5	17	30,4	4,2	29,6	20	39,2	4,9	37,6
Chimico e farmaceutico	3	4,8	0,5	3,5	3	5,4	0,5	3,7	-	-	-	-
Edilizia e costruzioni	2	3,2	0,4	2,7	1	1,8	0,3	1,8	2	3,9	0,5	3,7
Elettromeccanico e meccanico	6	9,7	1,3	8,8	5	8,9	1,0	6,9	6	11,8	1,5	11,2
Elettronico e informatico	2	3,2	0,6	4,2	3	5,4	0,7	5,3	2	3,9	0,6	4,7
Legno e arredamento	8	12,9	2,5	16,6	8	14,3	2,7	19,4	6	11,8	2,0	14,9
Trasporti e nautico	1	1,6	0,2	1,6	2	3,6	0,6	4,5	2	3,9	0,3	2,3
Tessile e abbigliamento	12	19,4	2,7	18,1	12	21,4	2,7	19,3	11	21,6	2,8	21,2
Turistico e alberghiero	2	3,2	0,4	2,9	2	3,6	0,4	3,1	-	-	-	-
Altre industrie manifatturiere	5	8,1	1,3	8,5	3	5,4	0,9	6,5	2	3,9	0,6	4,5
Servizi	2	3,2	0,6	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	62	100,0	15,1	100,0	56	100,0	14,1	100,0	51	100,0	13,2	100,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Divisione V - Direzione generale Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

Con riferimento alla tipologia delle iniziative, nel corso del 2016 oltre il 39 per cento concerneva la partecipazione a fiere e saloni internazionali mentre circa il 18 per cento a *workshop* e seminari. Da sottolineare anche il buon 11 per cento registrato dagli *show room* temporanei e l'altrettanto positivo 10 per cento delle azioni di comunicazione sul mercato estero.

Legge 518 del 1970 a favore delle Camere di commercio italiane all'estero (Ccie)

In materia di internazionalizzazione le Ccie sono chiamate a svolgere importanti funzioni e compiti per la promozione degli interessi delle imprese e della competitività delle economie locali, con attività di informazione, affiancamento, supporto e tutoraggio.

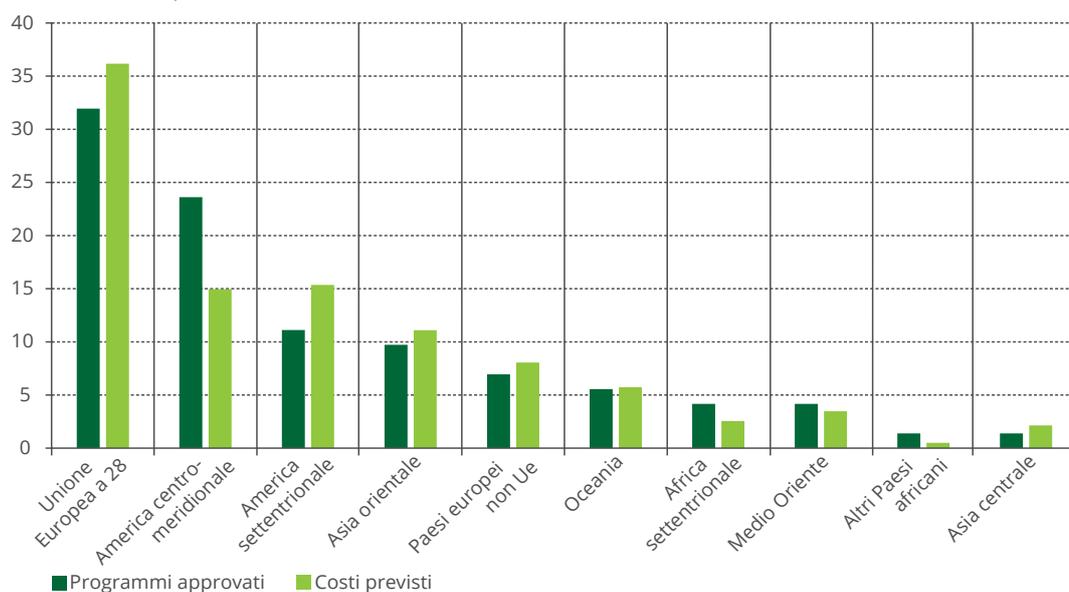
Durante il 2016 le 72 Ccie accreditate presso il Mse hanno presentato programmi per un costo complessivo previsto di circa 33,6 milioni di euro. Rispetto al 2015, se da un lato sono aumentate le Camere (erano 69), dall'altro si sono ridotte le spese (34,4 milioni di euro). Inoltre, sempre da un confronto con la situazione vigente al 2015, sono uscite dal novero dei soggetti accreditati le Ccie di Cile (Santiago del Cile) e Albania (Tirana) e sono entrate quelle di Polonia (Varsavia), Moldavia (Chisinau), Danimarca (Aarhus), Australia (Brisbane) e Malta (La Valletta).

Facendo un'analisi più dettagliata si evince che poco meno di un terzo delle Camere accreditate, cioè 23, sono dislocate all'interno dell'Unione Europea a 28 (grafico 7.3 bis). In particolare il paese comunitario che accoglie il maggior numero di tali Ccie è la Francia, con le sedi di Lione, Marsiglia e Nizza, seguita a pari merito da Germania, con Monaco e di Francoforte, Spagna, con Madrid e Barcellona e Grecia, con Salonicco e Atene. Significativa è anche la presenza di Ccie accreditate in America centro meridionale, con ben 17 sedi, tra le quali 5 operanti in Brasile e 3 in Argentina. Sono da rimarcare anche le 8 Ccie situate in America settentrionale, di cui 5 negli Stati Uniti e 3 in Canada, e le altrettante in Asia orientale, tutte in paesi differenti.

Una situazione abbastanza analoga, almeno dal punto di vista della composizione percentuale, si riscontra andando a considerare la distribuzione geografica dei costi previsti. A guidare questa particolare classifica c'è sempre l'Unione Europea, addirittura con una quota più alta rispetto all'incidenza del numero di Camere (36,2 per cento), seguita dalle Americhe, settentrionale (15,4 per cento) e centro-meridionale (15 per cento), e dall'Asia orientale (11,1 per cento). I contributi ai costi fanno registrare dinamiche simili in termini di incidenza relativa di ogni area geografica.

Grafico 7.3 - Ripartizione per area geografica dei programmi delle Camere di Commercio italiane all'estero

Percentuali, anno 2016



Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Divisione V - Direzione generale Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse



Decreto legge 133 del 2014 – Voucher per l'internazionalizzazione

Come accennato più sopra in questo capitolo un nuovo strumento, introdotto nel 2015 in attuazione del Pspmi, lettera I, e chiamato *voucher* per l'internazionalizzazione, offre alle imprese un sussidio per acquistare un servizio di *temporary export management* (Tem). Lo strumento è regolato dal Decreto ministeriale 15 maggio 2015 e dal decreto del Direttore Generale per le politiche internazionali e la promozione degli scambi del Mse del 23 giugno 2015. A fronte del primo bando lanciato dal Mse sono pervenute 4.146 richieste; le aziende ammesse a fruire del *voucher* sono state 1.789. Detto che sono stati impiegati, ai fini dell'erogazione del servizio, 164 fornitori totali, si rileva che l'importo complessivo concesso è risultato di 17,9 milioni di euro, con una media per azienda beneficiaria di 14.800 euro.

In generale, poco meno dei due terzi delle aziende ha usufruito dei *voucher* per raggiungere l'Europa, mentre il 10 per cento ha utilizzato lo strumento per accedere in Nord America. Significativa è stata anche la quota di imprese (8 per cento) che ha optato per il mercato asiatico.¹¹

Dal punto di vista regionale, si evidenzia che un quarto delle imprese ammesse a fruire del *voucher* provenivano dalla Lombardia, seguita, con oltre il 14 per cento, dal Veneto e, con circa il 10 per cento, dall'Emilia-Romagna. È interessante notare come queste risultino, nel medesimo ordine, le prime tre regioni esportatrici italiane. Inoltre al quarto posto si collocava, con l'8,6 per cento, la prima regione dell'Italia centrale per esportazioni, cioè le Marche, mentre per trovare la prima del Mezzogiorno bisogna scendere al settimo posto dove, con un'incidenza relativa all'incirca del 5 per cento, si posizionava la Puglia.

Per quanto riguarda invece la dimensione aziendale, oltre la metà delle imprese erano piccole, un quarto micro e il restante 20 per cento circa medie. È interessante notare che il 60 per cento delle aziende beneficiarie ha dichiarato di aver precedentemente già esportato sia nei mercati Ue che extra Ue, mentre una buona fetta, oltre un quinto, per la prima volta si è affacciata nel commercio internazionale.

7.1.2 Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale*

Negli ultimi anni l'azione del Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci) si è particolarmente rafforzata nell'ambito del sostegno all'internazionalizzazione delle imprese. Questo rafforzamento è stato possibile grazie a un approccio integrato nella fase di proiezione all'estero, sviluppato su due direttrici.

Da un lato si è seguito un percorso, condiviso in sede di Cabina di regia per Italia internazionale, che ha portato all'integrazione e al sempre più stretto coordinamento degli attori del *Sistema Italia* all'estero, ottimizzando l'utilizzo di risorse disponibili e valorizzando il ruolo delle ambasciate italiane nel mondo come centro del *Sistema*. Le ambasciate infatti hanno il ruolo di indirizzare e coordinare gli altri soggetti presenti: istituti di cultura, addetti scientifici e militari, uffici e *desk* Ice, camere di commercio, uffici Sace, eccetera. Si è trattato di un'integrazione non soltanto operativa, basti pensare ai 39 uffici Ice che sono fisicamente collocati all'interno di ambasciate e consolati e rendono riconoscibile l'unitarietà con cui il sistema si muove all'estero.

Dall'altro lato, nel 2016 si è sistematizzato l'impegno del Maeci nell'elaborazione di una vera e propria strategia di promozione integrata del *Marchio Italia*, finalizzata a valorizzare, in un quadro coerente con gli interessi del Paese, il complesso delle eccellenze economiche, tecnologiche, scientifiche e culturali e che trova la sua sintesi nel programma integrato *Vivere all'italiana*, promosso e supportato da tutta la rete diplomatico-consolare. Cultura, turismo dei territori,

¹¹ Questa area tuttavia non comprende il Medio Oriente e i paesi ex Comunità degli stati indipendenti.

* Redatto da Paola Chiappetta, Davide Colombo, Marco Leone, Giulio Mignacca, Federico Mozzi e Lucia Pasqualini, Maeci.

lingua italiana, sistema universitario, archeologia, *design* ed enogastronomia sono alcuni degli assi portanti di questa strategia.

In particolare su questo secondo aspetto e proprio a partire dal 2016, sono state avviate alcune grandi operazioni di promozione integrata che hanno coinvolto il settore agroalimentare, con la realizzazione della prima Settimana della cucina italiana nel mondo, quello del *design*, con l'*Italian design day*, e la lingua italiana, con gli Stati generali della lingua.

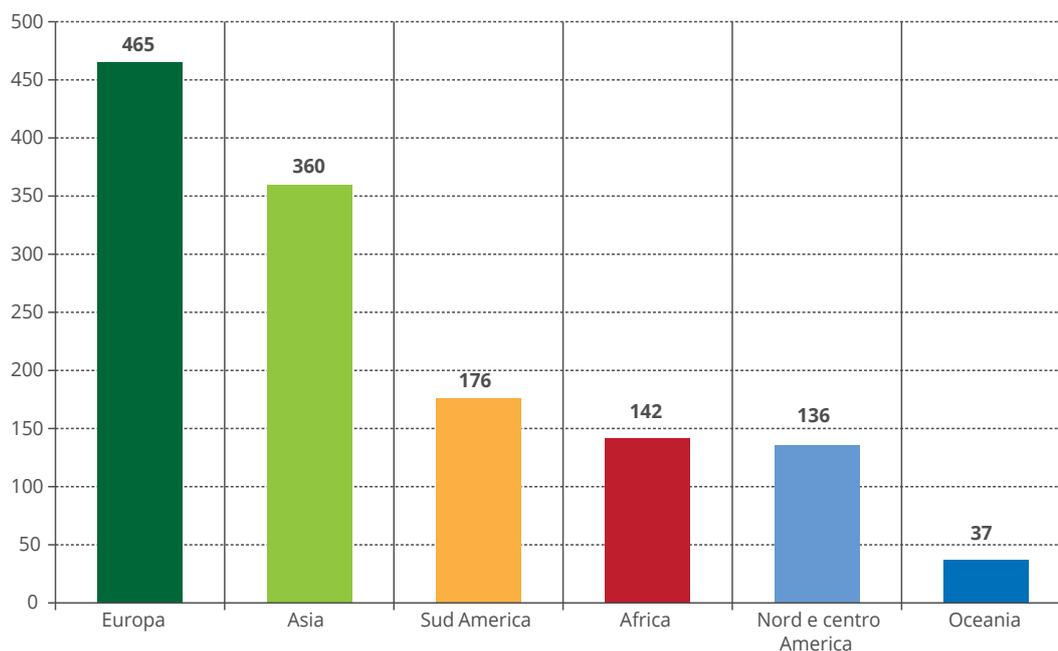
Settimana della cucina italiana nel mondo

La Settimana della cucina italiana nel mondo, che si è svolta per la prima volta dal 21 al 27 novembre 2016 e avrà cadenza annuale, ha sviluppato le tematiche portate avanti con successo da Expo Milano 2015 e racchiuse nella Carta di Milano: qualità, sostenibilità, cultura, sicurezza alimentare, diritto al cibo, educazione, identità, territorio e biodiversità. La cucina è infatti una delle componenti essenziali dell'identità e della cultura italiana, nonché uno dei segni distintivi del *Marchio Italia*.

Grazie al coordinamento tra il Maeci e le sue sedi estere, sono stati organizzati 1.400 eventi in 108 paesi, tra cui corsi di cucina, *cooking show* e *master class*, incontri con gli *chef*, seminari e dibattiti, degustazioni e cene a tema, eventi promozionali in ristoranti, proiezioni, rappresentazioni teatrali, concorsi e mostre legati al cibo e attività di promozione (grafico 7.4).¹²

Grafico 7.4 - La cucina italiana nel mondo

Numero di eventi per area geografica, anno 2016



Fonte: Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale

Il progetto si inserisce nel piano di azioni per il sostegno al settore agroalimentare e alla cucina italiana, cosiddetto *Food Act*, presentato dal Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali (Mpaaf) nel luglio del 2015, e nelle azioni previste dal Protocollo d'intesa per la valorizzazione all'estero della cucina italiana di qualità, sottoscritto tra Maeci, Mpaaf e Ministero dell'Istruzione, università e ricerca (Miur) il 15 marzo 2016.

¹² La rete del Maeci conta 295 sedi, tra uffici diplomatici o consolari e istituti italiani di cultura.



Le attività della settimana si sono anche integrate con il Piano straordinario per la promozione del *made in Italy* e l'attrazione degli investimenti esteri, con l'obiettivo di potenziare la rete distributiva dell'autentico agroalimentare italiano e di promuovere la conoscenza delle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane, in particolare quelle riconosciute dai sistemi di tutela pubblici, come ad esempio Denominazione di origine protetta, Indicazione geografica protetta, Biologico, Denominazione d'origine controllata e garantita, Denominazione di origine controllata e Indicazione geografica tipica.

Per sviluppare l'iniziativa il Maeci ha coinvolto, in stretta collaborazione con il Mpaaf, tutti gli attori pubblici e privati che, a vario titolo, rappresentano il settore agroalimentare e la cucina italiana di alto livello: Ministero dello Sviluppo economico, Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo (Mbact), Ice, Enit - Agenzia nazionale del turismo, Regioni, sistema camerale, associazioni di categoria, accademie di cucina, ristoranti italiani certificati e operatori del settore enogastronomico.

Italian design day: prima giornata del design italiano nel mondo

La prima giornata del *design* italiano nel mondo, svoltasi il 2 marzo 2017, ha promosso un settore fondamentale per la cultura e l'economia italiana. Il *design* italiano ha un forte contenuto simbolico perché, integrando l'arte e la bellezza del disegno in prodotti di consumo di massa, riesce a rappresentare i molteplici aspetti del *vivere all'italiana*. Il settore, inoltre, produce un fatturato stimato in 32 miliardi di euro, su un mercato globale di circa 100 miliardi.

Il progetto, una prima assoluta in questo settore, ha previsto l'organizzazione di oltre 163 eventi in 105 città del mondo coinvolgendo 110 *testimonial* del *design* italiano e 83 tra istituzioni, enti, associazioni e imprese italiane. In conferenze, incontri e tavole rotonde sul disegno industriale italiano i *testimonial* si sono confrontati con personaggi della formazione, dell'informazione e del commercio del paese ospite. Tutti gli eventi, arricchiti da mostre e momenti di incontro, sono stati introdotti dalla proiezione in anteprima del cortometraggio che il regista Matteo Garrone ha prodotto per la cinquantaseiesima edizione del Salone del mobile.

L'*Italian design day* si ripeterà nel 2018 allargando ulteriormente la ricerca dei comparti produttivi e delle eccellenze e realizzando una grande mostra che terrà conto dei materiali raccolti, delle esperienze e delle contaminazioni che si sono create nella prima edizione.

L'iniziativa è il risultato di un'azione di squadra attivata dal Maeci in collaborazione con il Mbact, l'Ice, la Triennale di Milano, l'Associazione per il disegno industriale, la Fondazione compasso d'oro e il Salone del mobile, coinvolgendo la maggior parte degli attori pubblici e privati che rappresentano il *design* italiano di qualità, il mondo delle imprese e il settore della formazione pubblica e privata, con un forte impatto mediatico e oltre 20.000 operatori di settore che hanno partecipato agli eventi organizzati in tutto il mondo.

Stati generali della lingua italiana

La promozione della lingua italiana all'estero è uno dei principali strumenti di cui dispone il nostro paese e riveste un ruolo di interesse prioritario per la politica estera italiana. A partire dal 2014, ai numerosi eventi promossi in questo campo dal Maeci si è affiancato un momento di analisi con i numerosi attori operanti nel campo della diffusione dell'italiano: gli Stati generali della lingua italiana nel mondo. Nell'ottobre del 2014, la prima edizione ha fatto il punto sullo stato di diffusione dell'insegnamento dell'italiano all'estero e ha permesso l'elaborazione di una nuova strategia operativa di promozione.

La seconda edizione degli Stati generali si è tenuta il 17 e 18 ottobre 2016 nella cornice di Palazzo Vecchio a Firenze. Intitolata *Italiano lingua viva*, questa edizione è stata dedicata ad approfondire i temi della promozione linguistica e culturale all'estero con particolare attenzione al ruolo del mondo dell'impresa e delle produzioni creative del *made in Italy*. La lingua italiana è infatti la

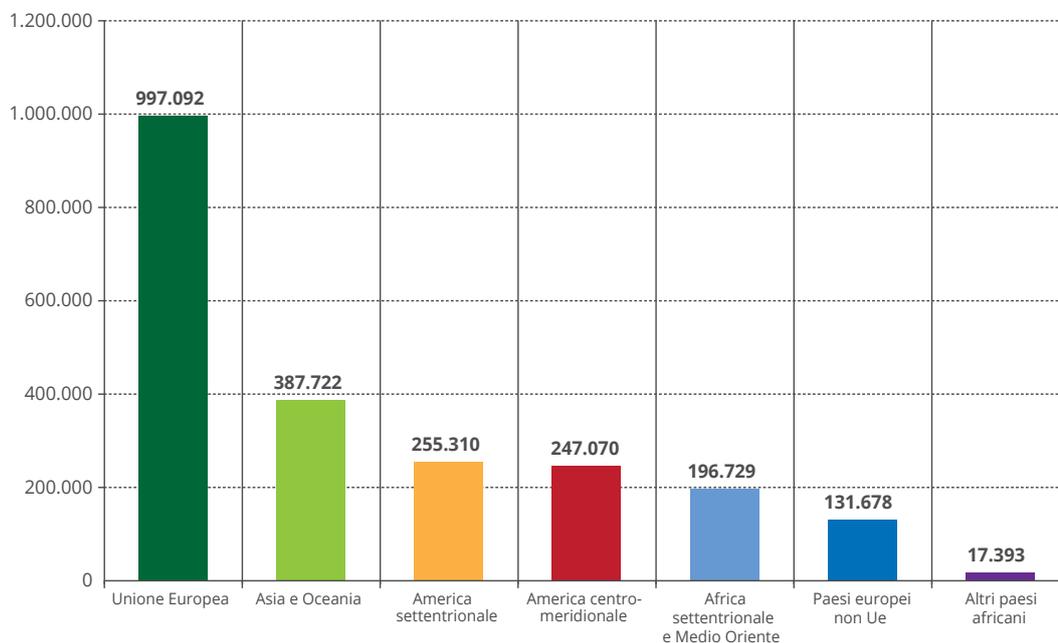
seconda più utilizzata nel panorama delle insegne commerciali in tutto il mondo anche in settori economici diversi da quelli tradizionali. Questo orientamento, che emerge in maniera evidente nelle strategie di comunicazione di molte aziende italiane e straniere, è stato oggetto di una tavola rotonda che ha visto la partecipazione di rappresentanti di Fiat Chrysler Automobiles (Fca), Illycaffè, Bulgari e San Pellegrino. Quest'ultima azienda ha sottolineato come l'inserimento della parola Toscana nell'etichetta di *Acqua Panna* ha comportato un aumento del fatturato del 14 per cento. Una strategia analoga è stata adottata dal gruppo Fca negli Stati Uniti, con una pubblicità interamente in italiano con sottotitoli in inglese che ha raccolto oltre 2 milioni di visualizzazioni su YouTube.

Nel corso dell'evento sono stati inoltre presentati il nuovo portale della lingua italiana nel mondo, un canale d'accesso unico a tutte le informazioni e agli aggiornamenti sulla promozione e l'insegnamento della lingua italiana all'estero, i risultati dei progetti avviati con la prima edizione del 2014 e i dati aggiornati sulla diffusione dell'insegnamento dell'italiano nel mondo (grafico 7.5).¹³ Al termine dei lavori è stato redatto il documento *Stilnovo II* contenente le linee guida e gli obiettivi specifici della politica di promozione linguistica fino al 2018.

L'evento ha evidenziato le sfide da affrontare nel biennio 2017-2018. L'obiettivo rimane quello di superare l'idea dell'insegnamento dell'italiano solo o principalmente rivolgendosi alla collettività di origine italiana per raggiungere invece la comunità locale che ha un forte interesse per l'Italia e per le sue produzioni di eccellenza. In questo senso, la diplomazia culturale resta un elemento centrale nell'azione di promozione integrata del sistema paese.

Grafico 7.5 - Studenti d'italiano per area geografica

Numero di studenti per area geografica, anno 2016



Fonte: Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale

¹³ Il portale della lingua italiana nel mondo è consultabile all'indirizzo Internet www.linguaitaliana.esteri.it.



7.1.3 Ice-Agenzia*

Promozione

L'attività messa in campo dall'Ice a sostegno dell'internazionalizzazione di gruppi di imprese, sulla base delle indicazioni della Cabina di regia per l'Italia internazionale (Crii) e nell'ottica di una programmazione coordinata e congiunta con i suoi componenti, è definita *promozione*. Essa è ampia e diversificata e abbraccia varie tipologie di programmi svolti per conto di numerosi interlocutori attraverso una gamma di strumenti.

Stanzamenti promozionali del Mse

Dal lato delle risorse disponibili, nel 2016 si è verificata una diminuzione dei fondi promozionali affidati dal Governo e da altre amministrazioni pubbliche all'Ice, passati a 131 milioni di euro dopo il picco di 175 toccato nel 2015. L'attività in quest'ambito ha comunque potuto contare su un'importante dotazione di fondi.¹⁴ Le seguenti quattro grandi commesse sono state rifinanziate.

- *Programma promozionale ordinario* (Pp) 2016, con 17,8 milioni di euro, tradizionale commessa del Mse che comprende interventi pianificati annualmente con proiezione triennale
- *Programmazione straordinaria per il made in Italy* (Psmi, 11,1 milioni) che dal 2004 si affianca in maniera complementare al Pp e ha un'ottica strategica di medio e lungo periodo
- *Piano straordinario per la promozione del made in Italy e l'attrazione degli investimenti* (Pspmi, 82,5 milioni), di durata triennale, dal 2015 al 2017, rivolto ad ampliare il numero delle imprese, in particolare piccole e medie, che operano nel mercato globale, a espandere le quote italiane del commercio internazionale, a valorizzare l'immagine del *made in Italy* nel mondo e a sostenere le iniziative di attrazione degli investimenti esteri in Italia¹⁵
- *Piano export sud* (Pes, 14,1 milioni), anch'esso triennale, dal 2014 al 2016, finalizzato a supportare l'internazionalizzazione di Campania, Calabria, Puglia, e Sicilia.¹⁶

A questi fondi, tutti di origine Mse, si sono aggiunte una commessa di 5,2 milioni di euro da parte del Ministero per le politiche agricole, alimentari e forestali (Mpaaf), per la valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari all'estero, commesse da parte delle Regioni per un ammontare di 1,2 milioni di euro, nonché altre di entità minore e di origine pubblica ma anche privata.

Nella prima metà del 2017 sono stati nuovamente finanziati, con importi identici a quelli dell'anno precedente, il Pp e il Psmi; il Pspmi ha ricevuto fondi per 122 milioni di euro, 39 in più rispetto al 2016. Sommando le commesse affidate da soggetti pubblici nella prima metà del 2017 si

* Redatto da Marco Saladini (Ice) in collaborazione con gli addetti alle attività documentate.

¹⁴ Per una disamina dell'uso degli stanziamenti di questa e altre annualità dei bilanci pubblici si veda il paragrafo successivo, *Spesa promozionale*.

¹⁵ Il Pspmi è stato delineato e finanziato con il decreto-legge 133 del 2014, convertito nella legge 164 del 2014. È stato presentato in dettaglio nell'edizione 2014-2015 di questo *Rapporto* ed è oggetto di un riquadro che ne presenta i primi risultati, pubblicato in questo capitolo. Una parte dei fondi è stata destinata direttamente dal Mse, come in passato, al programma di distribuzione di *vouchers* per l'impiego di *temporary export managers*, ai Consorzi per l'internazionalizzazione e alle Camere di commercio italiane all'estero. Dal 2017, gli stanziamenti del Pspmi sono tutti contenuti nel capitolo 7.482 del bilancio di previsione del Mse, a differenza che in passato, quando erano allocati nei capitoli 2.535 e 7.481. Rispetto agli altri fondi del Mse, quelli del Piano straordinario presentano differenze in termini di procedure amministrative e rendicontazione.

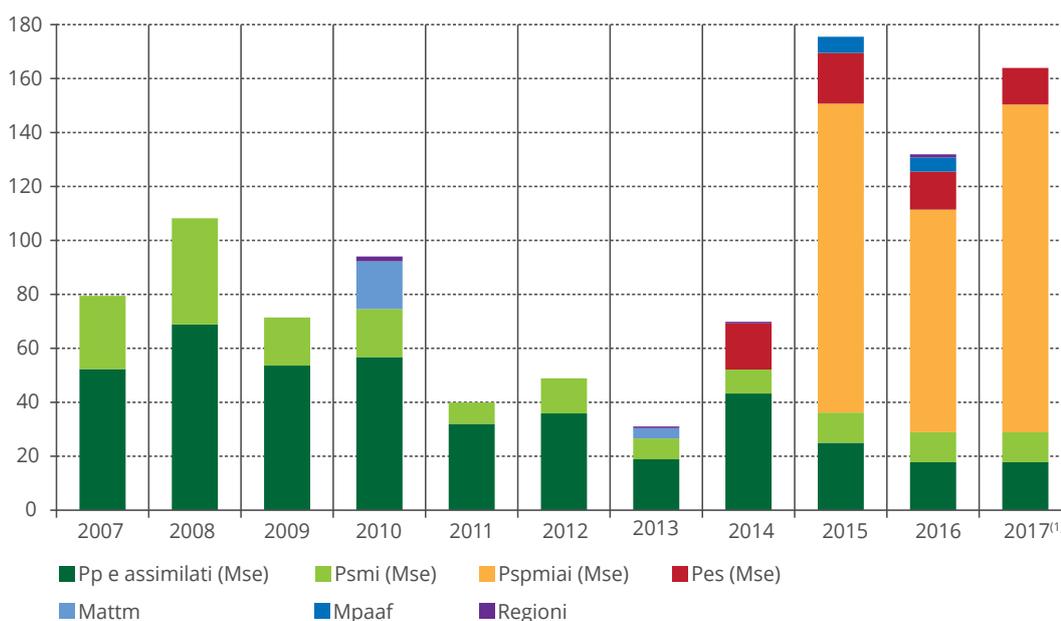
¹⁶ Il primo Pes è stato adottato nell'ambito del processo di riprogrammazione del Programma operativo nazionale ricerca e competitività, a valere su fondi Ue 2007-2013 e definito dalla Direzione generale per l'Incentivazione delle attività imprenditoriali del Mse. Per ulteriori dettagli si vedano l'edizione 2013-14 di questo *Rapporto* e il sito istituzionale dell'Ice, all'indirizzo Internet http://www.ice.gov.it/export_sud/export_sud.htm.

giunge a un totale provvisorio di 150 milioni di euro, cui andranno ad aggiungersi gli stanziamenti del secondo Pes, di entità prevista pari a 13,6 milioni di euro per la prima annualità (grafico 7.6).

A valere su fondi dell'Unione Europea, messi a disposizione dal Programma operativo nazionale imprese e competitività 2014-2020, si aprirà infatti nel 2017 un nuovo ciclo di interventi di promozione e di formazione all'internazionalizzazione a favore delle micro, piccole e medie imprese del Mezzogiorno. L'Ice è chiamato a eseguire il Piano export sud II utilizzando una dotazione finanziaria pari a 50 milioni di euro, assegnati dal Mse a febbraio 2017. Le risorse saranno destinate per un importo di 43,4 milioni all'attuazione di misure a favore delle Pmi localizzate nelle regioni meno sviluppate e per un importo di euro 6,6 milioni all'attuazione di misure a favore delle Pmi localizzate nelle regioni in transizione.¹⁷ Le azioni saranno realizzate attraverso quattro programmi operativi annuali, con la duplice finalità di trasformare imprese potenzialmente esportatrici in esportatori abituali e di incrementare la quota di esportazione, sul totale nazionale, ascrivibile alle regioni del Mezzogiorno. Il Pes II avrà avvio nel secondo semestre 2017, in continuità con la prima edizione del Piano.

Grafico 7.6 - Stanziamenti amministrazioni pubbliche italiane per attività promozionali eseguite dall'Ice

Valori in milioni di euro



⁽¹⁾ Stanziamenti annunciati nella prima metà del 2017.

Fonte: Ice

Per comprendere appieno il ciclo di utilizzo delle risorse, occorre tenere presente che tra il perfezionamento degli stanziamenti e il momento nel quale i fondi vengono impiegati si svolgono importanti e delicate fasi di concertazione e programmazione, durante le quali Mse e Ice raccolgono proposte provenienti sia dalle reti degli uffici Ice e Maeci all'estero sia dalle associazioni imprenditoriali. Modalità e tempi con i quali tali fasi hanno luogo sono stati oggetto di revisione negli ultimi anni: il Mse e le istanze imprenditoriali hanno assunto un ruolo più attivo che in pas-

¹⁷ Le regioni meno sviluppate, quelle con un prodotto interno lordo (Pil) *pro capite* inferiore al 75 per cento della media dell'Ue, sono Calabria, Campania, Basilicata, Sicilia, Puglia. Le regioni in transizione, con un Pil *pro capite* compreso tra il 75 e il 90 per cento della media dell'Ue, sono Abruzzo, Molise e Sardegna.



sato. Sono poi necessari passaggi amministrativi di approvazione e autorizzazione. Il processo descritto richiede tempo con la conseguenza che talora per impiegare i fondi occorre attivare procedure di urgenza.

Di fronte alle notevoli dimensioni delle commesse affidate all'Ice, alla domanda crescente di sostegno all'internazionalizzazione da parte delle imprese e alle nuove funzioni e ai nuovi compiti affidati all'Agenzia in diversi ambiti della sua attività, da più parti è stata ribadita la necessità di adeguarne urgentemente le risorse umane e infrastrutturali. L'attuale valore della spesa per addetto, che ha raggiunto un massimo storico nel 2016, è il risultato di un'evoluzione di lungo periodo che ha visto spesa promozionale e personale muoversi in direzioni contrapposte, con una forte crescita della spesa e una diminuzione drastica del personale, particolarmente rapida per quello assunto in Italia, meno per quello assunto all'estero. Ne è risultato un aumento pressoché costante e notevolissimo dei fondi promozionali impiegati per addetto.¹⁸ Né va sottaciuta la problematica dei tagli alle spese di funzionamento, documentata ampiamente nei bilanci degli ultimi anni.

Spesa promozionale

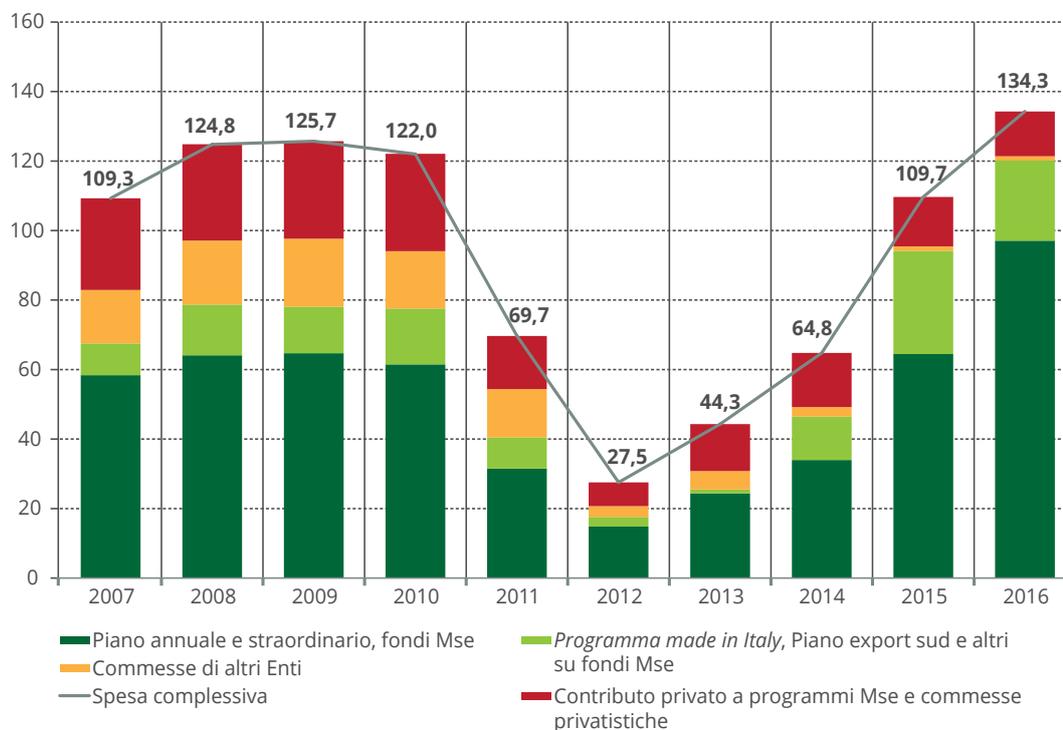
Dal lato della spesa, nel 2016 le risorse promozionali mobilitate dall'Ice sono nuovamente cresciute, a quota 134 milioni di euro, un record assoluto, con un incremento del 22,4 per cento rispetto all'anno precedente. Tale risultato, reso possibile dall'andamento degli stanziamenti appena descritto, è la testimonianza concreta da un lato del riconoscimento del ruolo e delle potenzialità dell'Ice da parte di istituzioni e *stakeholders* e dall'altro dell'impegno dell'Agenzia nell'attuazione di quanto richiesto. Tra gli altri fattori abilitanti si evidenzia lo sforzo per chiudere contabilmente le attività in modo più tempestivo, per migliorare la gestione dei fondi e renderne possibile il riutilizzo laddove appropriato.

Tra le tipologie di programma principali, hanno occupato un posto di assoluta preminenza Pp e Pspmi, che hanno totalizzato una spesa di 108,4 milioni (33,5 per cento in più che nel 2015), seguiti dal Piano *export* sud, con 12,2 milioni spesi (+1,7 per cento) e quindi dal Piano *made in Italy*, con 11 milioni (-19,1 per cento); altri programmi minori hanno totalizzato una spesa di meno di tre milioni di euro. Se al contributo dei privati ai costi della promozione Ice si somma quanto conferito per la realizzazione di iniziative di promozione privatistiche si nota un'ulteriore diminuzione rispetto al 2015; il risultato, pari a 12,9 milioni di euro, in contrazione di 1,3 milioni, ha risentito del calo di entrambe le componenti sopra ricordate. Il Mse da qualche anno ha infatti spinto verso un contenimento dei costi per le imprese italiane beneficiarie degli interventi di promozione, che si è tradotto in un aumento della quota dei fondi pubblici impiegati per la loro realizzazione (grafico 7.7).

¹⁸ Da un confronto effettuato su dati amministrativi emerge che tra il 1989 e il 2016 la spesa promozionale divisa per il numero di dipendenti assunti in Italia è aumentata da 34.000 a 314.000 euro (+819 per cento, tasso di variazione medio annuo o Tcma del +8,6 per cento) in termini nominali; a prezzi costanti, l'aumento è stato del +362 per cento, Tcma +5,8 per cento. Volendo considerare anche i dipendenti assunti all'estero su fondi istituzionali e promozionali, lo stesso quoziente è passato da 44.000 euro nel 1999, primo anno per il quale si dispone dei dati necessari per calcolarlo, a 144.000 euro nel 2016 (+228 per cento, Tcma del +7,2 per cento), in termini nominali; a prezzi costanti, l'aumento è stato del +144 per cento, Tcma +5,4 per cento. Si noti che il personale assunto in Italia è andato decrescendo in maniera molto rapida, passando da 1.473 addetti nel 1989 a 884 nel 1999 e a 428 nel 2016, mentre il personale locale ha avuto un andamento anch'esso discendente ma con più gradualità, portandosi da 640 addetti nel 1999 a 504 nel 2016. Occorre inoltre ricordare che il complesso dei fondi assegnati all'Ice per coprire le spese di funzionamento, come stipendi, servizi e immobilizzazioni, è fortemente diminuito nel tempo, come si può agevolmente constatare consultando i bilanci consuntivi dell'Agenzia, toccando un minimo storico nel 2016.

Grafico 7.7 - Spesa promozionale dell'Ice per principali componenti

Milioni di euro, inclusi contributi dei privati a qualsiasi titolo



Fonte: Ice

La partecipazione delle imprese italiane all'attività di promozione ha continuato ad aumentare nel 2016, in sintonia con l'analoga tendenza della spesa. Complessivamente le presenze sono state 21.900, contro le 19.700 del 2015 e le 12.900 del 2014. Il numero di fatture emesse nel 2015 è stato pari a 4.555 (+35 per cento rispetto al 2014), mentre il numero dei singoli clienti è ammontato a 2.782 (+32 per cento).¹⁹ Si sono coinvolti nell'attività promozionale 17.100 operatori esteri (-6 per cento) e si sono organizzati circa 77.600 incontri organizzati con operatori italiani (+11 per cento), con un grande impulso dato dalle iniziative realizzate in occasione delle azioni di potenziamento del sistema fieristico italiano.

Nel complesso l'azione promozionale attuata dall'Ice è stata impostata e sviluppata sulla base delle indicazioni della Crii, nell'ottica di una strategia di programmazione coordinata e congiunta con gli altri attori coinvolti nell'attività a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese. In coerenza con le *linee guida* della Crii, l'Agenzia ha avviato azioni di potenziamento dei grandi eventi fieristici italiani e una campagna pluriennale di contrasto al fenomeno dell'*Italian sounding*, oltre a rinnovare le collaborazioni con le principali catene distributive mondiali e supportare le produzioni agroalimentari nazionali come *follow-up* di Expo 2015. Sono state inoltre messe in atto le tradizionali iniziative di supporto alle piccole e medie imprese (Pmi) come ad esempio le partecipazioni collettive alle principali fiere internazionali di settore, le attività di *incoming*, la formazione e i *Roadshows* per l'internazionalizzazione.

Nel 2016 sono state realizzate complessivamente circa 800 iniziative promozionali, contro le circa 750 del 2015.

¹⁹ Una parte dei clienti promozionali è rappresentata da enti o associazioni che organizzano attività per conto di gruppi di imprese, ciò che causa una sottostima del numero di partecipanti reali.



Tavola 7.4 - Spesa promozionale per sistemi merceologici

Valori in milioni di euro e quote percentuali sul totale

Sistemi merceologici	Spesa per attività promozionali			Quota sul totale		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Moda, persona e tempo libero	14,5	26,5	38,3	22,5	24,1	28,5
Agro-alimentare	9,5	24,2	37,1	14,7	22,1	27,6
Meccanica ed elettronica ⁽¹⁾	13,5	21,9	23,5	20,9	19,9	17,5
Casa e ufficio	13,7	21,0	11,2	21,1	19,2	8,3
Formazione	5,7	9,0	4,9	8,9	8,2	3,6
Collaborazione industriale	2,6	3,7	1,6	4,0	3,3	1,2
Chimica e ambiente ⁽²⁾	1,6	2,3	1,3	2,5	2,1	0,9
Plurisettoriale	3,5	1,0	12,7	5,4	0,9	9,5
Totale	64,8	109,7	134,3	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Incluso subfornitura elettronica ed elettrotecnica

⁽²⁾ Prodotti e attrezzature

Fonte: Ice

Andamenti della spesa differenziati per settori si sono registrati nel 2016 rispetto all'anno precedente (tavola 7.4). La promozione dei settori compresi nel sistema moda, persona e tempo libero, ha assorbito più risorse degli altri, ovvero 38,3 milioni di euro destinati prevalentemente al comparto tessile e abbigliamento, ai prodotti per la persona e al sistema moda nel suo complesso. Ha fatto seguito il comparto agroalimentare che è balzato a 37,1 milioni spesi, un importo quasi quadruplicato rispetto al 2014. È restato in terza posizione il comparto meccanica ed elettronica, con 23,5 milioni di spesa. In diminuzione sono apparsi gli esborsi per i comparti casa e ufficio, collaborazione industriale e chimica e ambiente, nonché le attività di formazione e quelle finalizzate allo sviluppo della collaborazione industriale (rispettivamente 4% e 1% il peso di ciascuno dei due ambiti sul budget complessivo). È comparsa per la prima volta una consistente spesa per le attività di attrazione degli investimenti esteri in Italia, pari a circa 3,7 milioni di euro. Alla promozione merceologica, che è rimasta prevalente, si sono affiancati in maniera complementare gli interventi a carattere trasversale e plurisettoriale, come *Roadshows* per l'internazionalizzazione, azioni di comunicazione, fiere plurisettoriali, *desks*, studi e altri, con una spesa di 13 milioni di euro, in fortissimo aumento.

Dal punto di vista geografico nel 2016 è aumentata ulteriormente la spesa nelle tre aree geografiche più importanti per la promozione pubblica, ovvero Unione Europea (da 34,2 a 56,2 milioni di euro), America Settentrionale (da 23,3 a 32,6) e Asia e Pacifico (da 19,4 a 23,7). In tutte le altre aree e nel raggruppamento dei paesi vari la spesa è diminuita, con la sola eccezione del lieve aumento che ha interessato l'America centro-meridionale. Nella ripartizione per area, Unione Europea e America settentrionale hanno guadagnato quota, rispettivamente per 10,7 e 3,1 punti percentuali. Non è mancato il sostegno alle iniziative a favore dell'internazionalizzazione svolte in Italia, tra le quali il potenziamento dei grandi eventi fieristici, le azioni di *incoming* e di formazione, i convegni e i seminari (tavola 7.5).

Tra i principali mercati dell'attività promozionale 2016 si evidenzia la forte crescita delle iniziative negli Stati Uniti, che si confermano primo Paese per entità dell'investimento promozionale, con 26,8 milioni di euro, rispetto ai 17,9 del 2015, in attuazione degli indirizzi strategici della Crii, che indicano negli Usa il principale mercato maturo da valorizzare, in quanto appare in grado di fornire il maggior contributo allo sviluppo degli scambi mondiali. Al secondo posto si trova la Cina con 8,2 milioni di euro spesi, in lieve calo rispetto al 2015 (8,8). In crescita si mostrano anche le risorse destinate al Giappone (6,3 milioni di euro) che sale al terzo posto, seguito da Francia, Canada e Regno Unito e dalla Germania, che passa da 4,8 a 2,5 milioni. A chiudere la

graduatoria dei primi dieci paesi per spesa promozionale sono Emirati Arabi Uniti, Russia e Iran, dove si è registrato un marcato incremento delle risorse, da 0,2 a 1,5 milioni, a seguito della fine delle sanzioni contro il paese.

Tavola 7.5 - Spesa promozionale per aree geografiche

Valori in milioni di euro e quote percentuali sul totale

Aree geografiche	Spesa per attività promozionali			Quota sul totale		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Unione Europea	11,6	34,2	56,2	17,9	31,2	41,9
America settentrionale	8,8	23,3	32,6	13,6	21,2	24,3
Asia e Pacifico	16,3	19,4	23,7	25,2	17,7	17,6
Vari	16,3	20,9	11,1	25,2	19,0	8,3
Paesi europei non Ue	5,2	4,9	4,7	8,0	4,4	3,5
America centro-meridionale	3,9	3,0	3,3	6,0	2,8	2,5
Africa	2,6	4,0	2,6	4,0	3,7	1,9
Totale	64,8	109,7	134,3	100,0	100,0	100,0

Fonte: Ice

Dal punto di vista delle tipologie di iniziativa promozionale, restano saldamente in testa le manifestazioni espositive, con 45,7 milioni di euro, nonostante una riduzione rispetto al 2015 (-1,4 milioni). Guadagnano posizioni le missioni di operatori in Italia e all'estero, le azioni di comunicazione e pubblicitarie e le attività di formazione e seminari (+11,9, +8,5 e +4,1 rispettivamente). Dal 2016 si affacciano sulla scena la *Digital economy* e Industria 4.0, con specifiche attività, per una spesa di 5,7 milioni di euro. Particolarmente innovative si sono rivelate le linee di attività promozionale svolte con le catene di supermercati e grandi magazzini, che hanno ricompreso interventi non solo nei punti vendita ma anche nei siti di commercio elettronico dei partner (si veda riquadro in questo capitolo del *Rapporto*).

Si segnala inoltre l'organizzazione da parte dell'Ice di sette missioni imprenditoriali all'estero nel 2016 e di tre nella prima metà del 2017, in coincidenza con visite governative e istituzionali e con lo scopo di esplorare nuovi mercati e stabilire contatti con le controparti estere, durante le quali si sono svolti migliaia di incontri d'affari tra imprese italiane e locali (si veda anche il paragrafo *Quadro d'insieme, supra*).

Tavola 7.6 - Spesa promozionale per tipologia d'intervento

Valori in milioni di euro e quote percentuali sul totale

Tipologia di intervento	Spesa per attività promozionali			Quota sul totale		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Manifestazioni espositive	32,3	47,1	45,7	49,9	42,9	34,0
Missioni di operatori in Italia e all'estero	7,4	17,3	29,2	11,4	15,7	21,8
Azioni di comunicazione e pubblicitarie	8,2	14,1	22,5	12,6	12,8	16,7
Altre iniziative	6,3	17,0	14,3	9,8	15,5	10,7
Attività di formazione e seminari	6,4	10,1	14,2	9,8	9,2	10,6
<i>Digital economy</i> e Industria 4.0	-	-	5,7	-	-	4,2
Attività di supporto informativo e assistenza tecnica	4,2	4,1	2,6	6,4	3,8	1,9
Totale	64,8	109,7	134,3	100,0	100,0	100,0

Fonte: Ice



La promozione dell'Ice-Agenzia presso la grande distribuzione organizzata

di Rossana Ciralo*

Uno dei maggiori ostacoli alla penetrazione sistematica dei mercati esteri per le produzioni italiane di qualità, in particolar modo per quelle delle aziende di minore dimensione, è rappresentato dalla limitata presenza nelle catene della grande distribuzione organizzata (Gdo), ormai presenti a livello globale.

Con il Piano straordinario triennale di promozione del *made in Italy* e attrazione degli investimenti esteri, varato dal Governo nel 2015 e affidato in gran parte all'Ice-Agenzia (Ice) per l'attuazione, è stata introdotta una specifica linea di intervento, denominata *Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione*, con stanziamenti dedicati (si veda anche il riquadro sul Piano in questo capitolo del *Rapporto*). Il supporto che l'Ice intende fornire alle imprese italiane viene generato grazie ad accordi con alcune importanti catene operanti nei principali mercati esteri che hanno lo scopo di inserire a scaffale i marchi *made in Italy*, soprattutto quelli appartenenti ad aziende non ancora presenti e di medie e piccole dimensioni.

Lo stanziamento messo a disposizione di questa misura consente di realizzare importanti *partnership* con altrettante catene della grande distribuzione.

All'incremento delle vendite si affianca una serie di altri possibili risultati non meno importanti:

- consolidamento e /o miglioramento delle *performance* dei *brand* già presenti
- inserimento, per quanto più possibile stabile, di nuovi *brand* e nuove merceologie
- creazione di *partnership* strategiche con i più importanti *player* del mercato locale
- promozione dell'immagine del *made in Italy*
- potenziamento delle azioni di comunicazione verso il consumatore
- formazione del personale di vendita e dei consumatori
- *co-marketing* con altri settori merceologici, come ad esempio agroalimentare, *design* e turismo

Ogni accordo vede la partecipazione attiva della controparte straniera che si impegna a cofinanziare una campagna promozionale e ad acquistare nuovi prodotti di marchi italiani non ancora commercializzati dalla catena.

Di norma i *target* vengono così determinati:

1. acquisti aggiuntivi da parte del *partner* durante il periodo di promozione compresi fra 4 e 8 volte il contributo programmato dall'ICE-Agenzia
2. il 25-30 per cento in valore degli acquisti aggiuntivi proveniente da un numero sostanziale di nuovi fornitori da definire in accordo con il *partner*.

Per ogni promozione vengono inoltre definiti

- numero di punti vendita coinvolti
- durata della promozione
- descrizione delle attività *in-store*, come ad esempio spazi dedicati, materiale informativo e/o promozionale, grafica, allestimenti, personale coinvolto
- piano di comunicazione integrato, su *media* digitali e tradizionali, in sinergia con le attività di comunicazione dei singoli *brand* e dell'Ice; in questo caso è richiesto un investimento diretto della controparte pari almeno al 60 per cento del *budget* complessivo.

* Ice.

L'Ice facilita l'individuazione di nuovi fornitori anche attraverso missioni di *buyer* delle catene partner nei distretti produttivi italiani, talora in coincidenza con gli eventi fieristici di maggiore rilevanza per ciascun settore, pubblicizzandole presso le aziende potenzialmente interessate. Nell'ottica innovativa di realizzare azioni di promozione *multichannel*, le nuove *partnership* con la Gdo pongono un *focus* particolare sull'utilizzo di strumenti digitali di marketing e di comunicazione, unitamente a quelli tradizionali.

Nel 2016 le azioni si sono concentrate in Stati Uniti d'America (Usa), Canada, Giappone e Cile anche in considerazione dell'interesse mostrato dagli interlocutori locali. Nei paesi membri dell'Associazione delle nazioni del sud-est asiatico (Asean) sono in fase di definizione azioni riguardanti il sistema moda-persona.

Stati Uniti d'America

Negli Usa sono stati coinvolti oltre 470 punti vendita, 130 nuovi fornitori italiani e oltre 800 nuove referenze, ovvero prodotti o loro varianti. Sono stati finalizzati accordi, per il settore agroalimentare, con le seguenti catene.

- H-E-B - la promozione, denominata *Ciao Italia*, ha riguardato 312 punti vendita in Texas. Sono stati introdotti 47 nuovi fornitori e 479 nuovi prodotti. L'incremento di acquisti di prodotti italiani è stato del 17 per cento
- Price Choppers - la promozione, denominata *Buy Authentic Italian*, ha riguardato 135 punti vendita nell'area metropolitana di New York. Sono stati introdotti 38 nuovi fornitori e 99 nuovi prodotti
- Mariano's - la promozione, denominata *La Tavola Italiana Due*, ha riguardato 34 punti vendita in Illinois. Sono stati introdotti 41 nuovi fornitori e 215 nuovi prodotti, con un incremento di acquisti di prodotti italiani del 45 per cento.

Altri accordi in *pipeline* riguardano le catene Hyvee (presente in Iowa, Nebraska, Missouri, Illinois, Minnesota, Kansas e South Dakota), Meijer (presente in Michigan, Ohio, Indiana, Illinois, Kentucky), Schnucks (presente in Missouri, Illinois, Wisconsin, Iowa) e Wakefern (presente in New Jersey, Maryland, Pennsylvania).

A maggio 2017 Ice e Walmart hanno firmato un accordo che prevede la distribuzione di vino e prodotti agroalimentari tramite i 3.600 negozi della catena negli Stati Uniti, la creazione di una linea di prodotti a marchio Walmart importati direttamente dall'Italia, l'organizzazione, da parte di Ice, di missioni di *buyer* della catena per ricercare nuovi prodotti da inserire sugli scaffali e l'inserimento del logo *Extraordinary Italian Taste* su tutto il materiale promozionale e di marketing presente nei punti vendita, come ad esempio insegne, etichette, *brochure* e pubblicità *on line*.

Relativamente al sistema moda e persona e ai suoi principali settori, ovvero abbigliamento, calzature, accessori e gioielleria, sono in corso azioni con le catene *leader* nei prodotti di alta qualità: Bergdorf Goodman e Saks Fifth Avenue. Le promozioni prevedono selezione di nuovi fornitori, eventi *in-store* e azioni di comunicazione, principalmente tramite l'utilizzo di *social media*.

Ormai conclusa è invece la promozione con la grande catena Nordstrom, con sede a Seattle nello stato di Washington e 229 punti vendita in 29 altri stati. La promozione era stata avviata da una missione di *scouting* in Italia della *fashion guru* Olivia Kim, direttore creativo del grande magazzino, che aveva incontrato 85 aziende italiane e selezionato 55 marchi, con ordini di 9.777 articoli per 387 referenze, per un valore di Usd 1.300.000 a prezzi all'ingrosso, pari a circa Usd 4.000.000 a prezzi al dettaglio. Successivamente è stata realizzata la promozione negli Usa, con la realizzazione di *pop-in store* nei punti vendita di Dallas, Houston, Austin, San Antonio. Per venti delle aziende inserite il rapporto tra articoli messi a disposizione della catena e articoli venduti è stato superiore all'80 per cento. La promozione è stata supportata da un'ampia campagna di comunicazione, che ha utilizzato principalmente i *social media*.



D'intesa con associazioni imprenditoriali di settore e con Confindustria è stata altresì realizzata una mappatura aggiornata di 249 *independent retailers* Usa, vera spina dorsale della distribuzione italiana nel paese e cui si deve l'introduzione della maggior parte dei marchi italiani nella provincia americana, cioè in aree diverse dalle grandi città metropolitane, ma popolate da consumatori ad alto reddito. Dalla mappatura sono emersi 23 *retailer* di particolare spicco e con questi saranno effettuate entro il 2017 delle verifiche per nuovi accordi di promozione e/o distribuzione.

Altri paesi

L'attività in Canada ha coinvolto le catene Harry Rosen (per 2 stagioni) e Brown's, per il sistema moda, e Longo's per il settore agroalimentare. Harry Rosen ha realizzato presso i propri 17 punti vendita, nonché tramite il proprio sistema di *e-commerce*, una serie di iniziative focalizzate su azioni di *in-store promotion*. A seguito dell'accordo con l'Ice, Harry Rosen ha visto aumentare del 10 per cento gli acquisti di prodotti di lusso e dell'8 per cento gli acquisti di marchi di fascia medio-alta. La promozione con Brown's ha comportato un incremento del 25 per cento delle vendite di prodotti italiani. Longo's, presente a livello regionale, rappresenta un *player* strategico per la grande distribuzione alimentare in Canada. L'intervento dell'Ice ha avuto come obiettivi la diffusione della conoscenza dei prodotti italiani, la promozione dell'autentico italiano e l'incremento delle vendite. La promozione ha prodotto un incremento delle vendite pari al 32 per cento e ha incluso azioni di comunicazione *off line* e *on line*, con una sezione dedicata al *made in Italy* su un portale della catena.¹

In Giappone, per il sistema moda-persona, è stato individuato quale *partner* Isetan-Mitsukoshi, che possiede prestigiosi punti vendita nel paese. La promozione, programmata da ottobre 2016 ad aprile 2018, include tutti i punti vendita in Giappone, 2 a Singapore e 1 in Malaysia e consiste in una campagna di marketing, pubblicità e pubbliche relazioni, vetrine esterne e postazioni all'interno dei punti vendita interamente dedicate ai prodotti italiani. A fine 2016, 14 *buyer* della catena hanno visionato i prodotti di 104 aziende da loro pre-selezionate, con l'intento di individuare 50 nuovi marchi da introdurre nel 2017 e ulteriori 50 da introdurre nel 2018.

Venendo all'America meridionale, per il sistema moda e persona, è stata scelta come partner la catena *Falabella*, fondata da soci di origine italiana che mirano a qualificare il grande magazzino con una gamma *premium made in Italy*. La promozione, denominata *Ciao Italia*, ha coinvolto 3 punti vendita ripartiti tra Cile, in Perù e in Colombia. Sono stati movimentati complessivamente 38 marchi, di cui 10 nuovi, con acquisti di prodotti italiani per circa 1,4 milioni di euro. Oltre agli eventi *in store*, è stata anche realizzata una campagna sul portale *on line* della catena, che conta per il 25 per cento del totale delle vendite.²

Un posto a parte occupa la campagna, denominata *Britalia*, realizzata con il grande magazzino Harvey Nichols, che ha coinvolto nel Regno Unito oltre al *flagship store* di Londra sito a Knightsbridge anche i punti vendita di Manchester, Leeds, Liverpool, Edinburgh, Birmingham, Bristol e Dublin nonché negozi a Hong Kong (2), Dubai, Kuwait, Riyadh, Istanbul e Ankara. A seguito di più di 100 missioni di acquisto in Italia, sono stati introdotti 147 nuovi fornitori italiani e presentati oltre 970 nuovi prodotti. La promozione ha coinvolto anche le piattaforme *social* di Harvey Nichols, con 317.000 *followers* su Instagram, 362.000 *followers* su Twitter e 188.000 *followers* su Facebook. Per i *social* è stato creato l'*hashtag* specifico #Britalia. Complessivamente i *post* sui canali *social* più noti sono stati superiori a 135 milioni.

Nel 2017 si prevede di integrare le promozioni presso i nuovi *partner*, mediante la realizzazione di *shop in shop* interamente dedicati al *made in Italy* in piattaforme ad alto traffico e *cross country*. Le nuove attività potranno beneficiare di ulteriori finanziamenti previsti dalla linea di intervento dedicata all'incremento dell'utilizzo dell'*e-commerce* da parte delle imprese italiane, soprattutto piccole e medie (si veda *focus* sul commercio digitale in questo Rapporto).

¹ Il portale è consultabile all'indirizzo Internet www.grocerygateway.com.

² Il portale è consultabile all'indirizzo Internet www.falabella.com.

Il piano straordinario per la promozione del *made in Italy* e l'attrazione degli investimenti: i primi risultati

di Raffaele Di Pietro*

Nel 2016 è proseguita l'attuazione da parte dell'Ice-Agenzia del Piano di interventi avviato nel 2015 dal governo, con l'obiettivo di rilanciare il *made in Italy* sui mercati internazionali grazie ad azioni di sostegno consistenti nell'erogazione di servizi reali e nella concessione di contributi. L'Ice, principale attuario del Pspmi, ne ha curato 9 delle 10 linee di attività previste dal Decreto legge 133 del 2014. I principali risultati sono presentati nella tavola 1 attraverso alcuni indicatori-chiave e di seguito commentati.¹

A) Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese, in particolare piccole e medie

Le iniziative svolte fanno capo principalmente a due filoni di intervento.

- *Roadshow per le piccole e medie imprese*

Il progetto è proseguito nel 2016 e prima metà del 2017 totalizzando, a fine giugno, 11.357 incontri tra funzionari Ice e rappresentanti di 7.134 imprese, ripartiti in 48 tappe.² con una soddisfazione complessiva dei partecipanti all'evento pressoché totale. Sulla base dell'esperienza accumulata nella primavera del 2017 è stato lanciato un formato più mirato che fa leva sulla collaborazione tra diversi attori del sistema pubblico di supporto all'internazionalizzazione, come Ice, Sace e Simest (si veda riquadro in questo capitolo). Saranno inoltre svolti interventi di *follow-up* formativo a favore delle aziende partecipanti alle singole tappe del *Roadshow*.

- *Master per la formazione di Temporary export manager*

Con lo scopo di aumentare la disponibilità di professionisti esterni che assistano le Pmi nel definire strategie di internazionalizzazione a costi contenuti, le due edizioni del progetto *Temporary export manager* hanno portato alla formazione di 300 allievi fra giovani laureati e professionisti con almeno tre anni di esperienza. Entrambe le edizioni del *master* sono state strutturate con una prima fase di formazione in aula (nel 2015 a Bologna, Ancona e Bari, nel 2016 a Bologna e Napoli), seguita da una formazione *on the job* presso l'azienda, finalizzata all'elaborazione di un progetto per l'ingresso dell'azienda ospitante sui mercati internazionali.

B) Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale

Gli interventi di potenziamento hanno coperto i principali eventi fieristici rappresentativi dell'eccellenza della struttura produttiva italiana, sia per i beni di consumo che per i beni strumentali. Inoltre, a partire dal 2016, sono state supportate le sole manifestazioni che abbiano ottenuto o chiesto di ottenere, la certificazione dell'Istituto di certificazione dati statistici fieristici nell'ottica di favorire la trasparenza e certezza dei sistemi di rilevazione dei dati e di garantire la coerenza tra la normativa nazionale a livello di sistema fieristico e quella internazionale. L'azione dell'Ice si è concentrata soprattutto nel 2015, con circa 100.000 operatori fra *buyer* internazionali e giornalisti coinvolti e 20.000 uscite sui *media*. Nel 2016 sono stati coinvolti circa 3.000 operatori e realizzate 2.000 uscite sui *media*.

* Ice.

¹ Nel leggere la tavola si tenga presente che le attività sono state avviate progressivamente a partire dal quarto trimestre del 2015 e quindi che non tutte le linee previste dal Pspmi hanno fatto registrare risultati nell'anno di avvio.

² Solo una parte del progetto è stata coperta con fondi del Pspmi. Il progetto è anche noto con il nome di *Roadshow per l'Italia internazionale*.



Tavola 1 - Attività promozionale del Piano straordinario nel 2016

Valori in milioni di euro e unità per linee di attività e principali programmi

Linee d'intervento ⁽¹⁾	Fondi spesi	Iniziative	Partecipanti italiani	Partecipanti esteri	Incontri B2b
2015					
A) Formazione	0,3	18	180	-	3.962
<i>Temporary export manager</i>	0,2	3	180	-	-
B) Potenziamento fiere italiane	5,6	34	265	1.353	3.326
C) Produzioni di eccellenza	0,9	5	52	-	-
D) Grande distribuzione organizzata	2,3	11	0	30	320
E) Segno distintivo ed Expo 2015	1,3	10	10	700	18.800
F) Italian sounding	2,3	1	-	-	-
G) E-commerce	-	-	-	-	-
H) Tipologie promozionali innovative	2,5	18	59	364	-
Mercati con nuove opportunità	0,6	8	26	304	-
I) Voucher per le Pmi⁽²⁾	-	-	-	-	-
L) Attrazione investimenti	0,9	12	100	145	-
Totale 2015	15,9	109	666	2.592	26.408
2016					
A) Formazione	3,5	18	3.586	4	2.552
<i>Roadshow per le Pmi</i>	1,3	11	2.911	3	2.552
<i>Temporary export manager</i>	1,2	2	120	-	-
B) Potenziamento fiere italiane	27,2	109	1.982	6.846	30.929
C) Produzioni di eccellenza	4,2	13	171	20	70
Azioni in America settentrionale a supporto dell'agro-alimentare italiano	1,9	8	6	20	70
D) Grande distribuzione organizzata	9,5	22	331	5	0
E) Segno distintivo ed Expo 2015	0,9	12	0	12	130
F) Italian sounding	8,8	3	-	-	-
G) E-commerce	0,2	2	-	-	-
H) Tipologie promozionali innovative	7,2	62	640	134	1.873
Mercati da valorizzare	3,3	21	194	26	280
Economie emergenti	0,4	7	25	12	-
Mercati con nuove opportunità	1,9	23	206	62	1.184
I) Voucher per le Pmi⁽²⁾	17,9	1	1.789	-	-
L) Attrazione investimenti	3,0	29	547	243	19
Totale 2016	82,4	271	9.046	7.264	35.573
Totale 2015-2016	98,3	380	9.712	9.856	61.981

⁽¹⁾ Linee C), D), E) e F) attuate assieme al Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali.

⁽²⁾ Interventi interamente attuati dal Ministero dello Sviluppo economico.

Fonte: elaborazione su dati Ice e Mse

C) Valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti

Gli interventi si sono focalizzati soprattutto sulla promozione delle produzioni di eccellenza italiane nel comparto agro-alimentare in America settentrionale. Le attività hanno riguardato, tra l'altro, seminari, presentazioni, degustazioni e *workshop* B2b. Considerevole è stata la partecipazione a fiere di settore, come *Fmi Connect* e il *Plma* a Chicago e il *Fancy Food* a New York e San Francisco; nel 2015 hanno partecipato 410 aziende italiane. Nel 2016 le iniziative hanno riguardato in maggior misura azioni di comunicazione.

È stata poi attuata la promozione del *made in Italy* tramite la catena di negozi britannica Harvey Nichols, con un'attenzione particolare al sistema moda e la partecipazione di 113 aziende. Infine, sono state attuate azioni di *incoming* di operatori internazionali per promuovere i diversi bacini produttivi settoriali italiani. Nuove azioni in tale direzione sono previste per il 2017-2018.

D) Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione

Un forte potenziamento dell'attività promozionale tradizionalmente svolta dall'Ice con campagne condotte in collaborazione con la grande distribuzione organizzata (Gdo) ha consentito di stringere importanti nuovi accordi e aumentare i rapporti con potenziali controparti in Usa, Canada, America centro-meridionale, Regno Unito e Giappone (per altri dettagli si veda il riquadro in questo capitolo).

E) Realizzazione di un segno distintivo unico, per le iniziative di promozione all'estero e durante l'esposizione universale 2015, delle produzioni agricole e agroalimentari che siano rappresentative della qualità e del patrimonio enogastronomico italiano

Le attività di comunicazione per le produzioni agro-agroalimentari italiane sono state armonizzate con l'adozione di un segno distintivo unico al fine di rendere riconoscibili le campagne promozionali in favore dei prodotti *made in Italy*.

In occasione di Expo 2015, numerosi sono stati i momenti di valorizzazione delle produzioni agroalimentari italiane. In particolare, l'Ice ha organizzato la visita di numerose delegazioni di *buyer* e operatori esteri selezionati dagli uffici della rete estera dell'Ice, coinvolgendone oltre 700 e realizzando un programma di 18.800 incontri B2b con le aziende italiane del settore. Tra le azioni svolte rientrano *Expo is now!* e *Cibus è Italia*. L'iniziativa si è conclusa alla chiusura dell'Expo di Milano.

F) Realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell'*Italian sounding*

Per favorire l'esportazione di prodotti di origine italiana è stata intrapresa una costante attività di informazione volta ad evidenziare le caratteristiche di carattere qualitativo, nutrizionale e salutistico, giustificando agli occhi del consumatore estero il maggior prezzo rispetto alle imitazioni.

Le attività messe in atto hanno visto il coinvolgimento del settore della ristorazione, la valorizzazione dei marchi delle imprese italiane e accordi con la Gdo per la promozione di linee di *private label* di prodotti italiani di origine certificata. I mercati *target*, principalmente in America settentrionale e centro-meridionale, sono stati individuati in base alla rilevanza del fenomeno *Italian sounding*. Un ruolo chiave è stato assegnato alla comunicazione digitale, per mezzo di video, *blog* e social media. In particolare, sono stati utilizzati Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, CNN, Refinery29, Conversant and Teads, Epicurious e Bon Appétit.



G) Sostegno all'utilizzo degli strumenti di e-commerce da parte delle Pmi

Con tale misura si è inteso potenziare gli strumenti a disposizione della digitalizzazione delle Pmi per favorirne l'accesso alle piattaforme digitali e promuovere l'e-commerce quale nuovo canale di penetrazione commerciale, con un accesso immediato ai mercati globali. Sono stati realizzati due interventi, distinti per mercato di riferimento.

- *Cina*

A seguito di una serie di incontri tra aziende, associazioni di categoria e banche, l'Ice ha siglato un accordo strategico con Alibaba, colosso dell'e-commerce cinese e mondiale, per la campagna *Amazing Italy*, introducendo il *made in Italy* in Cina. Dal 30 maggio al 2 giugno 2016 si è tenuto un padiglione interamente italiano per promuovere i prodotti tra i consumatori cinesi. Le principali piattaforme business to consumer (B2c) di Alibaba utilizzate per il progetto sono: Tmall.com, Tmall global, Tmall supermarket, JuHuaSuan e AliTrip. Vi partecipano 60 aziende italiane, 100 marche e oltre 1.000 prodotti e servizi, come pacchetti vacanza in Italia, abbigliamento, accessori, bellezza, prodotti enogastronomici, prodotti per la casa e prodotti per bambini.

- *Stati Uniti*

In collaborazione con H-E-B, fra i leader statunitensi della distribuzione di prodotti alimentari, è stato creato un portale (heb.com/Italy) dedicato alla promozione online dell'agro-alimentare italiano. Il sito ha registrato 26 milioni di *impressions*, mentre 7 milioni sono state quelle sui *social media*. L'Ice ha inoltre realizzato, con Federalimentare, una piattaforma digitale come strumento dedicato alla Gdo americana, con un *database* di aziende italiane completo di offerta e requisiti (come ad esempio certificazioni e logistica) e informazioni aggiornate sulle tendenze del settore e sulle novità aziendali.

H) Realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri

I mercati di attacco individuati sono distinti in *mercati da valorizzare* (soprattutto Stati Uniti e Cina), *economie emergenti* (Vietnam, Indonesia e Malesia) e *mercati con nuove opportunità* (Mozambico, Etiopia, Angola, Congo, Egitto, Azerbaijan, Iran, Kazakistan e Cuba).

- *Mercati da valorizzare*

L'attività di comunicazione per il settore moda si è concretizzata in eventi di *networking*, campagne con *blogger* e *fashion icon* come *testimonial* e partecipazioni a fiere quali MRket Trade Show, Coterie e Vision Expo.

A sostegno della gioielleria italiana sono state avviate collaborazioni con importanti operatori della Gdo, come Neiman Marcus, Lux Bond and Green, Ben Bridge Jewellers e Richline Group.

- *Economie emergenti*

In Indonesia sono stati avviati progetti per la promozione del settore energie rinnovabili, impostando una mappatura per individuare le esigenze locali nel comparto cui farà seguito l'organizzazione di momenti di comunicazione e di incontro fra domanda locale ed offerta italiana.

Al fine di rafforzare la cooperazione industriale fra i due paesi, sono stati altresì avviati progetti per la realizzazione di centri tecnologici in Vietnam per i settori meccano-tessile, conciario e calzaturiero.

- *Mercati con nuove opportunità*

Particolarmente interessanti sono le iniziative e gli accordi con l'Iran, paese di nuovo in fase di apertura agli scambi internazionali. Sono state organizzate missioni imprenditoriali, anche a guida politica, e operazioni di *incoming* in Italia, oltre a partecipazioni a fiere settoriali in Iran fra le quali Iran Food & Hospitality, Iran Health 2016 e Irantex. L'Italia è stata il primo paese europeo a partecipare nel 2016 alla Fiera internazionale del libro di Teheran, il più grande evento culturale di rilevanza internazionale dell'Iran. Alla luce dei risultati positivi conseguiti con le missioni imprenditoriali del 2015 e 2016, l'Ice intende organizzarne altre coinvolgendo imprese che già hanno stabilito rapporti di business con le controparti iraniane, al fine di concretizzare le attività di negoziazione già intraprese.

I) Rafforzamento organizzativo delle *start-up* nonché delle micro, piccole e medie imprese, in particolare attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto in forma di *voucher*

La linea di attività consiste nell'erogazione di *voucher* a favore di piccole e medie imprese per accedere a servizi di *management* per l'internazionalizzazione a costi ridotti. Collegata alla formazione dei *Temporary export manager* (lettera A), *supra*, la linea è stata attuata interamente dal Mse (per i dettagli si veda il paragrafo 7.1.1 del presente capitolo).

L) Sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri

L'obiettivo dell'intervento è di accrescere la capacità di intercettare investimenti esteri attraverso una serie di misure finalizzate alla promozione delle opportunità paese, all'assistenza tecnica all'operatore estero e al suo radicamento sul territorio.

Fra gli strumenti utilizzati, un ruolo chiave assumono i *desk* di attrazione, aperti in sei paesi (Istanbul, Tokyo, New York, Dubai, Londra e Singapore) con il compito di sondare l'interesse di potenziali investitori esteri, sviluppare conoscenza delle opportunità di investimento sul mercato italiano, seguire *in loco* i primi contatti con gli investitori che hanno manifestato interesse ad investire in Italia, supportarli nella fase di *due diligence* e curare le attività promozionali di attrazione investimenti esteri dai propri paesi di competenza.

È stato poi avviato, nell'autunno del 2015, il *Roadshow Invest in Italy*, proseguito nel 2016 e volto a sviluppare *lead generation*.

Infine, è stato dato forte impulso alla stipula di accordi con Regioni, università e associazioni di professionisti, con l'obiettivo di coordinare le strategie di intervento nell'attrazione degli investimenti e di semplificare l'insediamento degli investitori esteri.

Servizi informativi

L'Ice, alla stregua delle altre principali *Trade promotion organizations*, offre una numerosa gamma di servizi informativi sui mercati esteri, volti a facilitare la selezione dei paesi nei quali operare, riducendo così i costi di accesso alle informazioni che rappresentano importanti barriere all'entrata, in particolare per le micro, piccole e medie imprese. Nel seguito si dà conto dei risultati raggiunti.

Il portale www.ice.gov.it consente l'accesso ai servizi e alle attività dell'Ice. Nel 2016 si sono registrati 5,3 milioni di accessi al portale, in diminuzione rispetto al 2015, e circa 560 mila visitatori unici (tavola 7.7). Sono continuati l'arricchimento informativo del portale e i miglioramenti sia per offrire maggiore fruibilità sia per ottemperare alle esigenze e agli obblighi di legge relativi alla trasparenza. Gli utenti registrati gratuitamente al portale alla fine del 2016 erano oltre 95 mila, in netto aumento rispetto all'anno precedente, dei quali più di 5.900 nuovi iscritti. L'Ice realizza e aggiorna altresì alcuni siti tematici, accessibili dal portale istituzionale.

Tavola 7.7 - Prodotti informativi

Valori assoluti

Prodotti informativi	2014	2015	2016
Pubblicazioni a catalogo realizzate con fondi istituzionali	378	669	959
Numero di pagine visitate su www.ice.gov.it	7.619.759	6.015.636	5.280.850
Utenti registrati al portale Ice al 31 dicembre	82.069	89.490	95.128
Numero di pagine visitate su www.italtrade.com	2.403.085	3.247.581	2.911.055
Utenti registrati nella banca dati di www.italtrade.com	56.357	56.469	57.246
Notizie pubblicate su Commercio Estero News	11.935	12.656	14.200
Opportunità commerciali	1.190	1.299	1.190
Gare e aggiudicazioni	8.445	4.750	5.424
Finanziamenti internazionali	11	10	0
Anteprima grandi progetti	573	339	384

Fonte: Ice

Molte informazioni messe a disposizione delle imprese derivano dall'attività di *intelligence* e di *scouting* della rete estera dell'Ice e riguardano notizie sulla congiuntura italiana e internazionale, gare d'appalto internazionali, accordi o *joint ventures* internazionali rilevanti per il sistema produttivo italiano, oltre che normative fiscali, valutarie e doganali e informazioni circa la conclusione di accordi internazionali, spesso non rintracciabili su altri *media* italiani. Importanti canali di diffusione di tali informazioni sono rappresentati dalle pubblicazioni di approfondimento e dal notiziario *Commercio estero news*, che nel 2016 ha divulgato 14.200 notizie brevi, con un aumento di 1.500 notizie rispetto al 2015. Le opportunità commerciali pubblicate, relative a commercio estero, collaborazione industriale e investimenti, sono state 1.190. Sono inoltre state inserite nel sito e inviate agli abbonati ai servizi di diffusione automatica 5.424 informazioni dettagliate su gare di appalto per lavori, forniture e servizi e su progetti di sviluppo e di assistenza tecnica promossi dalle istituzioni finanziarie internazionali e dall'Unione Europea. Nel 2016 infine sono state divulgate 384 anteprime di grandi progetti, ovvero informative circa grandi lavori infrastrutturali e di costruzione e programmi di privatizzazioni che si trovano ancora a uno stadio preliminare.

Due *newsletters*, una di taglio più ampio e l'altra incentrata sulle opportunità di finanziamento connesse con i programmi dell'Unione Europea, sono state pubblicate mensilmente sul sito istituzionale e diffuse per posta elettronica e altri canali, con livelli di consultazione soddisfacenti. In particolare a fine 2016 i destinatari della *newsletter* istituzionale dell'Ice, destinata soprattutto a imprenditori ma anche a professionisti, consulenti, pubblici funzionari, docenti e studenti, hanno raggiunto quota 44.600, 5.500 invece nel caso di *Affari Europei*, destinata a società di consulenza, Pmi, associazioni di imprese ed enti territoriali. Molte altre *newsletters* vengono diffuse alle imprese con informazioni su paesi e/o settori specifici.

Nel 2016 è proseguito regolarmente l'aggiornamento delle numerose banche dati accessibili dal portale istituzionale dell'Ice che riportano statistiche sul commercio estero e sugli investimenti diretti esteri.

Nel campo della produzione e diffusione dell'informazione economica e statistica l'Ice ha collaborato con l'Istat per realizzare congiuntamente l'*Annuario commercio estero e attività internazionali delle imprese*, che dall'edizione 2016 viene diffuso unicamente tramite un sito comune ai due enti.²⁰ Ha inoltre predisposto autonomamente, grazie all'opera di molti autori e a dati forniti da istituti statistici nazionali, Istat in primo luogo, e da altre fonti, il Rapporto *L'Italia nell'economia internazionale*, ovvero la presente pubblicazione, giunta alla sua trentunesima edizione. Da fine 2016 sono a disposizione sul portale dell'Ice le versioni elettroniche di tutte le edizioni del Rapporto e di ciascun approfondimento finora pubblicato. Nel corso del 2016 sono uscite nuove edizioni di due pubblicazioni istituzionali. In collaborazione con la società di ricerche economiche Prometeia, l'Ice ha elaborato la quattordicesima edizione del rapporto *Evoluzione del commercio estero dell'Italia per aree geografiche e settori*, nel quale si presentano i risultati di un modello econometrico per la previsione della domanda internazionale per principali mercati e settori merceologici. Ha altresì pubblicato un aggiornamento della ricerca *Italia multinazionale*, basata sulla banca dati Reprint sulle partecipazioni estere in imprese italiane e sulle partecipazioni italiane in imprese estere, curata da Ricerche & Progetti, Politecnico di Milano e Ice.

Il portale www.italtrade.com è multilingue e interamente dedicato agli utenti esteri. Nel 2016 sono stati pubblicati sia articoli redazionali di interesse generale sia informative su eventi importanti per la promozione del *made in Italy*. Gli uffici della rete estera dell'Ice aggiornano e pubblicano autonomamente informazioni e articoli di carattere commerciale sulla pagina dedicata ai loro paesi di residenza e/o competenza. Al 31 dicembre 2016 le imprese italiane registrate nella *Business directory* a disposizione degli utenti esteri erano 57.246. Le imprese registrate nella *Top business directory*, che include informazioni approfondite sull'attività e la produzione aziendale nonché una vetrina fotografica, erano 7.702. Nel 2016 sono stati realizzati due progetti nel portale: uno mira a costruire un nuovo servizio di pubblicazione delle proposte di business delle aziende italiane, analogo al servizio *Your business proposal* già presente sul sito, riservato invece alle imprese estere. Con il secondo sono stati pubblicati gli eventi promozionali inseriti nella rubrica *Eventi in agenda* del sito istituzionale, in modo da darne conoscenza anche a tutti i potenziali partner stranieri che navigano sul portale.

Nel quadro della collaborazione con le organizzazioni europee analoghe all'Ice, riunite nella European Trade Promotion Organization, è allo studio un'attività di condivisione di informazioni sui paesi terzi, per ottimizzarne l'elaborazione e la circolazione a beneficio delle imprese, rendendo ad esempio disponibili, tramite il sito dell'Ice, documenti o notizie pubblicati da Tpo di altri paesi.

²⁰ Il sito è consultabile all'indirizzo Internet <http://www.annuarioistatice.it>.

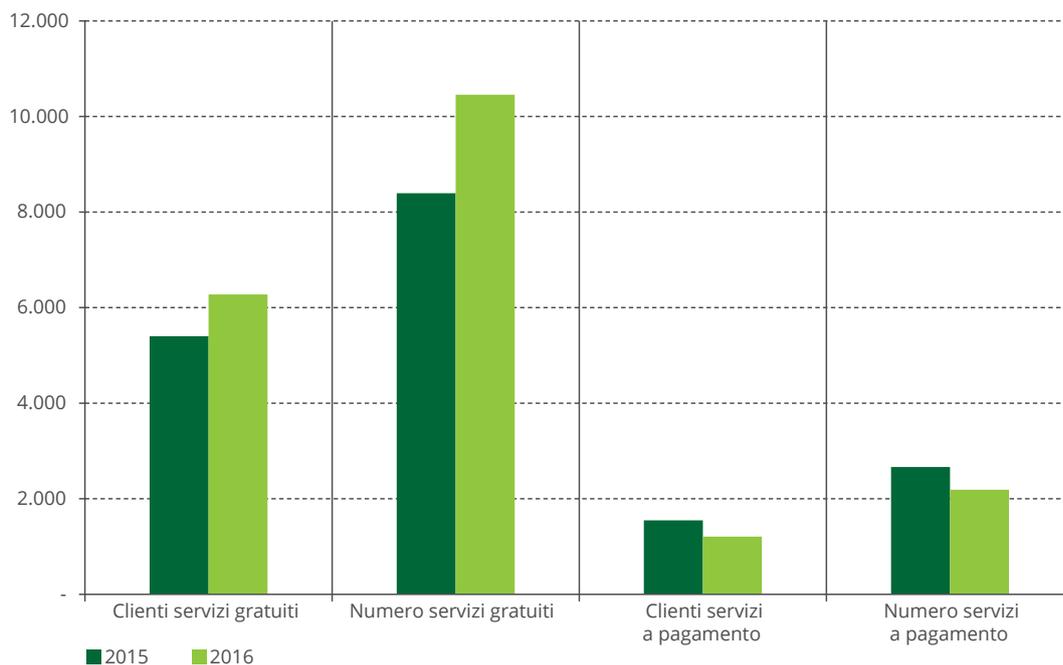


Servizi di assistenza e consulenza

I servizi di affiancamento alle imprese italiane nella programmazione, realizzazione o sviluppo della loro presenza internazionale sono erogati dall'Ice in diverse modalità. Una prima forma di assistenza è gestita dal nucleo Relazioni con il pubblico della sede centrale di Roma. Nel corso del 2016, si è dato risposta a oltre 1.700 richieste, prevalentemente attraverso colloqui telefonici e posta elettronica.²¹ La maggior parte delle richieste del 2016 riguardava informazioni sui servizi e le attività che l'Ice può offrire a supporto delle aziende, assistenza per entrare in nuovi mercati e chiarimenti in merito alle procedure di esportazione verso mercati specifici, come ad esempio dazi doganali, etichettature e standard tecnici. Nei primi cinque mesi del 2017 si è notata una forte crescita del numero di domande ricevute. A partire dal 2016, i contatti gestiti tramite il nucleo Relazioni con il pubblico sono tracciati nella banca dati Operatori italiani dell'Ice, rendendo così disponibili i dati registrati per successive eventuali azioni di marketing attivo, come ad esempio le informazioni sui mercati di interesse.

Una seconda tipologia di servizi viene erogata prevalentemente dagli uffici della Rete Estera ed è costituita da servizi gratuiti e servizi a pagamento.²² Come si evince dal grafico 7.8, nel 2016 i servizi gratuiti, erogati a oltre 6.000 clienti, sono stati quasi 10.500, in crescita rispetto all'anno precedente. L'87 per cento delle richieste ha riguardato il servizio *Informazioni generali e di primo orientamento*; gli uffici dell'Ice maggiormente coinvolti per numero di servizi erogati sono stati, in ordine discendente, Mosca, Teheran, New York, Tokyo, Tirana, Parigi, Berlino e Casablanca.

Grafico 7.8 - Servizi di assistenza e consulenza erogati dalla Rete estera



Fonte: Ice

Il numero dei servizi a pagamento si è ridotto lievemente nel 2016 rispetto all'anno precedente, risultando pari a 2.189 per 1.207 clienti, in prevalenza aziende, con un coinvolgimento preminente degli uffici esteri di Berlino, Chicago, Teheran, Tokyo, Riyadh, Stoccolma e Mosca. Sembra dunque, che le aziende italiane si rivolgano all'Ice per avere un supporto personalizzato

²¹ Nel 2015 erano stati circa 2.000 e nel 2014 circa 2.600.

²² L'analisi di questi servizi si basa sulla banca dati Operatori italiani; per la graduatoria della tavola 7.8 i dati sono estratti anche dal sistema contabile.

soprattutto sui mercati esterni all'Eurozona, ovvero più lontani non solo in termini geografici, come la Russia, il Giappone, gli Usa, ma anche poco conosciuti come l'Iran, diventato appetibile dopo la rimozione delle sanzioni internazionali.

La graduatoria per numerosità dei servizi erogati mostra nel 2016 una tendenza crescente dei servizi gratuiti informativi e di primo orientamento e una dinamica discendente per i principali servizi a pagamento, con l'eccezione del servizio *Organizzazione incontri d'affari* (tavola 7.8). Quest'ultimo e *Ricerca clienti e partner* continuano a rivestire un ruolo di primo piano nell'ambito dei servizi a corrispettivo, rappresentando insieme il 36 per cento dei servizi erogati a pagamento e incidendo per un terzo sui corrispettivi da servizi incassati dall'Ice, al netto delle spese vive, o costi esterni, fatturate tali e quali.

Tavola 7.8 - Principali servizi erogati dall'Ice-Agenzia

Anno 2016

Tipo di servizio	Tipologia di servizio	Numero servizi		
		2014	2015	2016
Informazioni generali e di primo orientamento	Gratuito	4.711	8.016	11.063
Informazioni doganali, valutarie, tecniche	Gratuito	96	354	673
Ricerca clienti e partner esteri	A pagamento	633	593	530
Eventi promozionali e di comunicazione	A pagamento	395	412	337
Organizzazione incontri d'affari	A pagamento	250	245	286
Il tuo prodotto sul mercato	A pagamento	352	262	236
Informazioni riservate su imprese estere	A pagamento	294	230	219
Ricerca professionisti locali	Gratuito	78	167	195

Fonte: Ice

Accordi

L'attività risponde all'esigenza di definire accordi con varie organizzazioni, pubbliche e private, italiane ed estere, per creare sinergie con diversi partner al fine di svolgere meglio i compiti affidati all'Ice dalla legge, ampliare il portafoglio clienti e consolidare le relazioni esterne dell'Agenzia.

Nel corso del 2016 è stato avviato un processo di sistematizzazione degli accordi e convenzioni, che ha ricondotto la molteplicità delle tipologie esistenti a tre categorie e ha introdotto il Coordinamento Marketing nel processo di gestione degli accordi, in una logica di costante monitoraggio e di uniformità dei criteri di impianto e rinnovo, con particolare attenzione agli accordi di fornitura servizi (si veda riquadro sul tema in questo capitolo).

Nel 2016 sono stati sottoscritti 3 accordi quadro istituzionali, 13 accordi quadro di collaborazione e 10 accordi operativi di fornitura servizi. Tra le finalità perseguite, spicca quella di potenziare l'azione di Ice e Mse nell'ambito delle strategie d'intervento per l'attrazione di capitali dall'estero e per la semplificazione nell'insediamento di investimenti esteri in Italia, attraverso la firma di protocolli d'intesa con Regioni o Province autonome (si veda paragrafo 7.2, *infra*).

Impulso è stato dato anche agli accordi sottoscritti con enti fieristici esteri o italiani, per i quali l'Ice opera in qualità di agente rappresentante, pubblicizzando in modo mirato determinate fiere verso potenziali partecipanti, a fronte di un corrispettivo che viene riconosciuto salvo buon fine; in questo quadro, particolare attenzione è stata riservata alla rappresentanza in Italia di fiere estere.



Novità nel sistema degli accordi e convenzioni dell'Ice-Agenzia

di Coordinamento marketing*

La sistematizzazione degli accordi e delle convenzioni nasce dall'esigenza di rivedere e semplificare una componente attiva della politica dei servizi dell'Ice, con l'obiettivo di potenziarne la base clienti e il radicamento sul territorio nonché di incrementare i servizi erogati e il fatturato da corrispettivi.

Le precedenti tipologie di accordi sono state raccolte in tre nuove macro-categorie, rispondenti a esigenze diverse.

- *Accordi quadro di natura istituzionale (Aqi)* per statuire buoni rapporti esistenti e/o favorirne di nuovi. Sottoscritti con istituzioni, enti nazionali ed esteri, essi mirano ad ampliare e/o consolidare il sistema di relazioni dell'Agenzia, sia sul territorio che istituzionali. Un esempio ne sono i *Memorandum of Understanding* con gli enti omologhi all'Ice
- *Accordi quadro operativi di collaborazione (Aqo)* per creare sinergie tra *partner*. Sottoscritti con *partner* diversi concernono ambiti formativi, di assistenza, di attrazione investimenti esteri. Escludono l'aspetto commerciale di erogazione servizi dell'Agenzia o preludono a successivi accordi di natura commerciale
- *Accordi operativi di fornitura servizi (Aos)* per promuovere e fornire i servizi di Ice Agenzia. Sottoscritti con partner privilegiati portatori di interessi collettivi produttivi, territoriali, di categoria, essi mirano a promuovere presso le aziende clienti o associate del partner l'utilizzo dei servizi informativi e di assistenza dell'Agenzia, sia gratuiti che a pagamento, inclusa la rappresentanza fiere italiane ed estere e i servizi formativi di natura commerciale.

Nell'organizzare le attività della struttura connesse alla politica degli accordi e convenzioni, il Coordinamento Marketing è il riferimento per la concertazione e il monitoraggio degli accordi e convenzioni dell'Ice. Esso acquisisce le proposte provenienti dai diversi Uffici della Sede coinvolti sulla base delle loro competenze, conferma ove opportuno l'attivazione del processo autorizzativo e registra i dati significativi degli accordi e convenzioni sottoscritti.

Parallelamente, in sede di politica degli accordi è stata effettuata una revisione dei criteri di rinnovo, collegandoli ai risultati operativi, ove previsti, e del sistema degli sconti, modificando il precedente trattamento privilegiato concesso a tutte le controparti in maniera indifferenziata.

Si riconosce tuttora alle aziende associate ai partner degli accordi e da essi segnalate all'Ice una riduzione del costo dei servizi a pagamento, pari al 15 per cento (contro il 25 per cento del passato). La novità è che l'Ice effettua un monitoraggio dei risultati del primo anno di attività, misurando la variazione del portafoglio di contatti e clienti dovuti all'accordo. Rispetto alla *soglia obiettivo* annuale di imprese segnalate dal partner all'Ice, definita in accordo con il partner, possono darsi diversi esiti. Il superamento della *soglia obiettivo* comporterà, nel corso del secondo anno di vigenza dell'accordo, l'incremento al 20 per cento dello sconto alle aziende associate e fruitrici dei servizi dell'Agenzia. Qualora le segnalazioni aziendali non raggiungano l'obiettivo ma siano superiori alla *soglia minima* del 75 per cento rispetto a quanto concordato, verrà applicata nel secondo anno l'invarianza dello sconto al 15 per cento. Qualora esse siano inferiori alla *soglia minima* verrà applicato uno sconto ridotto al 10 per cento.

Tale nuovo sistema è correlato anche alla revisione della tariffazione dei servizi, volendo garantire alle aziende associate ai partner un vantaggio rispetto ai clienti non convenzionati.

* Ice.

Roadshow per l'internazionalizzazione Italia per le imprese

Pianificato dalla Cabina di regia per l'Italia internazionale, patrocinato dal Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, promosso e sostenuto dal Ministero dello Sviluppo economico, il progetto si rivolge alle micro, piccole e medie imprese italiane non ancora inserite commercialmente nei mercati esteri o che lo sono in modo saltuario. Il suo obiettivo è di informare le aziende circa gli strumenti di internazionalizzazione messi a loro disposizione da enti pubblici e associazioni imprenditoriali, che concorrono a organizzarlo, con il coordinamento dell'Ice, e di definire dei piani di internazionalizzazione personalizzati, grazie a incontri individuali con le imprese.²³

Il *Roadshow*, avviato nel gennaio del 2014, è al suo quarto anno di attività. Da gennaio 2016 a giugno 2017 aveva toccato 21 città in 13 regioni, con la partecipazione di 2.734 aziende. Durante gli eventi si sono tenuti 3.607 incontri tra le aziende e tutti i partner e 649 incontri di *check-up* effettuati dall'Ice.

Da settembre 2015, alle imprese che incontrano i funzionari Ice durante l'evento viene fornito eccezionalmente un servizio gratuito che consiste alternativamente nella partecipazione a un programma di formazione o nella fornitura di una ricerca di mercato con lista di potenziali *partner* in un mercato estero. Della prima tipologia di servizio hanno beneficiato 450 imprese mentre circa 300 hanno usufruito della seconda. Analizzando più approfonditamente questo dato si osserva come, nel 2016, il 78 per cento delle aziende che hanno incontrato l'Ice hanno proseguito il rapporto usufruendo di uno dei due servizi offerti, con un netto aumento rispetto al 2015, quando tale percentuale era stata pari al 58 per cento. Per ulteriori dettagli sulla percezione che i partecipanti hanno del *Roadshow*, si veda il paragrafo 7.3, *infra*.

²³ Per ulteriori dettagli sul *format* dell'evento, gli organizzatori e le tappe si consulti il sito web presente al seguente indirizzo Internet: <http://www.roadshow.ice.it/it/home>.

Roadshow per l'internazionalizzazione: le tappe diventano *smart*

di Teresa Barp*

Delle 10 tappe del *Roadshow* per l'internazionalizzazione in programma nel 2017, 6 saranno tappe *smart*, più snelle nella fase seminariale e con più tempo e attenzione per gli incontri con le aziende e per le attività di *follow-up*.

La tappa *smart* si caratterizza come segue.

- *Format*. Focalizzazione degli interventi illustrativi degli strumenti per l'internazionalizzazione sui contenuti a maggior apporto tecnico e sul ruolo di Sace, Simest e Ice. La fase di disseminazione si completa con le illustrazioni dei ministeri, del partner territoriale e con una sintesi dello scenario economico internazionale.
- *Centralità degli incontri aziendali*. Con una sessione seminariale ridotta viene ampliata la fascia oraria dedicata ad approfondire le opportunità di internazionalizzazione, prevedendo un maggior numero di incontri tra gli imprenditori e i rappresentanti delle organizzazioni presenti.

* Ice.



- *Azione mirata sulle imprese con un alto potenziale di crescita nei mercati internazionali.* Attraverso la collaborazione tra Sace, Simest e Ice e il confronto tra le rispettive basi di dati, si individuano le imprese da invitare a un incontro dedicato sulla base di parametri prestabiliti, come ad esempio fatturato e numero di addetti.
- *Profilazione delle imprese partecipanti.* Già dal momento dell'adesione Sace, Simest e Ice analizzano i profili dei partecipanti, con l'obiettivo di presentare prodotti specifici anche coordinandosi tra loro e lavorando in *team*.

Nella tappa *smart* aumenta quindi l'interazione tra istituzioni e imprese, vero aspetto cruciale del progetto *Roadshow*. In realtà il confronto non si esaurisce nella giornata dell'evento, ma inizia settimane prima e continua dopo, con azioni di coinvolgimento e profilazione delle imprese. Per quanto riguarda l'Ice, il rapporto che si crea nelle fasi propedeutiche con i funzionari delle sedi italiane si combina con l'azione degli uffici esteri quando le imprese partecipanti fruiscono del servizio di ricerca partner.

Il modello *smart*, nelle sue prime applicazioni, ad Arezzo, marzo 2017, e a Siracusa, maggio, ha visto in aumento non solo il rapporto tra partecipanti effettivi e iscritti *on line*, ma anche il numero degli incontri e, stando all'elaborazione dei dati di *customer satisfaction*, l'indice di utilità degli incontri come primo strumento per approcciare i mercati all'estero, a conferma della validità dell'impostazione.

Non meno importante, il modello *smart* vede un'intensa e strutturata collaborazione tra Sace, Simest e Ice in termini di approccio alla clientela. Tale impegno viene percepito dalle imprese, come risulta dai questionari di *customer satisfaction* compilati dai partecipanti, dai quali si evince un equivamente alto apprezzamento dei tre interventi seminariali di Sace, Simest e Ice.

Tra gli elementi che comprovano l'efficacia del *Roadshow*, si evidenzia il suo impatto sia in termini di ampliamento del portafoglio clienti sia sull'andamento della richiesta di servizi. L'analisi delle serie storiche 2013-2016 indica come l'aver partecipato alle tappe del *Roadshow* incrementi decisamente la fruizione di servizi di informazione e di assistenza. Infatti il numero di servizi, a pagamento e gratuiti, richiesti dai partecipanti alle edizioni del 2015, dopo un andamento sostanzialmente piatto nel biennio precedente, mostra un picco sensibile nel 2015 (148 per cento rispetto al 2014) e un valore molto elevato anche nel 2016. Lo stesso fenomeno si riscontra analizzando i dati relativi ai partecipanti alle edizioni del 2016. In ultima analisi, si conferma come un'azione di contatto proattiva quale quella condotta tramite il *Roadshow* possa contribuire a un aumento dei servizi a pagamento. Ulteriori profili di miglioramento possono emergere da una selezione più mirata dei partecipanti, grazie non solo al rientro del marketing degli eventi tra le attività condotte direttamente dall'Ice a partire dal 2016, ma anche alla collaborazione con Sace e Simest descritta più sopra.

Acquisizione progetti strategici e gare internazionali

Nel 2016 è proseguita l'attività nel settore della progettazione di offerte per bandi di gara a valere su finanziamenti dell'Unione Europea (Ue). Oltre alla gestione di una gara vinta nel 2014, nell'ambito del programma European and Latin American Business Services and Innovation Network, l'Ice ha avviato la realizzazione delle attività di sostegno al Ministero del Commercio estero in Angola, derivanti da una gara vinta nel 2015. In corso d'anno l'Agenzia ha altresì partecipato a due gare della Ue e una gara della Banca Mondiale, selezionando progetti in linea con la propria *mission*, ed è stata inserita in una *short list*. Ha continuato altresì a promuovere alleanze strategiche con interlocutori pubblici e privati, per la partecipazione a progetti europei, e a dialogare con le altre *trade promotion organizations* del vecchio Continente e la Commissione europea. Il lavoro di *scouting* e redazione di offerte ha coinvolto numerosi uffici Ice in Italia e all'estero.

Formazione

Con una decisa accelerazione rispetto all'anno precedente, nel 2016 le attività formative dell'Ice hanno fatto registrare oltre 3.100 partecipanti e un incremento da 72 a 110 delle iniziative realizzate. L'Agenzia ha voluto dare risposta ai diversificati fabbisogni formativi delle imprese coinvolte attraverso una gamma di servizi ampia e contraddistinta da un alto tasso di innovazione.

Nell'ambito della formazione *post lauream* e manageriale, a una contrazione dei corsi per giovani e dei percorsi di formazione e affiancamento delle imprese, passati da 29 nel 2015 a 18 nel 2016, si è contrapposto un forte aumento dei seminari e *workshop*, cresciuti da 33 a 80, per oltre 4.500 ore di formazione o consulenza complessive (tavola 7.9).

Tavola 7.9 - Formazione *post lauream* e manageriale

Ore erogate dai docenti, valori assoluti

Settori	2014				2015				2016			
	Eventi	Partecipanti	Ore di formazione o consulenza	Ore di stage	Eventi	Partecipanti	Ore di formazione o consulenza	Ore di stage	Eventi	Partecipanti	Ore di formazione o consulenza	Ore di stage
Corsi per giovani	12	216	3.763	63.805	14	330	3.968	113.500	10	178	2.354	77.250
Percorsi di formazione e affiancamento imprese	12	380	3.832	-	15	352	6.826	-	8	208	11.726	-
Seminari e <i>workshop</i>	43	1.403	5.766	-	33	834	3.108	-	80	2.354	4.564	-
Totale iniziative	67	1.999	13.361	63.805	62	1.516	13.902	113.500	98	2.740	18.644	77.250

Fonte: Ice

Nel 2016 sono aumentati nel complesso, sia pure lievemente, eventi, partecipanti e ore erogate della formazione rivolta a discenti esteri; è cambiato il *mix* tra le tipologie di intervento, con una prevalenza, in termini di partecipanti, dei seminari, seguiti da borse di studio e corsi e *study tour* (tavola 7.10).



Tavola 7.10 - Formazione internazionale

Ore erogate dai docenti, valori assoluti

Settori	2014			2015			2016		
	Eventi	Partecipanti	Ore di formazione	Eventi	Partecipanti	Ore di formazione	Eventi	Partecipanti	Ore di formazione
Corsi e <i>study tour</i>	4	130	100	2	31	347	5	101	776
Seminari	9	248	61	5	297	49	3	258	56
Borse di studio ⁽¹⁾	1	10	8.414	2	36	20.850	4	122	21.165
Programmi di affiancamento	2	18	170	1	15	66	-	-	-
Totale iniziative	16	406	8.745	10	379	21.312	12	481	21.997

⁽¹⁾ Per il 2014, borse di studio con *stage*.

Fonte: Ice

Nel seguito si darà conto di alcuni dei principali progetti, distinti per aree omogenee.

Tra gli interventi maggiormente innovativi sono ricompresi quelli incentrati sul *digital marketing*. Il progetto Digital 4 Export ha formato le imprese sugli strumenti digitali indispensabili per accrescere il business e la competitività sui mercati esteri con 6 incontri e 12 moduli formativi. Nelle 7 edizioni del progetto, realizzate tra il 2016 e il 2017 in altrettante città italiane, sono state coinvolte circa 130 aziende.²⁴ Si è inoltre inaugurato il primo *master in digital export*, che ha integrato una fase d'aula di 5 mesi con un progetto sul campo in Italia e all'estero di 4 mesi.²⁵ I 25 *export manager* saranno in grado di utilizzare in modo trasversale le tecnologie di informazione e comunicazione e di web marketing, sia in contesti B2c che B2b. In maniera analoga, il percorso formativo Fashion Digital rEvolution intende offrire nuove opportunità di business alle aziende produttrici di abbigliamento, pelletteria e calzature, attraverso la comunicazione e il marketing digitale.²⁶

Tra le iniziative formative che hanno approfondito specifiche tematiche si trova un'altra novità, il progetto Fast export, consistente in 40 incontri formativi sulle certificazioni doganali per l'export in tutto il territorio nazionale. L'elevato numero di adesioni registrate e l'alto gradimento riscontrato tra i partecipanti hanno suggerito di ripetere nel 2017 il progetto con un'evidenziazione dei temi legati alle preferenze doganali e alle barriere non tariffarie.²⁷ Con alcune modifiche al *format*, per renderlo più flessibile, si sono altresì riproposti i cicli di incontri sulle tecniche di commercio estero seguiti da colloqui individuali con esperti di internazionalizzazione.

La formazione personalizzata per le imprese ha anch'essa annoverato un nuovo modello di corso, Export academy, riservato a imprenditori ed *export manager*, che prevede incontri specialistici di alta formazione, con cadenza quindicinale, caratterizzati da approfondimenti settoriali

²⁴ Il progetto è stato realizzato in collaborazione con l'associazione imprenditoriale Piccola industria, aderente a Confindustria, e Intesa Sanpaolo.

²⁵ Il *master* è stato realizzato in collaborazione con la Libera università internazionale degli studi sociali Guido Carli.

²⁶ Il percorso formativo è stato progettato in collaborazione con l'associazione imprenditoriale Federmoda, aderente alla Confederazione nazionale dell'artigianato.

²⁷ Il progetto è stato reso possibile da un accordo di collaborazione tra Ice, Confindustria e Agenzia delle Dogane e dei monopoli.

o tematici tarati sulle peculiari caratteristiche del tessuto imprenditoriale di volta in volta coinvolto. Nel 2016 sono stati realizzati 4 corsi mentre 2 verranno realizzati nel 2017, con un'equa distribuzione omogenea tra le ripartizioni regionali. In quest'ambito si annovera anche la partecipazione dell'Ice a Going international.²⁸ Il progetto si è sviluppato in 8 moduli formativi, ai quali si è aggiunto il supporto di consulenti per la stesura dei business plan. Ogni modulo era ospitato da un'impresa leader del settore che ha trasferito la propria esperienza di successo. Altro format innovativo introdotto nel 2016 è quello del coaching, che consiste in attività di assistenza personalizzata, erogata sia in presenza che a distanza e riservata alle imprese che hanno già partecipato a un intervento formativo breve e hanno necessità di un ulteriore supporto specialistico per mettere in pratica le nuove competenze acquisite. Tale intervento è stato realizzato per la prima volta nell'ambito del Piano export sud e ha registrato l'adesione di 70 imprese. Infine, su richiesta di una specifica azienda di credito, l'Ice ha progettato e realizzato Think international, un corso breve sugli aspetti relativi alla pratica dell'export anche in relazione alla gestione della clientela, contraddistinto da numerosi collegamenti con gli Uffici della rete estera dell'Agenzia, simulazioni ed esercitazioni pratiche.²⁹

Venendo alle attività formative per i giovani laureati, alcune Università si sono avvalse dell'expertise dell'Ice per la realizzazione di specifici moduli all'interno di propri master.

Per quanto riguarda la formazione internazionale, oltre al nuovo format Global export management, realizzato in collaborazione con tre Università siciliane e riservato a giovani provenienti dai paesi del bacino mediterraneo, l'Ice ha partecipato al programma Invest your talent in Italy 2.0 (si veda il Quadro d'insieme, supra). Inoltre ha messo in atto due percorsi formativi Lab Inno-va, in Marocco e Palestina, e un incontro tecnico-formativo in Tunisia.

Dal lato della comunicazione è stata avviata la realizzazione di un nuovo sito web dedicato alla formazione, caratterizzato da interattività e capacità di gestire direttamente la registrazione dei discenti. Nel 2016 è stata inoltre intrapresa la produzione di 15 filmati sugli strumenti per l'export che saranno realizzati nel 2017 e resi disponibili gratuitamente on line.³⁰

Alcuni interventi formativi ormai collaudati sono stati rivisti, anche alla luce delle innovazioni introdotte. Tra essi si trova Design export lab, giunto nel 2016 alla terza edizione e focalizzato sul tema della luce, dal quale sono scaturiti 240 incontri tra architetti esteri partecipanti e imprese italiane del settore. Altra esperienza ripetuta e aggiornata è quella del programma di rafforzamento delle capacità internazionali a favore delle imprese cooperative, con corsi di tre giorni focalizzati su incroci mercato-settore e tenuti da esperti della faculty dell'Ice, con la partecipazione di direttori e trade analyst degli uffici della rete estera dell'Ice.

Incontri formativi brevi su aspetti tecnici e/o specialistici, di vario formato e durata e in sedi diverse, sono stati dedicati ai temi del packaging, quale elemento strategico del marketing, della grande distribuzione organizzata e della moda.

Nel 2016 sono state infine riconfermate le tipologie di intervento formativo di maggiore successo. In particolare per quanto riguarda la formazione di giovani laureati è stata realizzata la 48° edizione del Corso di orientamento al commercio con l'estero (Corce) Fausto De Franceschi e

²⁸ Il corso è stato progettato dal Consorzio Elis mentre le tappe sono state ospitate da Barilla, Google, Sacmi, Vodafone, Illy, Tetra Pak e Banca monte dei paschi di Siena. L'evento di chiusura si è tenuto presso l'Ice, che ha anche assicurato l'attività consulenziale sui temi dell'export.

²⁹ Il corso era rivolto agli specialisti export del gruppo Banco popolare ed è stato erogato dietro corrispettivo. Alla prima edizione, realizzata nel 2016 e che ha riscosso ottimi giudizi dai partecipanti, faranno seguito altre tre nel 2017.

³⁰ Il progetto viene realizzato in collaborazione con Confcooperative.



sono proseguite le collaborazioni con diverse Università per la realizzazione di specifici corsi.³¹ Nell'ottica di trasferire le esperienze del Corce a livello territoriale, è stato progettato il Corce Puglia, avviato all'inizio del 2017.

È proseguita per il terzo anno consecutivo l'esperienza positiva del Corso export management e sviluppo imprenditoriale Origini Italia, rivolto a 20 giovani stranieri di origine italiana, con l'obiettivo di sviluppare nei partecipanti nuove competenze di gestione aziendale e di *international business* e di rafforzare i legami professionali e culturali con l'Italia.³²

Considerato il successo delle precedenti edizioni, è stata organizzata a Milano la 4° edizione dell'Executive master in export management, rivolto a imprenditori, export *manager*, consulenti aziendali e commercialisti.³³

Nel 2016 è ripresa la realizzazione di corsi in modalità *e-learning*. Nel corso del 2017 si prevede di ultimare un nuovo *learning management system* integrato con strumenti di aula virtuale e di attivare nuovi *format* basati sul suo uso.

Gli interventi formativi rivolti alle imprese hanno confermato i *format* più apprezzati, come i percorsi formativi integrati Export lab, i corsi brevi sulla tutela della proprietà intellettuale, realizzati sia nell'ambito del Piano export sud che del Piano export per la Sardegna, quattro *master* per i Tem, ai quali hanno partecipato circa 100 allievi, e il progetto Export Now, *follow-up* formativo del *Roadshow* per l'Italia internazionale, con 16 tappe formative nel 2016, cui hanno partecipato 179 aziende.

7.1.4 Regioni*

Il 2016 si è caratterizzato da un lato per un notevole slancio delle politiche regionali di internazionalizzazione, pienamente inserite nell'ambito della nuova programmazione dei fondi europei 2014-2020 e dall'altro per un'ulteriore razionalizzazione della *governance* del sistema che ha portato a un consolidamento dei rapporti di collaborazione istituzionale tra Regioni e Governo centrale, segnando un cambio di passo nel dialogo su queste tematiche. In particolare, per la prima volta la presidenza della Conferenza delle Regioni è stata coinvolta in alcune missioni di sistema nazionali, mentre nella riunione della Cabina di regia per l'Italia internazionale di ottobre 2016 sono state attivate sinergie sulla *legacy* di Expo Milano 2015 e sul Piano per la promozione integrata del Maeci.

Sul piano normativo e programmatico, il 2016 ha visto l'emanazione di nuovi piani promozionali e in alcuni casi ha fatto registrare delle innovazioni, in coerenza con la programmazione nazionale. In particolare, Toscana, Marche e Puglia hanno previsto l'integrazione delle azioni in campo economico con quelle in ambito turistico e culturale. Sono state attuate anche azioni volte a favorire l'attrazione di investimenti esteri, inserite nei piani promozionali alla luce della recente strategia del Mse. A tal fine, le Regioni Lazio, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia e Liguria hanno previsto una serie di attività tra cui creazione di cataloghi degli investimenti da presentare a potenziali investitori esteri, partecipazione a fiere ed eventi di *networking* internazionale anche attraverso le iniziative dell'Ice, *roadshow* tematici e multisettore in cui presentare le eccellenze

³¹ Collaborazioni sono state avviate o proseguite con l'università del Sannio e le altre università campane per la realizzazione del Corso di alta formazione Iba - International business academy, con la Fondazione Biella per la 27° edizione del Master sulle fibre nobili e con l'Istituto Adriano Olivetti di studi per la gestione dell'economia e delle aziende per la 13° edizione del Master in international business management.

³² Il corso è realizzato in collaborazione con il Mib Trieste school of management.

³³ Il corso, a differenza della maggior parte degli altri commentati nel presente sottoparagrafo, è a pagamento ed è realizzato in *partnership* con la Business school del Sole 24 Ore.

* Redatto da Rita Arcese, Pamela Ciavoni e Giulia Pavese, Conferenza delle Regioni.

e cooperazione commerciale e scientifica con altri paesi. Si segnalano, inoltre, programmi regionali che contengono una serie di interventi che si configurano come aiuti diretti alle imprese per percorsi avanzati di internazionalizzazione. Tali progetti, nel caso di Piemonte, Lombardia e Marche, sono stati spesso varati in collaborazione con altri soggetti, come camere di commercio e associazioni di categoria, oppure, nel caso della Sicilia, sono stati predisposti per capitalizzare le relazioni acquisite e condivise in occasione di Expo 2015. Inoltre va rilevato un contesto di programmazione sempre più incentrata sul binomio tra internazionalizzazione da un lato e innovazione e ricerca dall'altro. Numerosi, in questo senso, sono stati i bandi emanati a sostegno dei processi di internazionalizzazione delle Pmi da Toscana, Lazio, Emilia-Romagna e Sardegna. Infine, di particolare interesse appare la sempre maggiore attenzione da parte delle Regioni nel favorire la promozione e il consolidamento delle reti di impresa, sostenendone i processi di qualificazione, il rafforzamento delle reti intersettoriali e lo sviluppo di reti *lunghe* quale leva per il rilancio economico del paese. Nello specifico, dal *Rapporto delle Regioni sulle Reti di impresa*, di prossima uscita, elaborato da RetImpresa con la Conferenza delle Regioni, emerge che nel periodo 2010-2016 sono stati realizzati 176 interventi regionali con uno stanziamento complessivo pari a circa 2,2 miliardi di euro. Tali interventi sono stati finalizzati a favorire l'incremento della competitività delle Pmi, attraverso l'incentivazione di investimenti realizzati tramite le reti di imprese o altre forme di aggregazione, di cui ben il 27 per cento rivolti a finanziare programmi di internazionalizzazione.

Con riferimento all'analisi dei dati finanziari, si rileva che la spesa delle Regioni per le politiche di internazionalizzazione nel 2016 risulta pari a circa 81 milioni di euro (tavola 7.11), comprensivi dei fondi regionali ed europei e dell'eventuale contributo dei privati ove previsto. La spesa risulta in linea rispetto al 2014 ma in diminuzione rispetto al 2015 (-25 milioni di euro): ciò è dovuto probabilmente alla contabilizzazione nel 2015 delle code di chiusura della programmazione comunitaria 2007-2013 e del finanziamento delle attività relative ad Expo 2015.

Con riferimento alla tipologia di fondi utilizzati, si evidenzia che nel 2016 la spesa riguardante le risorse comunitarie è stata di 22,3 milioni di euro (a fronte di circa 56 milioni nel 2015) mentre la quota relativa alle risorse regionali si è attestata a 56,4 milioni di euro (45,3).

Dall'analisi dei dati aggregati si evidenzia come nelle regioni del Mezzogiorno la spesa a favore dell'internazionalizzazione abbia subito una contrazione passando da 36,1 milioni di euro nel 2015 a 13,5 milioni nel 2016, con erogazioni quasi pari a zero in Sicilia, dove nei primi mesi del 2017 si è registrata tuttavia una ripresa. Fa eccezione la Sardegna dove la spesa è aumentata in maniera significativa passando da 1,1 milioni nel 2015 a più di 3 milioni di euro nel 2016. Sulla stessa linea di tendenza appare la spesa delle Regioni dell'Italia centrale che passa da 26,5 milioni di euro nel 2015 a 15,7 milioni di euro nel 2016, con diminuzioni in Toscana (da 13,1 a 6,9) e Marche (da 4,2 a 0,6), in quest'ultimo caso a causa della gestione dell'emergenza e della ricostruzione post-sisma. In controtendenza rispetto alle prime due ripartizioni risultano invece i dati dell'Italia nord-occidentale dove si registra un aumento della spesa da 6,5 milioni di euro nel 2015 a più di 9 milioni nel 2016, concentrato in Lombardia (da 3,7 a 6,1), nonché quelli dell'Italia nord-orientale, che vede la spesa aumentare da 37,1 milioni a 42,5, grazie principalmente ai risultati di Trentino-Alto Adige (da 16,2 a 26,9) e Veneto (da 0,3 nel a 6) e nonostante le contrazioni in Friuli-Venezia Giulia (da 7,3 a 2,2) ed Emilia-Romagna (da 13,3 a 7,4).

Guardando alla ripartizione settoriale delle attività a sostegno dell'internazionalizzazione, si evidenzia la presenza di una stretta correlazione tra l'internazionalizzazione e l'innovazione, intesa quale leva per rigenerare e modernizzare la base industriale territoriale e rafforzare le componenti essenziali della sua competitività a livello locale e globale, nella logica della *Smart Specialization Strategy* (S3).



Tavola 7.11 - Attività di sostegno all'internazionalizzazione promossa dalle Regioni

Milioni di euro e pesi percentuali

	Fondi spesi ⁽¹⁾			Tipologia di attività - 2016 ⁽²⁾	
	2014	2015	2016	Incentivi diretti alle imprese per l'internazionalizzazione	Attività realizzate direttamente dalla Regione
Italia nord-occidentale	19,4	6,5	9,2	6,9	13,8
Piemonte	2,5	2,3	2,6	-	-
Valle d'Aosta	-	-	0,0	-	-
Lombardia	15,9	3,7	6,1	6,9	12,4
Liguria	1,0	0,4	0,5	0,0	1,3
Italia nord-orientale	26,8	37,1	42,5	46,7	42,4
Trentino-Alto Adige	14,3	16,2	26,9	0,0	36,6
Veneto	0,4	0,3	6,0	20,7	0,0
Friuli-Venezia Giulia	1,2	7,3	2,2	0,8	5,7
Emilia-Romagna	10,9	13,3	7,4	25,3	0,0
Italia centrale	16,6	26,5	15,7	23,9	23,3
Toscana	8,5	13,1	6,9	8,4	10,7
Umbria	2,6	3,4	3,4	10,5	1,0
Marche	4,5	4,2	0,6	0,0	1,8
Lazio	0,9	5,8	4,8	5,0	9,8
Mezzogiorno	16,8	36,1	13,5	22,5	20,5
Abruzzo	0,4	1,6	0,2	0,0	0,6
Molise	-	-	1,0	3,5	0,0
Campania	2,1	4,7	2,0	0,0	5,9
Puglia	6,0	7,1	5,6	13,4	5,0
Basilicata	1,2	2,5	0,5	0,0	1,3
Calabria	0,9	1,5	1,1	0,0	3,2
Sicilia	0,9	17,5	0,0	0,0	0,0
Sardegna		1,1	3,1	5,5	4,5
Totale Regioni	79,5	106,1	80,8	100,0	100,0

⁽¹⁾ Includono sia gli incentivi sia le attività realizzate direttamente dalle Regioni.⁽²⁾ La ripartizione per tipologia di attività non include i dati relativi alle regioni per le quali la disaggregazione non è disponibile.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Conferenza delle Regioni e delle Province autonome

Si sottolinea, a tal proposito, che nell'ambito della Programmazione comunitaria 2014-2020 tutte le Regioni hanno individuato le aree di specializzazione tecnologica S3 regionali, con la finalità di sostenere gli investimenti soprattutto in determinati settori ritenuti ad alta potenzialità e strategici per il futuro, tenendo conto del peso specifico e delle competenze di cui dispongono le imprese, al fine di attuare una politica di sviluppo complessivo. Nello specifico, sono cinque le aree tematiche di specializzazione verso cui orientare il sistema Paese e le risorse previste per il periodo 2014-2020. Esaminando gli interventi volti a favorire l'internazionalizzazione finanziati con i fondi comunitari si rileva che questi toccano principalmente tre aree tematiche. Per Aero-spazio e difesa prevalgono interventi rivolti al settore aerospazio, riconducibili prioritariamente a Piemonte e Lazio. Nell'area Salute, alimentazione e qualità della vita, industria intelligente e sostenibile, energia e ambiente un volume importante di attività a sostegno dell'internazionalizzazione si concentra sull'industria intelligente, in particolare ad opera delle Regioni Piemonte, La-

zio, Lombardia, Toscana, Puglia ed Emilia-Romagna. Rimane inoltre forte il supporto al comparto agroalimentare verso cui sono state destinate notevoli risorse, specialmente da parte di Lazio, Campania, Calabria e Toscana. Per Turismo, patrimonio culturale e industria della creatività prosegue il sostegno da parte di tutte le Regioni e, in special modo, di Toscana, Friuli-Venezia Giulia, Umbria, Lombardia, Puglia e Campania.³⁴ Infine le Regioni continuano a sostenere la realizzazione di iniziative di sistema, caratterizzate da un approccio multisettoriale, volte alla promozione di uno o più filiere e/o settori produttivi nei paesi *target*, anche in collaborazione con altri soggetti quali ad esempio le camere di commercio e le associazioni imprenditoriali. Tale orientamento è stato adottato soprattutto da Lombardia, Emilia-Romagna, Sardegna e Umbria, con la finalità di intercettare efficacemente la domanda in crescita dei Paesi emergenti e delle economie più dinamiche a livello internazionale.

In termini di tipologia di attività realizzate, il sostegno delle Regioni all'internazionalizzazione delle imprese avviene attraverso il ricorso sia ad aiuti diretti alle imprese (attraverso avvisi pubblici), sia ad interventi a titolarità regionale (promozione sui mercati esteri e attrazione investimenti). Gli incentivi diretti alle imprese prevedono l'erogazione di *voucher fiere*, per la partecipazione agli eventi fieristici internazionali e di *voucher servizi* per la parziale copertura delle spese per l'acquisto dei servizi funzionali alla definizione ed alla realizzazione di progetti di promozione internazionale presentati dalle imprese.

Analizzando la disaggregazione per tipologia di attività della spesa delle Regioni, esposta nella tavola 7.12, si segnala, sul fronte delle attività gestite direttamente, il dato rilevante relativo alla partecipazione a eventi fieristici che, come per gli anni precedenti, fa registrare nel 2016 valori importanti di spesa con più di 24 milioni di euro, distribuiti in modo abbastanza uniforme tra tutte le Regioni e Province autonome, con la sola eccezione della Provincia di Bolzano che con circa 12 milioni di euro ha concentrato tutte le risorse finanziarie a disposizione per le attività fieristiche. In diminuzione rispetto al 2015 appaiono le attività relative all'organizzazione di missioni di imprese estere in Italia e di B2b, tradizionale strategia di promozione dell'export delle Regioni. I finanziamenti per l'acquisizione di *export manager*, una delle linee di attività promosse dal Piano straordinario per la promozione del *made in Italy* e l'attrazione degli investimenti, risultano essere un'importante voce di spesa per la Lombardia, con circa un milione di euro investito nel 2016. Sul fronte degli incentivi diretti alle imprese, si segnalano per il 2016 soprattutto contributi in favore dei consorzi per l'internazionalizzazione e delle aggregazioni di imprese, due voci di spesa importanti in Puglia, Emilia-Romagna e Umbria, e per le attività formative, soprattutto in Veneto e, in misura minore, in Sardegna.

Per quanto riguarda i Paesi di destinazione degli interventi, anche per il 2016 si conferma la tendenza ad azioni che riguardano in primo luogo l'Europa, con una spesa pari a oltre il 40% del totale rilevato a questo proposito, una tendenza che pare confermarsi anche per il 2017. Gli interventi più numerosi, tuttavia, sia in termini di numero delle iniziative che di spesa prodotta nel 2016, sono quelli che interessano più stati, con circa 5 mila aziende coinvolte e una spesa di più di 17 milioni di euro. Guardando agli incroci tra regione e area geografica emergono, per ammontare di fondi spesi, Puglia e Medio Oriente, Toscana e America settentrionale e Asia nonché Puglia e America centro-meridionale. Lazio, Lombardia, Toscana e Umbria hanno preferito orientare la propria spesa verso progetti pluristato.

Sul piano dei soggetti esecutori, la spesa per le attività finanziate dalle Regioni e dalle Province autonome è stata realizzata nel 2016 soprattutto in modo diretto, con circa 460 iniziative e più di 28 milioni di euro di spesa rilevata, cui hanno contribuito finanziariamente anche altri soggetti privati. Un buon numero di azioni, circa 250, sono state svolte tramite la concessione di incentivi alle imprese, anche costituite in reti, e ad altri soggetti come consorzi per l'export e associazioni di categoria.

³⁴ Meno prominenti sono risultati gli interventi finora programmati in altre due aree della S3, ovvero Agenda digitale e Smart communities, sistemi di mobilità intelligente. Per l'Agenda digitale si segnala l'Accordo Stato-Regioni dell'11 febbraio 2016 per lo sviluppo della Banda ultralarga a valere sulle risorse nazionali (1,6 miliardi del Fondo sviluppo e coesione) e regionali (1,4 miliardi dal Fondo europeo di sviluppo regionale e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale).



Tavola 7.12 - Attività di sostegno all'internazionalizzazione promossa dalle Regioni, anno 2016

Milioni di euro, ripartiti fra incentivi alle imprese e attività realizzate direttamente dalle Regioni

	Partecipazione a fiere		Seminari e workshop		Missioni di imprese italiane all'estero		Missioni di imprese estere in Italia	Corsi di formazione		Contributi ai consorzi per l'internazionalizzazione o ad aggregazioni di imprese		Altre attività promozionali ⁽¹⁾		Totale ⁽²⁾	
	Incentivi	At. dir.	Incentivi	At. dir.	Incentivi	At. dir.	At. dir.	Incentivi	At. dir.	Incentivi	At. dir.	Incentivi	At. dir.	Incentivi	At. dir.
Italia nord-occidentale	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	3,2	2,0	4,6
Piemonte
Valle d'Aosta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lombardia	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	3,2	2,0	4,2
Liguria	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
Italia nord-orientale	2,4	14,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	5,8	0,0	3,1	0,0	2,1	0,2	13,6	14,3
Trento	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bolzano	0,0	12,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,3
Veneto	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	5,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0
Friuli-Venezia Giulia	0,0	1,7	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,2	1,9
Emilia-Romagna	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	1,9	0,0	7,4	0,0
Italia centrale	1,4	4,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,9	0,0	0,1	2,0	0,0	3,4	2,3	7,0	7,8
Toscana	0,3	1,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	2,0	2,5	3,6
Umbria	1,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	3,1	0,3
Marche	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
Lazio	0,0	2,6	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	1,2	0,3	1,5	3,3
Mezzogiorno	0,8	4,9	0,5	0,2	0,0	0,0	0,4	1,0	0,0	4,0	0,0	0,3	1,4	6,6	6,9
Abruzzo	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Molise	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	1,0	0,0
Campania	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	2,0
Puglia	0,0	1,6	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,9	0,0	0,0	0,0	3,9	1,7
Basilicata	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
Calabria	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1
Sicilia		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sardegna	0,0	1,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	1,6	1,5
Totale Regioni ⁽²⁾	4,6	24,2	0,7	0,5	0,2	0,2	1,6	6,8	0,1	9,1	0,0	7,8	7,0	29,2	33,6

⁽¹⁾ Supporto all'investimento estero, Attività promozionali per 2017, Export manager e consulenze per l'internazionalizzazione e Altre attività promozionali.

⁽²⁾ Il totale della spesa in questa tavola non coincide con il totale generale della tavola precedente per la presenza in quest'ultimo di dati non disaggregabili.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Conferenza delle Regioni e delle Province autonome

La Lombardia ha fatto registrare il valore più alto di spesa in progetti eseguiti dalle Camere di commercio, industria, agricoltura e artigianato, cui sono andati 3,7 milioni di euro.

Sul versante delle collaborazioni con altri soggetti istituzionali e/o privati messe in atto nel 2016 per la realizzazione dei progetti di internazionalizzazione, il dato più rilevante che risulta dall'indagine è la spesa realizzata con le Unioncamere regionali che riguarda Basilicata, Campania, Friuli-Venezia Giulia e Lombardia, con un valore pari a circa 5 milioni di euro. Per quanto riguarda la collaborazione con Mse e Ice va sottolineata, come meglio esplicitato nel paragrafo 7.2.2, la sottoscrizione di protocolli di intesa per l'attrazione degli investimenti, che verosimilmente produrranno effetti sulla spesa soprattutto dal 2017 in avanti.

La partecipazione delle Regioni a Expo Astana 2017

di Rita Arcese, Pamela Ciavoni e Giulia Pavese*

A partire dal secondo semestre 2016 un importante versante dell'attività regionale ha riguardato l'organizzazione della partecipazione in forma coordinata all'Esposizione universale di Astana 2017 dedicata al tema *Future Energy*. Alla luce della precedente positiva esperienza di Expo Milano 2015, anche in questo caso è stata pianificata la presenza di 15 regioni italiane sotto il coordinamento della Conferenza delle Regioni e in stretto raccordo con il Commissario italiano di sezione e Ice, sulla base di uno specifico protocollo di intesa.¹

Le Regioni aderenti hanno contribuito alla definizione del progetto di allestimento del Padiglione Italia e di rappresentazione permanente collettiva, impegnandosi altresì ad assicurare l'organizzazione di eventi di animazione e di promozione durante il periodo di permanenza a Expo Astana. A motivare tale sforzo è la consapevolezza che l'edizione 2017 dell'Esposizione universale rappresenta un'importante occasione per valorizzare le migliori tecnologie ed esperienze territoriali e per accrescere le opportunità di attivare investimenti diretti esteri, le collaborazioni internazionali tra imprese e strutture accademiche scientifiche e le *partnership* tecnologiche.

Si è dunque disegnato un raccordo tra i 15 *concept* regionali e 5 grandi assi di posizionamento.

- Transizione alla *Low Carbon Economy*: attraverso politiche diffuse di efficienza/risparmio energetico
- Economia circolare e energia da fonti rinnovabili: sviluppo *green economy* regionale
- Terza rivoluzione industriale: reti e infrastrutture intelligenti per lo sviluppo decentrato dei sistemi energetici locali, presentazione di sperimentazioni territoriali
- Accesso all'energia come veicolo di coesione sociale e inclusione: con *focus* sulle infrastrutture sociali
- *Cluster* dell'innovazione e filiere della sostenibilità: le eccellenze regionali dal lato della ricerca e delle imprese.

A partire dai cinque temi sopra citati, la presenza regionale si articola in una serie di contenuti diffusi nei diversi spazi del Padiglione Italia guidati da due concetti. Da una parte c'è il rapporto stretto tra storia sociale ed economica dei territori e innovazione tecnologica e industriale nel campo energetico, dall'altra la presentazione di una serie di esperienze comunitarie e di eccellenze tecnologiche che hanno visto le regioni protagoniste.

Sul primo punto, che potremmo anche definire il rapporto tra *coscienza di luogo* e ingegno, ad Astana sarà presentato un racconto collettivo per immagini di 50 luoghi simboleggianti il valore della sostenibilità dal punto di vista dell'intreccio tra paesaggio, cultura urbana delle 100 città e infrastrutture energetiche di produzione e distribuzione. Accanto a questo racconto filmico del paese, 90 video-interviste a semplici cittadini delle 15 regioni racconteranno come la società italiana abbia introiettato nella sua esperienza quotidiana e nella percezione culturale il tema dell'energia del futuro. Parallelamente al video racconto collettivo, ogni regione racconterà all'Expo proprie esperienze territoriali di innovazione sociale e tecnologica in campo energetico. Sono state così selezionate 73 esperienze riconducibili in massima parte all'idea di *smart land* e *smart communities*, e riferite ad esempi locali di applicazione dei principi dell'economia circolare.

* Conferenza delle Regioni e delle Province autonome.

¹ Hanno aderito Basilicata, Campania, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto.



7.1.5 Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura*

L'attività rivolta a favorire l'internazionalizzazione riveste un ruolo di rilievo nell'ambito delle azioni delle Cciao a sostegno delle imprese (tavola 7.13).³⁵ In molte realtà territoriali essa si declina in due grandi filoni complementari, promozionale e amministrativo.

Per quanto riguarda il filone promozionale, nel 2016 tutte le principali attività svolte dalle Cciao per l'internazionalizzazione hanno fatto registrare decrementi rispetto all'anno precedente. Il dato complessivo sui fondi erogati nel 2016 per lo svolgimento delle attività di promozione e formazione ha fatto segnare una contrazione, toccando 31,8 milioni di euro rispetto ai 40,2 milioni dell'anno precedente.

Tavola 7.13 - Principali indicatori sull'attività di sostegno all'internazionalizzazione delle Cciao
Numero e valore in milioni di euro

	2014	2015	2016
Antenne e <i>desk</i> all'estero gestiti direttamente dalle Cciao ⁽¹⁾	111	36	14
Partecipazione a fiere e mostre all'estero ⁽¹⁾	1.056	616	474
Ricevimento delegazioni estere in Italia ⁽¹⁾	568	737	262
Organizzazione di missioni commerciali all'estero ⁽¹⁾	574	229	183
Imprese partecipanti ad attività promozionali ⁽¹⁾	38.851	18.297	9.360
Partecipanti ad attività formative ⁽¹⁾	19.504	24.736	13.267
Utenti di attività di consulenza ⁽¹⁾	28.292	23.879	8.242
Certificati di origine ⁽²⁾	715.577	735.902	563.878
Carnet Ata	9.732	9.231	9.083
Altri documenti per l'estero ⁽²⁾	410.527	483.815	382.416
Fondi erogati (milioni di euro) ⁽³⁾	69,2	40,2	31,8

⁽¹⁾ Dato parziale di 70 Cciao su 98.

⁽²⁾ Dato parziale di 63 Cciao su 98.

⁽³⁾ Dato parziale di 84 Cciao su 98.

Fonte: Osservatorio camerale Unioncamere

Sul versante normativo, con l'entrata in vigore del Decreto legislativo 219, nel dicembre 2016 il Governo ha riordinato le funzioni ed il finanziamento delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura (Cciaa). Tra le novità introdotte vi è l'esclusione delle attività promozionali direttamente svolte all'estero dal novero dei loro compiti. La lettura dei dati consente di cogliere alcune linee di tendenza che anticipano i contenuti della riforma, che intende rafforzare la specializzazione funzionale delle Cciao quale punto di assistenza sul territorio italiano alle imprese che vogliono aprirsi ai mercati internazionali. Si registra infatti una significativa riduzione delle attività all'estero, come l'organizzazione di missioni commerciali, la partecipazione a fiere e mostre e la presenza di antenne e *desk* gestiti direttamente dalle Cciao. Il nuovo quadro peraltro rafforza la *partnership* tra le Cciao e l'Ice in materia di internazionalizzazione, in un'ottica di complementarità tra le attività di assistenza delle imprese sui territori e la realizzazione delle attività promozionali e di altro genere demandate all'Agenzia.

* Redatto da Marco Saladini, Ice. L'autore ringrazia Fabio Pizzino, Unioncamere, per il materiale fornito e la cortese collaborazione prestata.

³⁵ I dati sull'attività promozionale delle Cciao sono raccolti dall'Osservatorio camerale con un'approfondita indagine annuale che coinvolge tutte le sedi. Al momento di andare in stampa essi erano perlopiù ancora preliminari, come indicato in dettaglio nella tavola 7.13, ma già indicativi delle tendenze del 2016.

Esaminando il dettaglio delle iniziative di promozione svolte nel 2016 dalle Cciao per tipo e regione d'Italia si nota innanzitutto che le 1.829 attività rilevate al momento di redigere il presente testo sono circa 600 in meno rispetto al dato del 2015 (tavola 7.14).³⁶ Osservando la loro disaggregazione per macro-area amministrativa emerge come le strutture camerali del nord-est detengano nel 2016 il primato, per numero di iniziative realizzate, in tre delle sei categorie di attività riportate nella tavola, ovvero partecipazione a fiere e mostre all'estero, missioni commerciali all'estero e preparazione o seguito di attività di promozione all'estero. Quanto al ricevimento di delegazioni estere in Italia e *workshop* formativi, seminari e *country presentation*, hanno prevalso le Cciao dell'Italia nord-occidentale, mentre nella promozione di investimenti, *joint-venture* e accordi di collaborazione si sono distinte quelle dell'Italia meridionale.

Tavola 7.14 - Azioni di sostegno all'internazionalizzazione svolte dalle Cciao per regione
Valori assoluti, anno 2016

Regioni e ripartizioni	Partecipazione a fiere e mostre all'estero	Ricevimento di delegazioni estere in Italia	Missioni commerciali all'estero	Workshop formativi, seminari e <i>country presentation</i>	Promozione di investimenti, <i>joint venture</i> e accordi di collaborazione	Preparazione o seguito di attività di promozione all'estero
Italia nord-occidentale	90	116	45	181	15	82
Piemonte	22	48	2	32	0	2
Valle d'Aosta	1	3	0	2	0	0
Liguria	1	2	1	11	0	4
Lombardia	66	63	42	136	15	76
Italia nord-orientale	206	65	104	176	8	166
Trentino-Alto Adige	41	2	4	3	0	0
Veneto	42	11	21	13	4	121
Friuli-Venezia Giulia	54	17	55	59	4	31
Emilia-Romagna	69	35	24	101	0	14
Italia centrale	153	51	17	70	5	23
Toscana	113	24	10	45	1	18
Umbria	1	0	0	0	0	1
Lazio	19	15	3	13	4	1
Marche	20	12	4	12	0	3
Mezzogiorno	25	30	17	109	21	54
Abruzzo	0	2	0	7	3	16
Basilicata	2	8	2	12	0	4
Calabria	9	6	3	9	1	12
Campania	1	0	0	1	0	1
Molise	2	0	2	10	1	3
Puglia	0	8	7	55	0	7
Sardegna	10	4	3	15	9	9
Sicilia	1	2	0	0	7	2
Totale Regioni	474	262	183	536	49	325

Fonte: elaborazioni Ice su dati Osservatorio camerale Unioncamere

³⁶ Il confronto è tra dati entrambi provvisori. Dal 2016 la rilevazione introduce la categoria Preparazione o seguito di attività di promozione all'estero, che si riferisce alle iniziative svolte dalle Cciao in Italia per facilitare la partecipazione a fiere, missioni o altre modalità di presenza oltre confine, nonché il relativo *follow-up*.



Venendo al filone amministrativo, l'attività certificativa per l'estero è importante non solo per la quantità delle certificazioni prodotte su richiesta delle imprese italiane ma anche per la funzione di garanzia della loro affidabilità, svolta dalle Camere nei confronti di vari interlocutori esteri, come autorità doganali, banche, partner commerciali. Si tratta, dunque, di un concreto sostegno per lo svolgimento di operazioni di commercio internazionale. Tra le certificazioni più importanti rientrano i Carnet Admission Temporaire - Temporary Admission (Carnet Ata), rilasciati per conto di Unioncamere, e i certificati di origine.³⁷

Il Carnet Ata è uno strumento al tempo stesso promozionale e di garanzia che consente agli operatori di esportare e importare temporaneamente le proprie merci a fini promozionali, educativi, scientifici o tecnico-professionali, in esenzione dal pagamento dei dazi doganali. I settori principali di utilizzo sono gioielleria, abbigliamento e accessori, pelletteria, audiovisivi, elettromedicali e veicoli impiegati in competizioni sportive; si tratta di industrie dove è forte l'incidenza di produzioni italiane di eccellenza. L'Italia, che ha aderito alla relativa Convenzione internazionale dal 1964, è stabile al quinto posto per numero di documenti rilasciati ai propri operatori tra i 77 paesi aderenti al sistema internazionale. L'utilizzo è particolarmente diffuso nelle relazioni con il Giappone, gli Stati Uniti d'America e la Svizzera ma anche con la Federazione russa, la Cina, l'India e recentemente con gli Emirati Arabi Uniti, che hanno da poco aderito al sistema. Il numero di documenti emessi annualmente dalle Cciaa oscilla tra i 9.000 e i 10.000. Nel 2016 pur rilevandosi una lieve flessione rispetto all'esercizio precedente in termini di documenti emessi (-1,6 per cento), si è invece registrato un aumento significativo quanto al valore delle merci esportate temporaneamente (+48 per cento) rispetto al 2015, grazie al contributo determinante del settore orafa e della gioielleria in genere.

I certificati di origine, invece, sono necessari per l'importazione di merci in alcuni stati, in particolare paesi arabi, dell'America Latina, del Sud Est asiatico e dell'Europa orientale, e costituiscono talora un requisito essenziale per l'accesso al credito all'esportazione o per la partecipazione a gare d'appalto internazionali. Nell'esercizio 2016, considerando il *trend* evidenziato dalle rilevazioni disponibili al momento di redigere il presente testo, si ritiene che il numero dei certificati emessi sia rimasto stabile rispetto al 2015, attorno a quota 800.000 emissioni.

Alle due categorie appena evidenziate si aggiunge una serie di altri documenti sottoposti a visto camerale prima della presentazione alle autorità consolari dei paesi di destinazione delle merci, che generano un'attività notevole in termini di numero di atti predisposti, costantemente in aumento nell'ultimo triennio.

³⁷ La competenza a rilasciare certificati di origine è stata assegnata alle Cciaa sin dal 1955 ed è stata confermata dalla Legge 580 del 1993 così come modificata dal Decreto legislativo 219 del 2016.

7.1.6 Cassa depositi e prestiti*

Il gruppo Cassa depositi e prestiti (Cdp) ambisce a supportare l'internazionalizzazione delle imprese italiane e l'ampliamento delle attività di *export* principalmente attraverso una strategia diretta e una indiretta. La strategia diretta è da ricondurre principalmente nel perimetro delineato con Sace e Simest del Polo dell'*export* e dell'internazionalizzazione (vedi riquadro in merito, *infra*). La strategia indiretta invece mira a rafforzare i fattori che rendono un'impresa competitiva sui mercati internazionali.

Nell'ambito di questa strategia, gli strumenti messi a disposizione possono essere ricondotti a quattro grandi aree.

- Promozione dell'innovazione (*venture capital* e Industria 4.0)
- Supporto allo sviluppo dimensionale (accesso al credito e capitali per la crescita)
- Sviluppo delle infrastrutture (banda larga e infrastrutture materiali come porti e aeroporti)
- Attrazione capitali esteri (in particolare nell'ambito del Piano Juncker e nel ruolo di *long term investor*)

Il ruolo di Cdp nelle attività di *export credit*

Una delle principali attività di Cdp a supporto dell'internazionalizzazione rientra nell'operatività di Export banca, che ha l'obiettivo di finanziare le operazioni in ambito internazionale di imprese italiane e relative filiali estere, controllate o collegate.

Analizzando i dati di Export banca, si può osservare un forte aumento dei volumi avvenuto nell'ultimo anno, con un totale finanziato pari a 4,9 miliardi di euro (tavola 7.15). Rispetto a quanto registrato negli anni precedenti, l'aumento è significativo sia in termini relativi che in valore assoluto. Infatti, dopo una flessione avvenuta tra il 2013 e il 2014 (- 39 per cento), il 2015 è stato protagonista di un balzo del 26 per cento, mentre il 2016 ha conosciuto una crescita del 210 per cento (pari a poco meno di 3,6 miliardi di euro in valore assoluto). Tale aumento è il risultato di un incremento congiunto nel valore dei finanziamenti erogati e nel numero delle operazioni finanziate. Se nel 2015 il numero di contratti stipulati è stato pari a 6, nel 2016 le stipule di Export banca sono cresciute fino ad arrivare a un totale di 13, due unità in meno rispetto al massimo registrato nel 2013 (15 operazioni finanziate).

Tavola 7.15 - Contratti stipulati da Export banca⁽¹⁾

Unità e milioni di euro

	2014	2015	2016	Totale 2014-2016
Totale contratti stipulati	7	6	13	26
Export <i>credit</i>	4	6	13	23
Internazionalizzazione	3	0	0	3
Totale finanziato	1.101	1.389	4.949	7.439
Export <i>credit</i>	1.036	1.389	4.949	7.374
Internazionalizzazione	65	0	0	65

⁽¹⁾ Eventuali disallineamenti nei totali sono dovuti ad arrotondamenti.

Fonte: Cassa depositi e prestiti

* Redatto da Alessandro Melini, Cassa depositi e prestiti.



Per valutare l'impatto dell'attività di supporto all'*export* da parte di Cdp in ambito europeo, si possono comparare le risorse mobilitate nel 2016 da Export banca e da Ipex, banca controllata direttamente da Kfw, omologa tedesca di Cdp. Lo scorso anno, il volume delle nuove operazioni di Export banca è stato pari all'1,0 per cento dell'*export* italiano (in crescita rispetto allo 0,3 per cento del 2015), poco meno di quanto attivato da Ipex, che si è attestata a un livello pari all'1,1 per cento per cento dell'*export* tedesco (0,9 per cento nel 2015).³⁸

Nel 2016, il volume delle operazioni complessive finalizzate è più che raddoppiato rispetto al 2015 (rispettivamente 7,7 miliardi di euro *versus* 3,1), con un ruolo significativo svolto dagli istituti di credito privati che hanno contribuito per una quota pari al 36 per cento (tavola 7.16). Tale quota risulta tuttavia inferiore rispetto alla media del 2014 e del 2015, quando si era attestata a circa il 55 per cento dell'ammontare complessivo. La leggera flessione registrata nel 2016 è essenzialmente dovuta a un finanziamento erogato interamente da Cdp nell'ambito di un'unica operazione, di importo molto elevato.

Tavola 7.16 - Caratteristiche dei contratti stipulati Export banca⁽¹⁾

Milioni di euro, quote percentuali e unità

	2014	2015	2016
Totale finanziato	2.536	3.075	7.752
Quota Cdp	43,4	45,2	63,8
Quota banche	56,6	54,8	36,2
Numero dei contratti stipulati	7	6	13
Finanziamento diretto	6	5	13
Finanziamento indiretto	1	1	0

⁽¹⁾ Eventuali disallineamenti nei totali sono dovuti ad arrotondamenti.

Fonte: Cassa depositi e prestiti

La complementarità con il sistema bancario rimane una caratteristica naturale dell'attività a sostegno dell'*export*. Infatti, il perimetro dettato dal regolamento di cui si è dotata Cdp definisce sempre ammissibile, per un ammontare superiore a 25 milioni di euro, l'intervento di Export banca per una quota uguale o inferiore al 50 per cento dell'operazione, mentre per una quota superiore al 50 per cento dovranno essere adottate ulteriori verifiche, in particolare con riguardo alle motivazioni che impediscono un maggiore coinvolgimento del sistema bancario.

Nel 2016 è aumentato l'importo medio delle operazioni effettuate rispetto al 2015 (381 milioni di euro *versus* 232 milioni, rispettivamente). Tutte le operazioni sono state condotte in modalità diretta, confermando l'importanza di Cdp come interlocutore diretto per le imprese esportatrici.³⁹

Un'analisi dei settori cui sono stati diretti i finanziamenti di Export banca conferma il peso preponderante della cantieristica (84 per cento del totale) nella media 2014-2016, in significativo aumento rispetto ai valori già elevati registrati nella media del triennio 2013-2015 (71 per cento). In forte calo appare invece il settore energetico, che ha rappresentato circa il 6 per cento del portafoglio nel triennio più recente, lontano dalla media 2013-2015 (18 per cento). Stesso an-

³⁸ Il rapporto tra le attività di *export credit* e le esportazioni aggregate non è una misura diretta di intensità, in quanto il numeratore non è necessariamente parte integrante del denominatore. Questo rapporto è qui utilizzato per avere una dimensione complessiva degli interventi standardizzata per Paese.

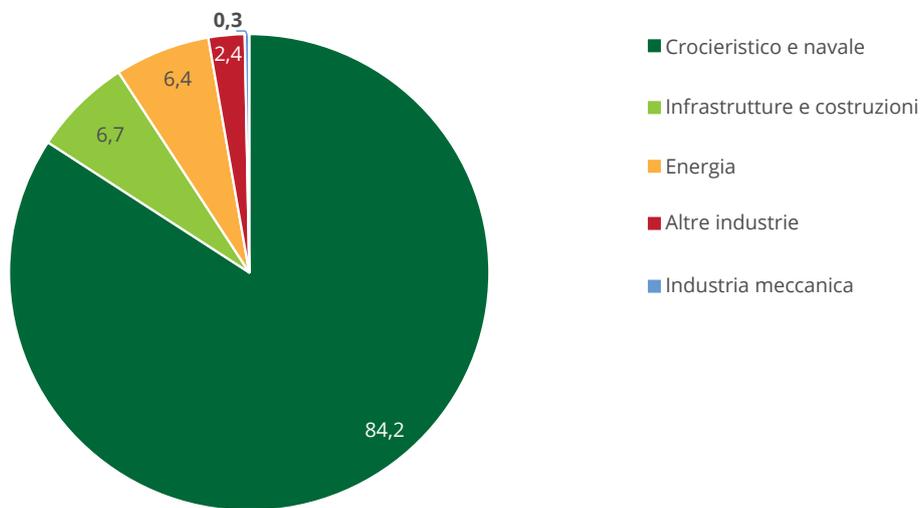
³⁹ L'intervento di Cdp può essere realizzato secondo modalità indiretta o diretta. Nel primo caso, Cdp fornisce alla banca la provvista necessaria affinché quest'ultima possa effettuare il finanziamento al debitore finale. Nel secondo caso, Cdp finanzia direttamente il debitore finale, anche in cofinanziamento con altri istituti di credito.

damento si registra per le infrastrutture, che subiscono una forte flessione passando dal 10 per cento al 7 per cento (grafico 7.9).

La geografia degli interventi nel triennio 2014-2016 è concentrata per l'88 per cento nella regione americana, tra Stati Uniti, Bermuda e Perù, in forte crescita rispetto al 66 per cento del triennio 2013-2015. Non essendosi registrata alcuna operazione nel 2016 nell'Unione Europea, il continente ha visto ridursi la propria quota nel portafoglio degli interventi di Cdp, ora pari al 4,2 per cento, in forte calo rispetto al 21 per cento della precedente rilevazione. Infine il resto delle operazioni è stato effettuato nell'area del Medio Oriente, tra Emirati Arabi Uniti, Oman, Israele e Iraq, per una quota pari al 7,7 per cento del portafoglio.

Grafico 7.9 - Contratti stipulati da Export banca per settore merceologico

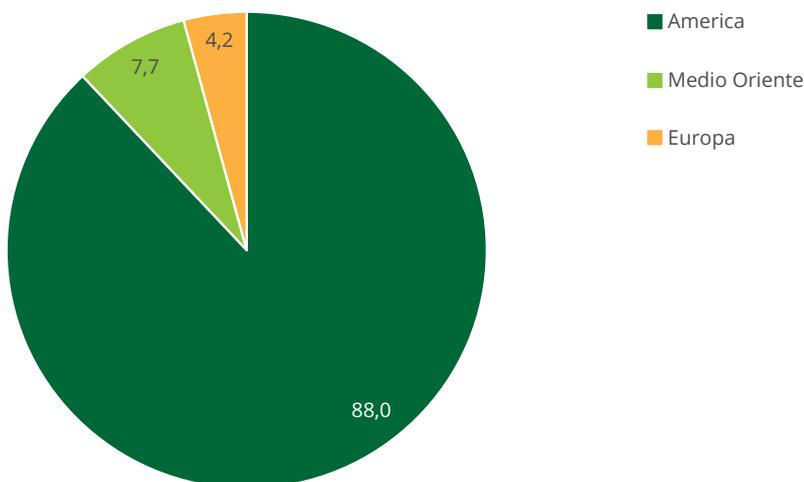
Percentuali, anni 2014-2016



Fonte: Cassa depositi e prestiti

Grafico 7.10 - Contratti stipulati da Export banca per area di destinazione

Percentuali, anni 2014-2016



Fonte: Cassa depositi e prestiti



Polo dell'export e dell'internazionalizzazione

di Ivano Gioia, Alessandro Melini e Veronica Quinto*

Il nuovo Piano industriale 2016-2020 del gruppo Cassa depositi e prestiti (Cdp) ha ridisegnato e sviluppato il modello di intervento in favore delle imprese, cercando di combinare la capacità di supporto tipica di una *mission* pubblica con la flessibilità organizzativa e la sostenibilità economico-finanziaria proprie di una gestione privatistica. Il Piano prevede un sostanziale aumento delle risorse da mobilitare a sostegno della competitività internazionale delle imprese: 111 miliardi di euro nell'arco di tempo coperto dal Piano, il 50 per cento in più rispetto al quinquennio precedente. Il Piano punta inoltre a una maggiore articolazione e accessibilità delle soluzioni disponibili per lo sviluppo internazionale delle imprese, attraverso l'integrazione dell'offerta di Sace e Simest, l'ottimizzazione dei canali d'accesso mediante il rafforzamento della rete commerciale e l'avvio di un percorso di digitalizzazione.

Tale strategia poggia sulla costituzione del Polo italiano dell'export e dell'internazionalizzazione del gruppo Cdp, sancita a settembre 2016 dal conferimento a Sace del 76 per cento del capitale di Simest. Obiettivo dichiarato è offrire alle imprese italiane un punto d'accesso unico ai servizi offerti da Cdp, Sace e Simest. Nasce così un sistema di sostegno integrato, una *one-door* come unico punto di accesso a tutti gli strumenti per competere e crescere sui mercati esteri: dall'assicurazione dei crediti alla protezione degli investimenti, dalle garanzie finanziarie per accedere ai finanziamenti bancari ai servizi di *factoring*, dalle cauzioni per vincere gare d'appalto alla protezione dai rischi della costruzione, dai finanziamenti a tasso agevolato al supporto al credito export e alla partecipazione al capitale delle imprese. È stata inoltre avviata la condivisione dei presidi sul territorio e si sono tenuti *roadshow* congiunti in Italia per permettere alle tre società di comunicare a livello locale i vantaggi del nuovo modello, unico esempio in Europa.

L'intervento integrato di Sace e di Simest ha già iniziato a concentrarsi su specifiche filiere produttive, come ad esempio l'accordo raggiunto a inizi 2017 con una società italiana operativa nel settore dell'*automotive*. Le due società metteranno a disposizione delle imprese italiane un pacchetto di soluzioni assicurativo-finanziarie per rispondere in modo più diretto alle numerose esigenze legate ai processi di sviluppo aziendale e apertura sui mercati esteri: ad esempio, nell'ambito dell'esecuzione dei contratti di fornitura, le aziende della filiera potranno ottenere liquidità attraverso il pagamento anticipato delle forniture eseguite, ottenere le garanzie necessarie per l'esecuzione di nuovi contratti di fornitura in Italia e all'estero, proteggere il proprio fatturato dal rischio di mancato pagamento.

L'operatività di Export banca di Cdp rientra nell'offerta integrata con Sace e Simest all'interno del Polo dell'export e dell'internazionalizzazione tramite una provvista finanziaria di scopo per le attività di export *credit*. Tale linea di finanziamento si sviluppa in stretta sinergia con il sistema bancario italiano e concorre insieme agli strumenti offerti dalle altre società del Polo dell'export e dell'internazionalizzazione (per maggiori dettagli si veda il paragrafo 7.1.6). In linea generale, Cdp opera sia fornendo credito all'acquirente, quindi proponendo finanziamenti all'importatore estero, a fronte di forniture di merci o servizi realizzati da operatori italiani, sia finanziando operazioni di internazionalizzazione di operatori italiani. Anche in chiave prospettica, l'intenzione di Cdp per il sostegno all'export è di consolidare l'attività di Export banca, integrandola con i servizi offerti dal resto del Gruppo.

Nel corso del 2016, il Polo dell'export e dell'internazionalizzazione ha mobilitato complessivamente 22,4 miliardi di euro di risorse a supporto delle imprese attive sui mercati esteri, il livello più alto per le società coinvolte, con un incremento di oltre il 30 per cento rispetto al 2015.

* Rispettivamente Sace, Cdp e Simest.

7.1.7 Simest*

Simest è una società per azioni controllata da Sace, a seguito dell'acquisizione, nel 2016, del pacchetto azionario detenuto da Cassa depositi e prestiti (circa 76 per cento).

Simest, costituita nel 1991 con lo scopo di promuovere e sostenere sotto il profilo tecnico e finanziario gli investimenti di imprese italiane all'estero, gestisce dal 1999 gli strumenti finanziari pubblici a sostegno delle attività di internazionalizzazione delle imprese italiane e costituisce un interlocutore cui le imprese italiane possono fare riferimento per tutte le tipologie di interventi all'estero e dal 2011 anche in Italia. Di seguito si propone una rassegna dei principali risultati conseguiti nel 2016 in ciascuna delle principali linee di attività di Simest, riassunte nella tavola 7.17.

Tavola 7.17 - Dati riassuntivi delle attività di Simest

	Numero servizi			Milioni di euro		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Partecipazioni Simest						
Nuove partecipazioni acquisite	53	32	25	125,0	90,0	89,0
Partecipazioni fondo di <i>venture capital</i>						
Nuove partecipazioni acquisite	18	18	8	9,0	7,0	6,0
Incentivi alle imprese						
Incentivi alle imprese	85	44	64	2.337,0	5.118,0	5.808,0
Crediti all'esportazione	34	39	32	78,0	76,0	123,0
Contributi per investimenti in società o imprese all'estero	139	103	117	110,0	80,0	84,0
Programmi d'inserimento sui mercati esteri	15	10	16	1,4	1,0	2,0
Studi di prefattibilità, fattibilità e programmi di assistenza tecnica	13	27	23	3,0	6,0	6,0
Patrimonializzazione delle Pmi esportatrici	5	11	32	0,2	0,3	1,0

Fonte: Simest

Partecipazioni in società all'estero

Simest può acquisire partecipazioni fino al 49 per cento del capitale sociale in investimenti di imprese italiane in paesi extra Ue. La partecipazione di Simest consente alle imprese italiane l'accesso alle agevolazioni, sotto forma di contributi agli interessi, per il finanziamento dell'acquisizione della loro quota di capitale. Inoltre Simest può acquisire, a condizioni di mercato e senza agevolazioni, partecipazioni fino al 49 per cento del capitale sociale di imprese italiane o loro controllate nell'Unione Europea che sviluppino investimenti produttivi e di innovazione e ricerca; da tali acquisizioni sono esclusi i *salvataggi*.

A valere sulle delibere approvate nel 2016 o in precedenza, nel corso dell'anno Simest ha portato a termine 33 operazioni su partecipazioni, per un importo complessivo di 103 milioni di euro, di cui:

- 20 nuove partecipazioni in società all'estero, per un importo di circa 57 milioni di euro
- 7 aumenti di capitale sociale in partecipazioni all'estero già in essere al 31 dicembre 2015, per complessivi 9 milioni di euro

* Redatto da Simest.



- 5 nuove partecipazioni in Italia, per un importo di 32 milioni di euro
- un aumento di capitale sociale in una società in Italia già partecipata al 31 dicembre 2015 per 5 milioni di euro.

I principali settori in cui si sono concentrate le acquisizioni di quote di società sono stati quelli elettromeccanico e meccanico (28 per cento), il settore agroalimentare (27 per cento) e il settore dei servizi (circa 12 per cento). Seguono i settori chimico e farmaceutico ed energetico che hanno rappresentato complessivamente oltre il 15 per cento del totale.

Dall'inizio dell'attività al 31 dicembre 2016, Simest ha acquisito 795 partecipazioni in nuovi progetti e 304 tra aumenti di capitale di società già partecipate e aggiornamenti di piano per complessivi 1,1 miliardi di euro. A seguito dei movimenti di portafoglio intervenuti nel 2016, Simest deteneva alla fine dell'esercizio quote di partecipazione per un totale di 536 milioni di euro in 237 società italiane ed estere.

Partecipazioni a valere sul Fondo unico di *venture capital*

Il Fondo unico di *venture capital* (Fvc) è uno strumento avviato nel 2004 dal Mse nell'ottica di offrire un sostegno finanziario, ma ancor prima istituzionale, alle imprese italiane impegnate in processi di internazionalizzazione delle proprie attività. L'attività del Fondo si sostanzia in una partecipazione di minoranza, aggiuntiva alla partecipazione diretta di Simest, nel capitale sociale di società costituite da imprese italiane in alcuni paesi ed aree di particolare interesse per il sistema imprenditoriale, al fine di realizzare investimenti di carattere produttivo e commerciale diretti all'inserimento sul mercato locale.⁴⁰ In coerenza con la propria missione istituzionale Simest, pur essendo azionista della *joint venture* estera, delega, sia per la propria quota che per quella del Fvc, la gestione ordinaria al partner industriale italiano, con un basso impatto in termini di *governance*.

Nel corso del 2016 le acquisizioni di quote di partecipazione a valere sulle disponibilità del Fvc sono state nel complesso pari a circa 8 milioni di euro così ripartiti:

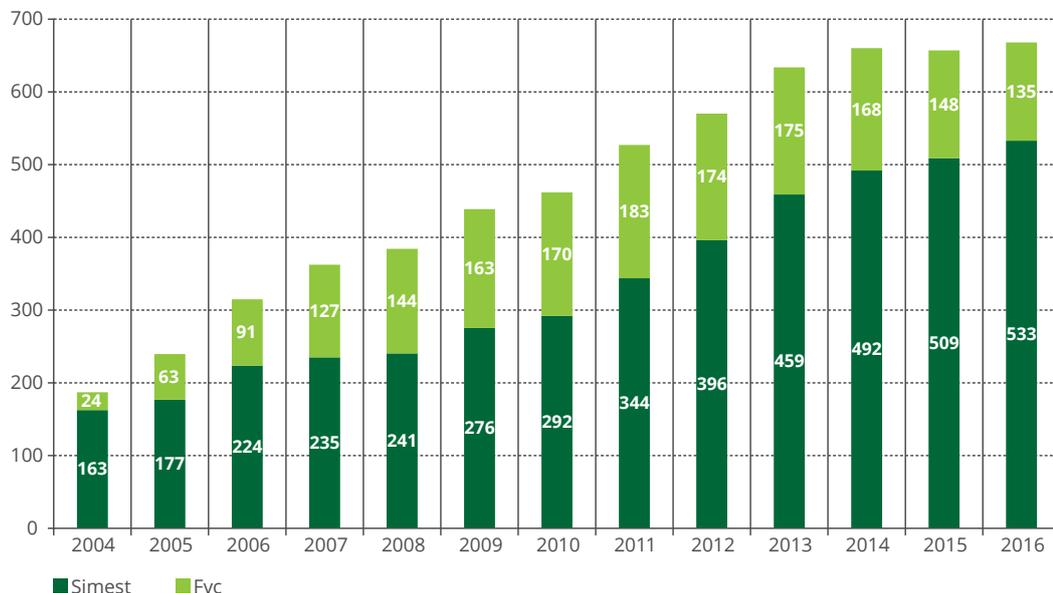
- 8 nuove partecipazioni in società all'estero, aggiuntive rispetto alle quote acquisite in proprio da Simest, per un importo complessivo di circa 6 milioni di euro
- 3 aumenti di capitale sociale in società già partecipate al 31 dicembre 2015 per circa 2 milioni di euro.

La distribuzione geografica dei nuovi interventi del Fvc vede il ridimensionamento del Brasile (2 operazioni contro 7 nel 2015); la Cina e l'India riscontrano il maggior numero di interventi (3 operazioni) per un importo rispettivamente di 2 e 1 milione di euro. Si segnalano anche due interventi rispettivamente in Messico e Uganda per 1 milione di euro ciascuno.

⁴⁰ Simest può operare con il Fvc in Cina, Russia, Ucraina, Moldavia, Armenia, Azerbaijan, Georgia, tutti i paesi dell'Africa, Israele, Libano, Giordania, Siria, Autorità Palestinese, Turchia, Iraq (e paesi confinanti, purché con attività prevalente rivolta all'Iraq), India, Indonesia, Malaysia, Maldive, Sri Lanka, Thailandia, Albania, Bosnia-Erzegovina, Croazia, Kosovo, ex Repubblica Jugoslava di Macedonia, Serbia, Montenegro e tutti i paesi dell'America centro-meridionale.

Grafico 7.11 - Portafoglio partecipazioni Simest e Fondo di venture capital al 31 dicembre 2016

Valori in milioni di euro



Fonte: Simest

Attività di gestione dei fondi agevolativi

A Simest è affidata la gestione degli interventi di sostegno finanziario, alle esportazioni e ad altre forme di internazionalizzazione del sistema produttivo italiano, volti a facilitare i processi di sviluppo sui mercati esteri. Tale gestione è disciplinata da convenzioni stipulate tra Simest e il Mse che affidano l'amministrazione dei Fondi a un Comitato interministeriale, denominato Comitato Agevolazioni e istituito presso la Simest stessa. Nel seguito si presentano i principali strumenti gestiti.

Fondo contributi (legge 295 del 1973)

Il Fondo contributi *ex lege* 295 del 1973 alimenta le seguenti due linee di attività.

a) Crediti all'esportazione (Decreto legislativo 143 del 1998, capo II)

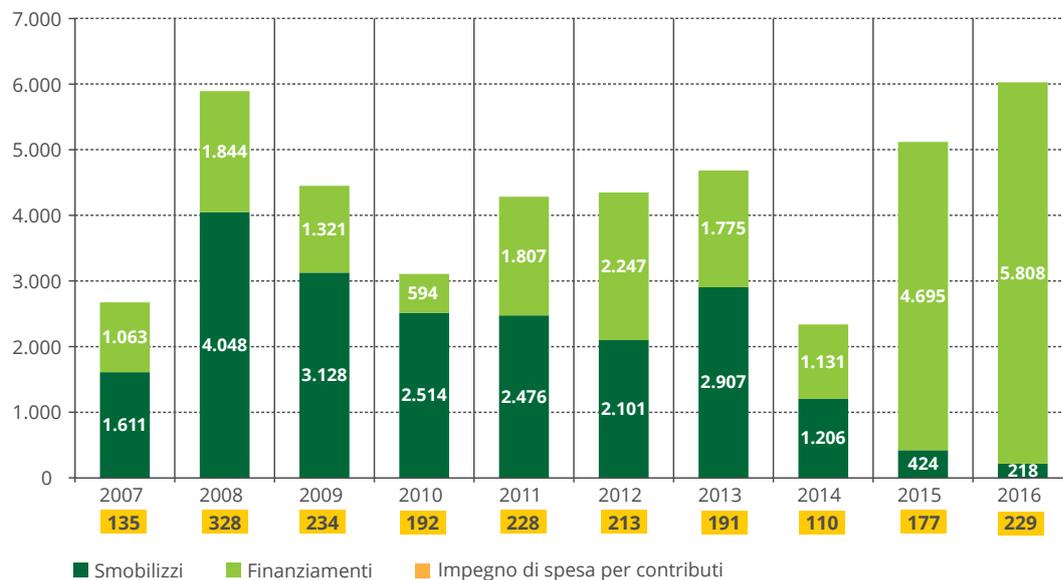
Il contributo erogato da Simest sul credito all'esportazione, nella duplice forma del credito acquirente e del credito fornitore, è uno strumento destinato a supportare le esportazioni di beni di investimento, come macchinari, impianti, relativi studi, parti di ricambio, lavori e servizi, in tutti i paesi del mondo.

Il Comitato Agevolazioni ha approvato, nel corso del 2016, 64 operazioni di credito capitale dilazionato per un importo di 5.808 milioni di euro, rispetto a 44 operazioni per un importo di 5.118 milioni di euro nel 2015. Di tali operazioni, 5.590 milioni di euro hanno riguardato il credito acquirente attraverso finanziamenti di forniture effettuate da esportatori italiani a controparti estere nei settori cantieristica navale, in particolare nel segmento crocieristico, petrolchimico, energetico e infrastrutturale. I restanti 218 milioni di euro, inerenti a operazioni di credito fornitore, hanno riguardato il finanziamento di forniture relative a macchinari e componenti, realizzate da società italiane a controparti estere.



Grafico 7.12 - Programma Simest per il finanziamento del credito export

Importi e impegni di spesa in milioni di euro (2006 - 2016)



Fonte: Simest

b) Contributi per investimenti in società o imprese all'estero (Leggi 100 del 1990, articolo 4 e 19 del 1991, articolo 2)

L'agevolazione prevede la concessione di contributi sugli interessi alle imprese italiane a fronte di crediti ottenuti per il parziale finanziamento della loro quota di capitale di rischio in imprese all'estero, partecipate dalla Simest, in paesi non appartenenti all'Unione Europea.

Nel 2016 sono state accolte 32 operazioni per un importo di finanziamenti agevolabili pari a 123 milioni di euro (76 milioni di euro nel 2015). La distribuzione per aree geografiche delle iniziative approvate nel 2016 e relative agli investimenti in società all'estero ha visto al primo posto gli Stati Uniti con il 42 per cento dei finanziamenti agevolati.

Fondo rotativo (legge 394 del 1981)

Il Fondo rotativo di cui all'articolo 2 della legge 394 del 1981 è destinato, in base alla legge 133 del 2008 e successive modificazioni e al Decreto ministeriale del 21.12.2012, alla concessione dei seguenti finanziamenti a tasso agevolato.

- Realizzazione di programmi di inserimento sui mercati esteri
- Studi di prefattibilità e fattibilità e programmi di assistenza tecnica collegati ad investimenti italiani all'estero
- Miglioramento e salvaguardia della solidità patrimoniale delle Pmi esportatrici, al fine di accrescerne la competitività sui mercati esteri
- Realizzazione di iniziative promozionali delle Pmi per la prima partecipazione a fiere e/o mostre.

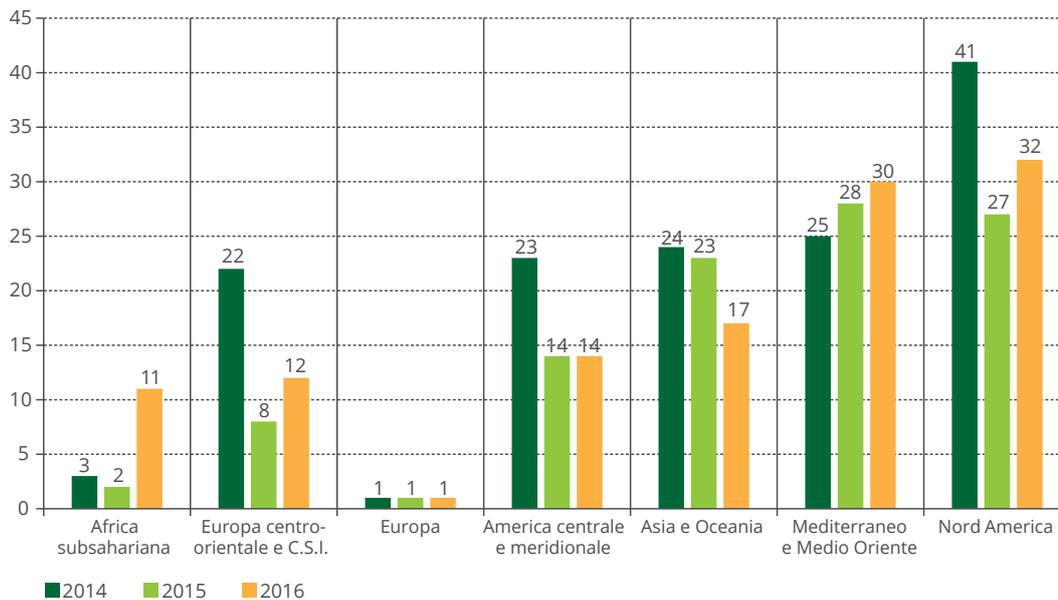
Rispetto al 2015, il volume dei nuovi finanziamenti concessi è aumentato, soprattutto grazie all'effetto della riforma degli strumenti, disposta dal Mse operativa dal 24 ottobre 2016 (si veda riquadro, *infra*). La riforma ha consentito il rilancio dello strumento a fronte della progressiva riduzione del contenuto agevolativo dello stesso causata dalla riduzione dei tassi d'interesse di mercato, tenuto anche conto della necessità per le imprese beneficiarie di rilasciare garanzie bancarie o assicurative su parte del finanziamento. Nei primi 10 mesi del 2016 sono stati deliberati 123 finanziamenti per 61 milioni di euro, mentre a novembre e dicembre, a seguito dell'entrata in vigore della riforma dello strumento, ne sono stati deliberati 65 per 32 milioni di euro.

Riguardo al punto a), nel 2016 le operazioni accolte sono state 117 per 84 milioni di euro (grafico 7.13). A livello di singoli paesi, gli Stati Uniti si riconfermano saldamente al primo posto con il più elevato numero di insediamenti (30 operazioni accolte), come negli anni precedenti, seguiti dagli Emirati Arabi Uniti (11), dalla Cina (9) e dal Brasile (7).

Con riferimento ai finanziamenti di cui alle lettere b), c) e d), nel 2016 il Comitato Agevolazioni ha accolto rispettivamente 16 finanziamenti per complessivi 2 milioni di euro, principalmente verso gli Stati Uniti e la Cina, 23 finanziamenti per 6 milioni di euro e 32 operazioni per 1 milione di euro; le fiere per le quali è stato richiesto l'intervento hanno interessato principalmente Emirati Arabi Uniti, Brasile, Stati Uniti e Cina.

Grafico 7.13 - Programmi di inserimento sui mercati esteri nel triennio 2014 - 2016

Numero operazioni per area geografica



Fonte: Simest



La nuova operatività dei finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione e il Portale dei finanziamenti

di Servizio Identity e Communications*

Dopo l'entrata in vigore del Decreto del Mse del 7 settembre 2016 e il lancio di un portale Internet dedicato, i finanziamenti per l'internazionalizzazione delle imprese previsti dal fondo rotativo di cui alla legge 394 del 1981 gestiti da Simest hanno costi inferiori, coprono maggiori spese e sono più veloci da ottenere. Si è ridotto infatti per tutti gli strumenti agevolativi il tasso di interesse a carico dell'impresa, passato dal 15 al 10 per cento del tasso di riferimento Ue utilizzato come parametro per questo tipo di strumenti agevolati.¹ Ulteriori miglioramenti delle condizioni, come importi finanziabili superiori, più ampia tipologia di spese finanziabili e durata del prestito, assenza di garanzie bancarie richieste o possibilità, laddove previste, di optare per forme alternative quali il *cash collateral*, sono state introdotte per uno o più strumenti. Nel seguito si illustrano le principali novità introdotte dal Decreto.

- . *Studi di fattibilità*. Per questo strumento, finalizzato ad aiutare l'impresa a valutare l'opportunità di investire all'estero, l'importo massimo finanziabile è stato ampliato da 100 a 150 mila euro per studi collegati a investimenti commerciali e da 200 a 300 mila euro per studi collegati a investimenti produttivi. Inoltre, la durata del finanziamento è salita da 3 a 4,5 anni, di cui 18 mesi di preammortamento.
- . *Programmi di inserimento sui mercati extra Ue*. La copertura delle spese effettuate per la realizzazione di un ufficio, *showroom*, negozio o *corner* e delle relative attività promozionali è stata innalzata al 100 per cento del totale dal precedente 85 per cento, con un massimale di 2,5 milioni di euro.
- . *Partecipazione a fiere e mostre*. Questo finanziamento, finalizzato a promuovere il *business* su nuovi mercati internazionali, può essere concesso per qualsiasi fiera o mostra, anche se non si tratta del primo evento cui l'impresa aderisce al contrario di quanto previsto in precedenza. Inoltre la copertura delle spese è salita al 100 per cento del totale delle spese preventivate dal precedente 85 per cento, con un importo massimo finanziabile pari a 100mila euro. La durata del finanziamento è pari a 3,5 anni di cui 18 mesi di preammortamento.
- . *Patrimonializzazione delle Pmi esportatrici*. L'importo massimo finanziabile a sostegno della solidità patrimoniale, finalizzata a stimolare la competitività internazionale delle imprese di piccola e media dimensione, è salito a 400 mila euro dai precedenti 300 mila. Per le Pmi industriali o manifatturiere è ora altresì più facile ottenere il finanziamento: il parametro di finanziabilità in funzione della solidità patrimoniale, il cosiddetto livello soglia, è stato ridotto al 65 per cento (dall'80 per cento).
- . *Programmi di assistenza tecnica*. Per il finanziamento delle spese di formazione del personale in paesi extra Ue la durata del finanziamento è salita a 4,5 anni dai precedenti 3,5 anni, di cui 18 mesi di preammortamento.

Le novità introdotte riguardano anche i tempi di istruttoria, che si sono abbreviati, e la procedura di erogazione, notevolmente semplificata. A questo ha contribuito il lancio del Portale dei finanziamenti, grazie al quale l'impresa può, in maniera completamente digitale, richiedere un nuovo intervento o gestire i finanziamenti che ha già in corso con Simest. Inoltre, le aziende possono ottenere di essere pre-valutate per avere una prima indicazione sulle possibilità di accesso al finanziamento e sulle relative condizioni.

Il Portale è stato realizzato per facilitare le aziende nella definizione dei progetti di sviluppo nei Paesi extra Ue e per consentire di trasmettere direttamente la richiesta di finanziamento con firma digitale, una modalità che si traduce in un'accelerazione e in uno snellimento dell'istruttoria e nella riduzione della documentazione richiesta.

* Simest.

¹ Nei primi mesi del 2017 il tasso di interesse agevolato si è mantenuto intorno allo 0,1 per cento.

7.1.8 Sace*

Il credito all'esportazione non è stato favorito da un contesto di crescita ridotta del commercio globale, come quello registrato nel 2016. Le società come Sace, infatti, operano per facilitare gli scambi internazionali, agevolando le condizioni di offerta, e promuovendo gli investimenti esteri.⁴¹ Secondo dati preliminari, nel 2016 i nuovi impegni assicurativi assunti dai membri della Berne Union, di cui Sace fa parte, sono cresciuti lievemente (+2,2 per cento) a 1.900 miliardi di dollari, considerando i vari tipi di supporto: sostegno alle esportazioni, con dilazioni sia a breve sia a medio-lungo termine, e agli investimenti diretti esteri (Ide), in un quadro di ulteriore rallentamento del commercio mondiale di beni, cresciuto del +1,3 per cento in quantità ma diminuito del -3,2 per cento in valore.⁴²

Secondo i dati della Berne Union, mentre l'assicurazione di credito a breve termine, che continua a rappresentare la voce principale (circa l'86 per cento), ha riportato un incremento in linea con il dato complessivo (+2,2 per cento), l'assicurazione per il rischio di credito a medio-lungo ha registrato un calo del 13,4 per cento, passando a 134 miliardi di dollari; questo calo ha riguardato tutte le aree geografiche, a eccezione dell'Africa verso cui si è registrato un aumento del 20 per cento a circa 30 miliardi di dollari. I principali paesi per cui sono state richieste coperture per operazioni a medio-lungo termine sono Stati Uniti d'America (Usa), Angola, Egitto, Regno Unito e Qatar che insieme rappresentano 46,5 miliardi di dollari di esportazioni assicurate da membri della Berne Union. Dopo il picco registrato nel 2015, gli indennizzi associati a queste coperture sono diminuiti del 7,5 per cento (per un totale di circa 3 miliardi di dollari), in particolare a seguito della riduzione legata alla Russia.

L'assicurazione dei rischi politici per gli investimenti all'estero è risultata invece, ancora una volta, in controtendenza: ha registrato, nel corso del 2016, una crescita di circa il 20 per cento nelle nuove richieste per coperture, per un valore finale di 112,8 miliardi di dollari.⁴³ Le nuove coperture di questo tipo hanno interessato in particolare Kazakistan, Usa, Indonesia, Cina e Turchia, per un importo pari al 30,4 per cento del totale.

Attività e risultati di Sace nel 2016

A livello consolidato, Sace ha assistito oltre 23.000 aziende, in prevalenza Pmi, nel corso del 2016, mobilitando complessivamente 22,4 miliardi di euro di risorse, in aumento del 30,5 per cento rispetto all'anno precedente (tavola 7.18).

* Redatto da Ivano Gioia e Stefano Gorissen, Sace.

⁴¹ L'assicurazione del credito all'esportazione consente a esportatori e banche di concedere linee di credito ad acquirenti in paesi stranieri, favorendo in questo modo le transazioni internazionali. La garanzia del credito all'export ha inoltre una funzione rilevante per gli istituti bancari, nell'ottica dei requisiti di capitale previsti dall'accordo Basilea III e dall'Unione bancaria europea.

⁴² La Berne Union è un'organizzazione internazionale che riunisce le principali società per il credito all'esportazione del mondo. È articolata in tre comitati: Breve termine, Medio-lungo termine e Investimenti. Per copertura a breve termine si intende l'assicurazione per un intervallo di tempo inferiore ai 2 anni.

⁴³ In questo caso i rischi coperti sono quelli politici associati all'esproprio, al *breach of contract*, agli atti violenti e alle restrizioni nell'accesso alla valuta.



Tavola 7.18 - Risorse mobilitate dal Polo dell'export e dell'internazionalizzazione

Valori in milioni di euro e variazioni percentuali

	2016	2015	Variazione
Export	11.551,0	8.117,5	42,3
Internazionalizzazione	2.167,2	2.326,2	-6,8
Assicurazione del credito e cauzioni	5.944,0	4.225,0	40,7
Factoring	2.730,0	2.495,0	9,4
Totale	22.392,2	17.163,6	30,5

Fonte: Sace

Sace ha deliberato nel corso dell'anno nuove garanzie per 13,2 miliardi di euro (+35 per cento rispetto al 2015), di cui l'86 per cento per operazioni a sostegno dell'export e il restante 14 per cento dell'internazionalizzazione, generando complessivamente 534,2 milioni di euro di premi lordi. I nuovi impegni si riferiscono principalmente a controparti nelle Americhe (32,2 per cento), in particolare negli Usa che hanno contribuito al 75 per cento della *performance* dell'area in relazione a operazioni nel settore della produzione di navi da crociera (crocieristico); seguono Unione Europea (31 per cento) e Medio Oriente e Nord Africa (17,1 per cento). I settori industriali di maggior rilievo sono stati il crocieristico, le infrastrutture e costruzioni, l'elettrico e l'*oil and gas*.

Nel 2016 i sinistri liquidati da Sace sono ammontati a 344,1 milioni di euro (+33 per cento), relativi prevalentemente a operazioni assicurate con controparti in Germania, Iran, Russia e Ucraina. I settori maggiormente interessati sono stati il metallurgico (54 per cento), in cui permane un eccesso di capacità produttiva a livello globale, con un tasso di utilizzo medio degli impianti del 69 per cento, e il navale (23 per cento), in particolare nel segmento connesso all'esplorazione e produzione *offshore* di idrocarburi, che ha risentito anche nel 2016 di una contrazione degli investimenti e di un allineamento verso il basso del nolo delle navi.

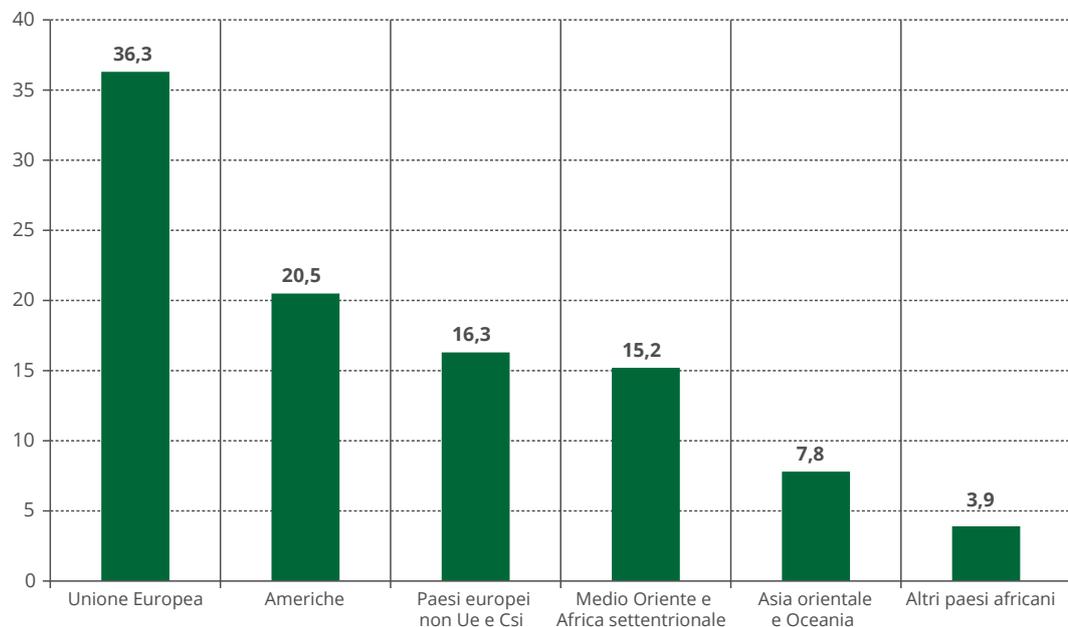
Nel corso dell'anno sono stati recuperati 731,4 milioni di euro di crediti da controparti sovrane, oltre il 70 per cento dei quali dall'Iran in virtù dell'accordo raggiunto a gennaio 2016, dopo il raggiungimento dell'*Implementation Day* e la conseguente sospensione delle sanzioni internazionali, con il Ministero delle Finanze iraniano e la Central Bank of Iran; il rimanente 30 per cento è stato corrisposto da altri paesi come Iraq, Egitto, Argentina, Ecuador e Cuba. Sono stati inoltre recuperati 23,1 milioni di euro da controparti private.

L'esposizione totale, a fine 2016, ammontava a 43,8 miliardi di euro (+4,5 per cento rispetto al 2015).⁴⁴ L'analisi per area geo-economica evidenzia una maggiore esposizione verso i paesi dell'Unione europea, e in particolare verso l'Italia, che è rimasta prima per concentrazione (sebbene in calo dal 20,6 del 2015 al 18,3 per cento), in virtù delle operazioni di garanzia per i finanziamenti volti a favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane. È aumentata l'esposizione nelle Americhe, che è passata dal 17,3 al 20,5 per cento, in Medio Oriente e Nord Africa e nell'Africa subsahariana, mentre è apparso in calo il livello di concentrazione nei paesi europei extra-Ue e Csi e in Asia orientale e Oceania (grafico 7.14).

Il settore crocieristico è divenuto il primo per esposizione, con un'incidenza che passa dal 20,7 al 23,1 per cento, seguito dall'*oil and gas* e dalle infrastrutture e costruzioni. Occorre segnalare il significativo aumento dell'esposizione verso il settore chimico e petrolchimico (+56,9 per cento), in seguito alla copertura di due grandi progetti in Oman e Russia (grafico 7.15).

Grafico 7.14 - Esposizione totale di Sace per area geo-economica

Percentuali, anno 2016



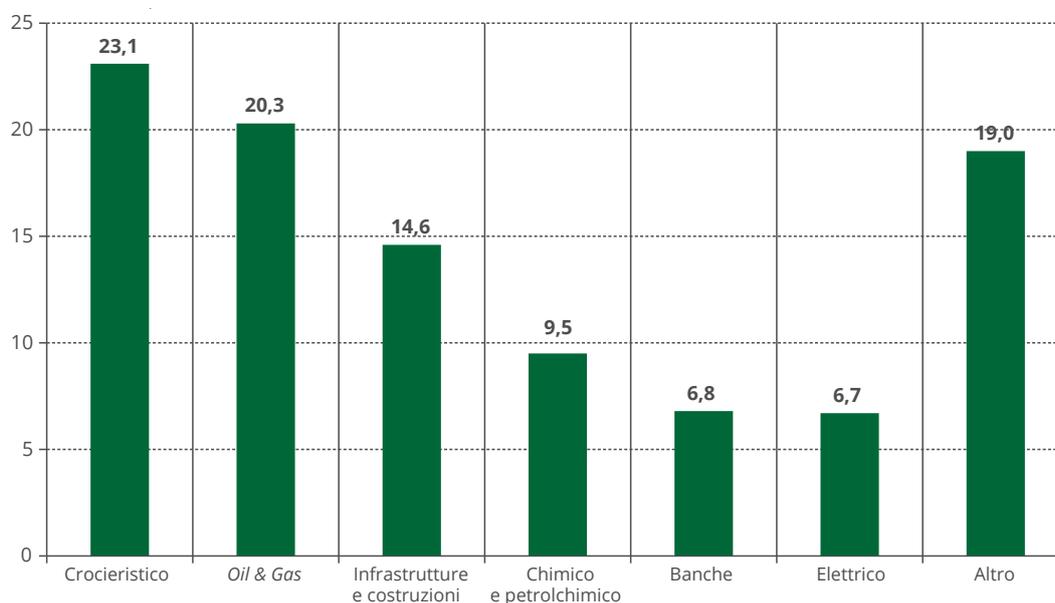
Fonte: Sace

⁴⁴ L'esposizione è calcolata come somma dei crediti e delle garanzie perfezionate in quota capitale e interessi.



Grafico 7.15 - Portafoglio garanzie di Sace per settore industriale

Percentuali, anno 2016



Fonte: Sace

Per le linee di attività riguardanti assicurazione del credito, cauzioni e rischi della costruzione, Sace ha registrato un'esposizione complessiva di 40,2 miliardi al 31 dicembre 2016. Il commercio all'ingrosso, l'agroalimentare e il commercio al dettaglio sono i tre principali settori industriali del portafoglio connesso a queste attività; questi settori hanno registrato un aumento del fatturato piuttosto contenuto. Nel corso dell'anno Sace ha mobilitato circa 5,9 miliardi di euro di risorse, tra ramo credito (Italia ed estero) e ramo cauzioni, e totalizzato complessivamente 80,3 milioni di euro in premi lordi. L'anno si è chiuso con un utile di 2,9 milioni di euro, in miglioramento rispetto al risultato del 2015, negativo per 6,6 milioni di euro.

Nel 2016 i giorni di ritardo nei pagamenti sono scesi a 15,4 giorni, quasi 2 giorni in meno rispetto al 2015 (per complessivi 73,8 giorni). Le imprese di servizi sono quelle che hanno contribuito maggiormente a questa riduzione. Le attività di recupero crediti e di gestione dei *dossier* informativi strumentali alla valutazione del rischio controparte, che dal 2016 sono state rese disponibili anche ad aziende non assicurate da Sace, hanno registrato un utile netto di 274 mila euro.

Per quanto riguarda la linea di attività *factoring*, Sace ha registrato un monte crediti di 2,1 miliardi di euro a fine 2016. Il *turnover* nel 2016 è stato pari a 4,5 miliardi di euro. Sono stati maggiormente interessati dalle attività di smobilizzo dei crediti i settori edilizia, metallurgia e energia. È cresciuta l'operatività con l'estero: il 56 per cento del *turnover* complessivo è stato generato da operazioni con debitori esteri, rispetto al 35 per cento dello scorso esercizio; è aumentata anche l'incidenza dei debitori privati (passata dal 58 all'83 per cento) rispetto a quella della Pubblica amministrazione, scesa al 17 per cento. Il 2016 si è chiuso con un utile di 5 milioni di euro, in diminuzione del 46 per cento rispetto al 2015, principalmente per effetto di alcune rettifiche di valore e di una diversa composizione del portafoglio, con una maggiore esposizione verso controparti private.



Alla ricerca delle opportunità, ma con un occhio ai rischi¹

di Stefano Gorissen*

Le imprese italiane con propensione internazionale, oltre ad aver bisogno dei giusti strumenti (non solo assicurativo-finanziari) per massimizzare le loro risorse, necessitano sempre più di informazioni specifiche sui mercati verso cui orientarsi o nei quali accrescere la propria quota di mercato. Sace ha aggiornato i due indici che cercano di fornire indicazioni in questo senso: Investment opportunity index (Ioi) ed Export opportunity index (Eoi).²

Gli investimenti diretti esteri (Ide) e le esportazioni influenzano positivamente la crescita di un paese. Ide e commercio risultano complementari nella misura in cui i primi generano maggiore competitività nei mercati oltreconfine, creano domanda per altri prodotti della catena produttiva, stabiliscono una piattaforma logistica di accesso a geografie limitrofe oppure cambiano le abitudini di consumo del paese di destinazione a favore dei prodotti di quello di origine.

Con l'aggiornamento del 2017 dei due indici osserviamo un aumento delle destinazioni rilevanti per gli investimenti diretti delle imprese italiane rispetto al 2016: i mercati con un Ioi superiore a 60 sono 21 e rappresentano il 60 per cento del Pil globale (erano 15 nel 2016, pari al 54 per cento del Pil mondiale). Tra le geografie che ottengono un punteggio migliore ci sono mercati avanzati ed emergenti asiatici. In testa troviamo sempre l'India, in virtù dell'avvio di alcune riforme che, soprattutto in prospettiva, avranno effetti positivi sulla stabilità e sulla crescita, mentre scendono i punteggi di Usa e Regno Unito a causa dell'incertezza che avvolge questi due paesi. Filippine, Perù, Polonia e Vietnam confermano la propria attrattività, grazie alle ottime prospettive e all'apertura all'esterno.

L'Eoi, invece, individua 52 geografie con punteggio superiore a 60, ben 8 in più rispetto all'anno passato, grazie ai maggiori scambi attesi rispetto allo scorso anno. Esse sono la destinazione dell'87 per cento dell'export italiano. Tuttavia, sono soltanto 16 le geografie che hanno uno *score* di almeno 70 punti, quasi tutte già segnalate in passato, e rappresentano il 56 per cento della domanda estera di *made in Italy*. La classifica è guidata da tre paesi in forte miglioramento rispetto al 2016: Spagna, Cina e Germania. Queste tre geografie hanno registrato un aumento deciso della domanda di prodotti italiani nell'anno passato e altrettanto è atteso nei prossimi anni. Seguono India, Stati Uniti e Polonia, che si confermano destinazioni da presidiare, sia per la rilevanza per le nostre imprese, sia per le prospettive. Il calo del prezzo del petrolio penalizza Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita e Qatar, che vedono il proprio punteggio ridursi di diversi punti.

* Ufficio Studi, Sace Spa.

¹ Approfondimento basato su *Export Unchained. Dove la crescita attende il Made in Italy*, Roma, Sace, 2017 e su *Focus On - Mappa dei rischi 2017: più incertezza nell'era dell'ognun per sé*, Roma, Sace, 2017. Tutti i punteggi citati sono disponibili sul sito internet di Sace, nel tool Risk & Export Map.

² Per informazioni sulla composizione dei due indici si veda la metodologia in fondo all'approfondimento.



Tavola 1 - Investment opportunity index, Export opportunity index e previsioni export italiano
Principali paesi emergenti

Paesi	Investment opportunity index	Export opportunity index	Crescita media annua export italiano 2017-2020
India	80	77	6,2
Cina	71	80	6,2
Polonia	71	74	4,7
Vietnam	69	68	6,5
Repubblica Ceca	67	72	5,7
Perù	66	69	3,4
Filippine	65	70	7,5
Ungheria	64	72	5,2
Cile	63	65	4,5
Thailandia	63	50	3,0

⁽¹⁾ Il punteggio assegnato per i due indici a ciascuno dei 212 paesi monitorati varia da 0 a 100, rispettivamente opportunità nulla e massima. Tutti i punteggi riportati e le previsioni sono disponibili alla pagina web www.sace.it/map.

Fonte: Sace

Tuttavia, nel processo di internazionalizzazione, non si possono trascurare i molteplici rischi in cui si può incorrere. Sembra infatti sia iniziata una fase di ripensamento dei processi di integrazione dei mercati globali, con nuove misure protezionistiche innalzate, un *trend* cominciato alcuni anni fa. Due dei *core risk* del 2016 sono le principali criticità anche nel 2017: il debito, pubblico e privato, che ha raggiunto il 225 per cento del Pil globale, e la variabile geopolitica.

Se a livello globale il rischio di credito³ rimane pressoché costante, si registra un lieve miglioramento per i paesi avanzati, che scendono da 30 a 29. Aumenta invece il rischio nei paesi emergenti dell'Africa subsahariana (l'area con il rischio medio maggiore con un punteggio di 76, +2 rispetto al 2016), in Medio Oriente e Nord Africa (62, +2) e in America Latina (63, +1). Rimane stabile in Asia (69) e nella Comunità degli Stati Indipendenti (67). Nel complesso, il rischio di credito nei paesi emergenti rimane costante a 68.

Uno dei fattori di preoccupazione risiede nel rischio bancario. Qui l'indicatore Sace è in crescita di 2 punti a livello mondiale, a causa del generale peggioramento della qualità dell'attivo dovuto anche all'aumento dei debiti. I sistemi bancari più colpiti, e quindi meno affidabili come controparti, sono in Africa subsahariana (che vede aumentare il rischio da 73 a 76), in particolare Mozambico, Nigeria e Angola, e in America Latina (da 61 a 63, dovuto a Brasile e Messico).

I rischi politici riguardano invece la possibilità che si registrino episodi di esproprio e violazioni contrattuali, guerre e disordini civili, problemi di trasferimento e convertibilità della valuta. Proprio quest'ultimo indicatore registra un incremento in diversi paesi emergenti, non solo di piccole dimensioni, che a causa delle minori riserve valutarie si trovano costretti a restringere il mercato del credito e l'offerta di capitali. Gli investitori devono tenere in conto quindi un rischio più alto che i trasferimenti finanziari denominati in valuta forte, come i pagamenti internazionali ma anche i rimpatri di capitali e dividendi, subiscano restrizioni o ritardi. Questo potrebbe accadere in particolare in Angola, Cuba, Egitto, Mozambico e Oman.

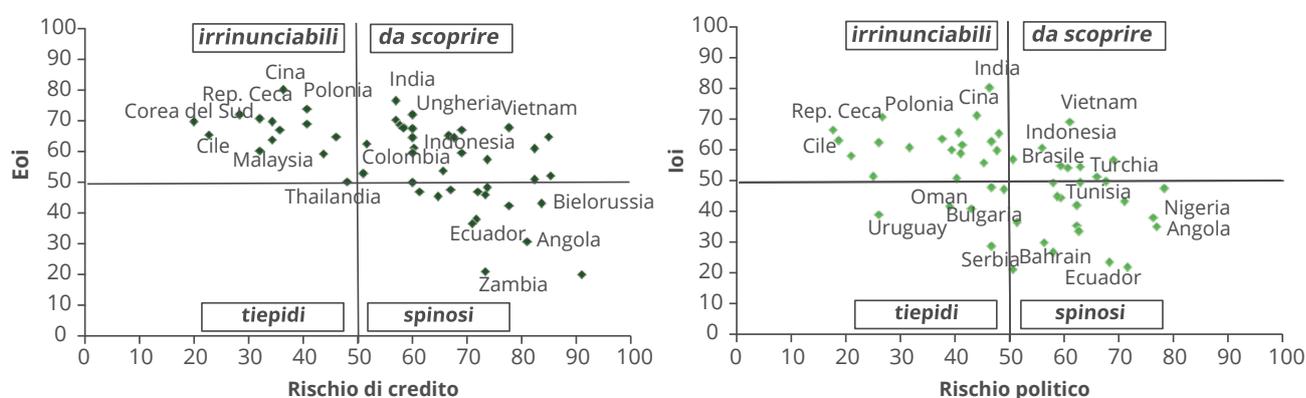
³ Si definisce così il rischio di incorrere in un mancato pagamento da una controparte sovrana, bancaria o corporate. A ciascun paese viene associato un punteggio da 0 a 100, dove 0 rappresenta il rischio minimo e 100 il rischio massimo.



Incrociando gli indicatori di rischio con quelli di opportunità è possibile suddividere le principali geografie emergenti in 4 gruppi. I rischi di credito, quindi la possibilità di incorrere in un mancato pagamento, influenzano specialmente gli scambi, quindi sono stati abbinati all'Eoi. I rischi politici, invece, potrebbero condizionare la riuscita di un investimento (Ioi). Sono *irrinunciabili* quei paesi con un livello di rischio relativamente basso e che sono molto rilevanti da un punto di vista delle opportunità, *da scoprire* quelle geografie ad alto rischio, ma anche ad alto rendimento in cui è indispensabile andare con le dovute cautele e *spinosi* quei mercati dove è necessario fare una attenta selezione delle controparti; infine, sono *tiepidi* quei paesi con un basso livello di rischio, ma anche con una minore rilevanza per gli investimenti esteri.

Grafico 1 - Rischi e opportunità

Principali paesi emergenti



Fonte: Sace

Metodologia Investment opportunity index ed Export opportunity index

Ioi - L'indice è calcolato attraverso la ponderazione di sei variabili: la presenza italiana nel paese (fonte Reprint), quanto pesano gli investimenti sul Pil (Unctad), il business *environment* e i rischi politici (Banca Mondiale e Sace), le prospettive di crescita (Fondo monetario internazionale) e gli accordi commerciali in vigore (Unctad). Inoltre si considerano due variabili in base alle quali si assegnano penalità: la segretezza finanziaria (Tax justice network) e la grandezza dell'economia (Fondo monetario Internazionale). In alcuni casi il punteggio ottenuto è aggiustato da una valutazione qualitativa, in modo da tenere conto degli eventi politici ed economici.

Eoi - L'indice è calcolato attraverso la ponderazione di quattro variabili: l'export italiano in valore e il suo andamento passato e prospettico (fonte Istat e previsioni Sace), quanto sono diversificate le importazioni (Nazioni Unite, in particolare la variabile *partner concentration of trade*) e qual è la quota italiana (Un Comtrade). Anche per questo indice, alcuni punteggi ottenuti sono aggiustati con una valutazione qualitativa, per tenere conto degli eventi politici ed economici più recenti.

La metodologia è anche disponibile sul sito Internet di Sace, nel tool Risk & Export Map.



7.2 Investimenti diretti esteri in entrata*

7.2.1 Ministero dello Sviluppo economico

Per indirizzare e facilitare l'azione del governo e degli enti locali, creando le opportune sinergie, opera da alcuni anni il Comitato Interministeriale di coordinamento per l'attrazione degli investimenti esteri, istituito dal decreto-legge 133 del 2014, articolo 30 (anche noto come *Sblocca Italia*).⁴⁵ Più in particolare il Comitato formula proposte sulle modalità operative che possono rafforzare e rendere più efficaci le attività di attrazione investimenti esteri, con l'obiettivo di elevare la competitività nazionale e coordina l'attività delle amministrazioni e dei soggetti pubblici riguardante la realizzazione degli investimenti esteri. Collabora inoltre alla stesura di una relazione annuale al Parlamento. Infine il Comitato riferisce al Mse sull'attività svolta segnalando eventuali, specifiche criticità, ritardi o inadempienze da parte delle amministrazioni e dei soggetti pubblici coinvolti, rilevate in fase di concretizzazione dell'investimento.

Nella sua attività, consistente anche nell'esame di casi particolari di progetti di investimenti esteri in Italia di importanza talora considerevole, il Comitato ha agevolato il coordinamento delle procedure di competenza delle amministrazioni competenti, favorendo l'adozione di istituti di semplificazione amministrativa previsti dall'ordinamento. Tale funzione è stata apprezzata dagli investitori, che ne hanno riferito alla stampa in più di un'occasione.

7.2.2 Ice - Agenzia

Sul versante promozionale nel 2016 si sono svolte azioni di presentazione e supporto all'attrazione di investimenti esteri. Esse hanno preso forma di seminari, partecipazione a fiere internazionali e *roadshow* per il lancio dei nuovi *desk* attrazione investimenti.⁴⁶ Si sono realizzate anche azioni di informazione, assistenza, studio e ricerca. Nel seguito si darà conto dei risultati ottenuti da ciascuna unità operativa.

Ufficio di Coordinamento attrazione investimenti esteri

L'Ufficio di Coordinamento, nel fissare le strategie di indirizzo, interviene anche operativamente in attività trasversali. In particolare, nel 2016 tali attività sono state rivolte a favorire l'interazione tra i diversi soggetti coinvolti nell'attrazione investimenti esteri, sia interni all'Ice-Agenzia sia esterni, e ad affinare le linee guida per arrivare a costruire un portafoglio d'offerta mirato sulle esigenze degli investitori internazionali. Una cura particolare, inoltre, è stata posta sulle attività di assistenza a casi emblematici, in coordinamento con l'Ufficio di Supporto

* Paragrafi 7.2.1 e 7.2.2 redatti da Marco Saladini, Ice, in collaborazione con gli addetti alle attività documentate. Paragrafo 7.2.3 redatto da Rita Arcese, Pamela Ciavoni e Giulia Pavese, Conferenza delle Regioni.

⁴⁵ Il Comitato è presieduto dal Vice Ministro dello Sviluppo economico con delega alle politiche di attrazione investimenti ed è composto da rappresentanti del Ministero dell'Economia e delle finanze, del Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, del Ministero per la Semplificazione e la pubblica amministrazione e della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano. Il Comitato può essere integrato con i rappresentanti delle amministrazioni centrali e territoriali di volta in volta coinvolte nel progetto d'investimento in esame. Al momento di redigere il presente Rapporto era in corso una rivisitazione della normativa istitutiva del Comitato.

⁴⁶ L'Ice-Agenzia svolge attività per favorire l'attrazione degli investimenti esteri in Italia sin da quando tale competenza fu a essa assegnata dalla legge 68 del 1997. Da allora, l'Ice ha promosso gli investimenti stranieri in Italia in collaborazione con diversi attori nazionali e locali, finché nel 2013, la riorganizzazione di Ice-Agenzia ha previsto un Ufficio di Supporto specificamente dedicato alla promozione degli investimenti esteri in Italia. Da novembre 2015, il nuovo disegno organizzativo dell'Ice-Agenzia ha articolato l'Ufficio nelle seguenti linee di attività: Coordinamento, Promozione, Partenariato e analisi e Supporto operativo (si veda l'edizione 2015-2016 del *Rapporto* per ulteriori informazioni).

operativo e con *partner* istituzionali (Mse e Presidenza del Consiglio dei ministri).

Un delicato e complesso processo di selezione di figure specializzate dedicate ha inoltre consentito nel 2016 di rendere operativa una rete di sette *desk* dedicati all'attrazione degli investimenti esteri in altrettante importanti piazze finanziarie con il compito di ampliare l'interazione tra investitori esteri e sistema economico italiano.

Dopo l'apertura del primo *desk* a Istanbul (ottobre 2015) sono stati attivati nel 2016 altri sei Desk, di cui 5 presso gli Uffici Ice-Agenzia a Londra (luglio), New York (luglio), Singapore (settembre), Tokyo (settembre), Dubai (ottobre). Il *desk* di San Francisco (dicembre) è invece ospitato nella struttura diplomatica del Consolato generale d'Italia. Nel primo semestre 2017 è prevista l'apertura di ulteriori due *desk* a Pechino e Hong Kong.

Nel corso del 2016 sono stati organizzati *Roadshow Invest in Italy* a New York e San Francisco (gennaio), Londra (settembre) e Dubai (novembre), con un totale di 147 partecipanti italiani, 649 esteri, 42 giornalisti e 39 incontri *government to business*. Il formato del *roadshow* prevede l'illustrazione, a selezionati investitori, delle principali riforme e politiche dell'Italia per l'attrazione degli investimenti, del contesto economico italiano in termini di opportunità di mercato e scenario industriale e degli aspetti fiscali legati alle procedure di insediamento e localizzazione. L'evento è organizzato in collaborazione con Mse, sedi diplomatiche e associazioni di categoria.

Per quanto riguarda l'attività di comunicazione e di redazione di prodotti editoriali, sono state aggiornate la Guida paese sull'Italia e la Guida agli investimenti in Italia (*Doing business in Italy* il titolo in lingua inglese), alcuni cataloghi per manifestazioni fieristiche e note di analisi sul settore immobiliare.

Si è infine curato il portale dedicato all'attrazione degli investimenti, aggiornandolo costantemente nei contenuti e sviluppando nuove rubriche e funzioni.⁴⁷ Gli oltre 1.500 visitatori che ogni giorno hanno visitato il sito nel 2016 hanno mostrato particolare interesse verso i comparti immobiliare, finanziario, commercio e industria.

Ufficio Promozione degli investimenti esteri

Tra le principali manifestazioni fieristiche cui l'Ice ha partecipato, spicca Mipim 2016, svoltasi a Cannes a marzo. La presenza italiana è stata consistente: per la prima volta, tutti gli attori pubblici che operano nel settore immobiliare, tra i quali Agenzia del demanio, Cassa depositi e prestiti, Investimenti immobiliari italiani, Fs Sistemi Urbani e Difesa servizi, si sono riuniti in un Padiglione Italia promosso dal Mse in collaborazione con l'Associazione nazionale dei costruttori edili e il Ministero della Difesa e coordinato dall'Ice. In oltre 430 metri quadrati complessivi si sono presentati oltre 300 progetti immobiliari, frutto di un accurato lavoro di selezione. L'Ufficio Coordinamento ha realizzato il catalogo degli espositori. Il numero delle rappresentanze territoriali è cresciuto, passando da quattro a sette.

Altre partecipazioni a manifestazioni fieristiche di rilievo includono China international fair for investment and trade 2016 a Xiamen, Cina, nel settembre 2016, dove l'Italia era paese ospite d'onore, Expo real 2016, a Monaco a ottobre 2016, in collegamento con un ampio gruppo di Ministeri, Regioni, enti pubblici e società a partecipazione pubblica e private interessati a cedere proprietà immobiliari di pregio e Mapic 2016 a Cannes, Francia, a novembre 2016, in collaborazione con Confimprese. L'Ice ha curato l'organizzazione della partecipazione italiana a tali eventi, realizzando materiale promozionale e di documentazione dei progetti presentati e centinaia di appuntamenti di affari.

La percezione dell'Italia all'estero, in particolare sotto il profilo dell'attrattività nei confronti de-

⁴⁷ Il portale può essere consultato all'indirizzo Internet <http://www.investinitaly.com>.



gli investitori esteri è stato l'oggetto dell'indagine di mercato *Be Italy*, realizzata da Ipsos, che mira a costituire uno strumento di indirizzo e orientamento dell'offerta territoriale dei *partner* regionali, dei *desk* per l'attrazione degli investimenti e di tutti i soggetti che svolgono attività di promozione degli investimenti esteri in Italia. L'indagine presta particolare attenzione alle valutazioni della parte più qualificata dell'opinione pubblica internazionale, ovvero *stakeholder, top spender*, ceti elevati, imprese, settore terziario e bancario e sintetizza su 7.500 interviste 500 interviste in ciascuno dei 15 paesi considerati.⁴⁸

Ufficio Partenariato e analisi settoriali per investimenti esteri

Tra i settori strategici individuati dal Governo, vi è quello immobiliare, al fine di valorizzare il patrimonio cedendo *asset* pubblici a investitori esteri. In collaborazione con il Ministero dell'Economia e delle finanze, Agenzia del demanio e Cassa depositi e prestiti, l'Ice ha predisposto un sito dedicato, alimentato attraverso il *database* della vetrina *web* dedicata, che è stato lanciato ufficialmente in occasione della fiera Mipim 2016.⁴⁹ I dati della vetrina *web* a dicembre 2016 evidenziavano 234 offerte di investimento, 61.584 visitatori, 1.242 richieste, 800 utenti che hanno chiesto di ricevere la *newsletter* bimestrale dedicata e 10 immobili aggiudicati.

È continuata inoltre l'attività di stipula di accordi e protocolli d'intesa tra Ice e diverse controparti. In particolare, con Università di Pavia/Polo Tecnologico sono stati conclusi accordi per facilitare il trasferimento tecnologico dalla ricerca all'industria favorendo l'utilizzazione dei diritti di proprietà intellettuale prodotti dalle Università. Grazie all'intesa con l'Associazione del Private equity, venture capital e private debt italiana (Aifi), si darà seguito a richieste relative a fusioni e acquisizioni pervenute all'Ice e che necessitano di competenze finanziarie specializzate. Si sono inoltre stipulati otto protocolli con altrettante Regioni, finalizzati al coordinamento con l'Ice, allo sviluppo di strategie e strumenti complementari per l'attrazione di investimenti, alla ricerca e all'assistenza a investitori esteri e al miglioramento del sistema di *governance* pubblica nel settore.⁵⁰

Ufficio Supporto operativo agli investitori esteri

Quanto alla gestione della relazione con gli investitori esteri attraverso servizi di assistenza, accompagnamento e *after care*, si è potenziata l'attività a favore degli investitori già presenti sul territorio italiano, attraverso un supporto specialistico sugli aspetti strategici dei nuovi progetti di espansione operativa.

Identificati gli investitori esteri presenti sul territorio, anche con l'ausilio di banche dati specializzate, si è estrapolato un campione piuttosto numeroso, con l'obiettivo di elaborare proposte di investimento mirate, in settori produttivi e commerciali che presentino potenzialità di sviluppo. L'assistenza ha riguardato l'individuazione e l'accesso agli strumenti agevolativi, il supporto e la risoluzione di problematiche burocratiche e societarie.

Le principali problematiche riscontrate sono state due. In primo luogo, la molteplicità di istituzioni competenti spesso comporta tempi lunghi di attesa per ottenere risposte definitive. In secondo luogo, l'alta specializzazione necessaria per rispondere a richieste di assistenza che pervengono all'Ice in campi come quelli legale, fiscale e societario rende necessario che l'Agenzia si rivolga a professionalità esterne; ciò ha motivato la ricerca di controparti con le quali sono stati stipulati specifici accordi.

⁴⁸ Le interviste sono state effettuate in Germania, Francia, Spagna, Gran Bretagna, Usa, Giappone, Russia, Cina, Canada, Emirati Arabi, Singapore, Turchia, India, Brasile, Polonia.

⁴⁹ Il sito può essere consultato all'indirizzo Internet <http://www.investinitalyrealestate.com>.

⁵⁰ Al momento di scrivere questo paragrafo, le Regioni con le quali l'Ice aveva stipulato un protocollo d'intesa erano Basilicata, Campania, Emilia Romagna, Lombardia, Marche, Toscana, Provincia Autonoma di Trento e Umbria.

7.2.3 Regioni

Rispetto alla tematica dell'attrazione degli investimenti, si rileva come essa sia stata da anni al centro dell'attività delle Regioni e delle Province autonome ma solo di recente abbia assunto un ruolo di primo piano nell'ambito delle politiche pubbliche integrate, a partire dalla riforma dell'Ice e soprattutto con la costituzione del Comitato di coordinamento per l'attrazione investimenti costituito presso il Mse e che vede anche una rappresentanza della Conferenza delle Regioni (si veda paragrafo 7.2.1, *supra*). Si è passati pertanto a un approccio più integrato a tale settore, già sperimentato in occasione di specifici eventi fieristici all'estero di importanza strategica per la promozione nel mercato immobiliare, come Mipim e Real Monaco. Ciò ha reso necessaria l'attivazione di una specifica *task force* permanente delle Regioni finalizzata ad elaborare proposte e contenuti per il Comitato di coordinamento per l'attrazione degli investimenti esteri.

Si è aperta così, dal 2016, una fase di intenso lavoro interistituzionale che ha coinvolto le Regioni, coordinate dalla Conferenza delle Regioni. In questo contesto è stato avviato un percorso di condivisione delle migliori esperienze e metodologie in tema di attrazione, volto a elaborare un modello di *governance* utilizzabile a beneficio di tutto il territorio nazionale. Come strumento di programmazione comune e di reciproco impegno tra le parti, sono stati individuati protocolli di intesa tra Mse, Ice e Regioni e Province autonome che, dopo le esperienze pilota di Toscana e Lombardia, sono stati firmati nel corso del 2016 e nei primi mesi del 2017 da quasi tutte le Regioni. A partire dagli obiettivi di un potenziamento delle strutture regionali dedicate e del rafforzamento della collaborazione tra amministrazioni centrali, come Mse, Maeci e Ice, e gruppi di Regioni, si è puntato su un progetto di *capacity building* delle strutture amministrative. Tale lavoro ha portato a un primo Programma multiregionale per l'attrazione degli investimenti, in fase di attuazione al momento di redigere il presente *Rapporto*, che ha messo in campo un progetto di formazione integrata con un corso organizzato da Ice e aperto alla partecipazione delle amministrazioni sopra ricordate. Il corso prevedeva anche specifici *focus* di approfondimento organizzati dalle Regioni per la condivisione delle principali buone pratiche già diffuse sul territorio.

Nel corso del 2017 sono state elaborate anche alcune linee comuni di intervento dirette nel concreto a intensificare e migliorare le capacità attrattive del sistema paese rispetto alle attività di investimento. Si fa riferimento, in particolar modo, alla realizzazione e alla condivisione degli strumenti di comunicazione diretti ai potenziali investitori, come ad esempio guide, *dossier* e *teaser*, fino ad arrivare a un sistema di *customer relationship management* per la gestione di richieste di assistenza e/o di campagne di *lead generation*. Sul fronte della promozione l'impegno è quello di realizzare eventi internazionali a carattere settoriale nei quali prevedere una presenza delle Regioni, nonché iniziative settoriali di promozione anche dedicate alle *start-up*. È stato prospettato anche l'obiettivo di realizzare nel corso del 2018 un primo *summit* di rilevanza nazionale sul tema dell'attrazione degli investimenti diretti esteri.

All'interno di tale contesto, si rileva di grande importanza intensificare il raccordo tra le Regioni, i *desk* costituiti dall'Ice e dedicati all'attrazione degli investimenti esteri e la rete diplomatica e consolare.



7.3 Monitoraggio e valutazione

7.3.1 Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale*

Il Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci) ha commissionato nel 2016 uno studio alla società Prometeia con l'obiettivo di verificare e valorizzare l'attività svolta dalla Farnesina, e in particolare dalla rete diplomatico-consolare, a beneficio delle imprese.

Lo studio è relativo all'impatto sull'economia italiana dell'attività della diplomazia a sostegno delle imprese, con un *focus* sulle gare internazionali e sui contratti conclusi all'estero da imprese italiane che hanno beneficiato di un supporto da parte delle ambasciate e consolati italiani nel mondo. Il sostegno è stato declinato nelle quattro forme tipiche di assistenza diretta alle imprese da parte della rete diplomatica, ossia attività di orientamento al mercato, sensibilizzazione delle autorità locali in relazione alla partecipazione alle gare d'appalto, accompagnamento nello sviluppo del business con le autorità locali e intervento presso le autorità locali per la risoluzione di controversie. Sulla base della ricognizione effettuata dalla rete diplomatica e consolare e delle ricerche e analisi di fonti terze da parte di Prometeia, è stata elaborata la stima di impatto complessivo sull'economia italiana. Esso è stato considerato in termini di impatto diretto, indiretto e indotto. L'impatto diretto considera il valore aggiunto, l'occupazione e il gettito fiscale generati in Italia dalle imprese interessate dal progetto nato dal contratto firmato o dalla gara vinta. L'impatto indiretto considera il valore aggiunto, l'occupazione e il gettito fiscale generati lungo la filiera dei fornitori dell'impresa interessata dal progetto. L'impatto indotto considera il valore aggiunto, l'occupazione e il gettito fiscale generati grazie ai consumi dei dipendenti dell'impresa interessata dal progetto e dalle imprese di filiera coinvolte.

Per il biennio 2014-2015 sono stati analizzati 756 progetti, in 90 paesi, per un valore ad appannaggio delle imprese italiane pari a 52 miliardi di euro. Questi progetti hanno coinvolto 330 imprese, di cui il 61 per cento piccole e medie (grafico 7.16). I risultati mostrano un impatto significativo delle imprese che hanno beneficiato dell'intervento delle ambasciate e consolati (tavola 7.19). L'apporto complessivo in termini di valore aggiunto è stato calcolato in 10,9 miliardi di euro per il 2014 e in 16,4 miliardi per il 2015 (pari all'1,1 per cento del prodotto interno lordo). Inoltre, in termini di gettito fiscale complessivo è stato stimato un impatto di 4,5 miliardi di euro per il 2014 e di 6,7 miliardi di euro per il 2015. Infine, per quanto riguarda l'impatto sull'occupazione è stato stimato un contributo al sostegno di 151 mila occupati per il 2014 e 234 mila per il 2015.

Tavola 7.19 - Risultati in termini di impatto diretto, indiretto, indotto e complessivo

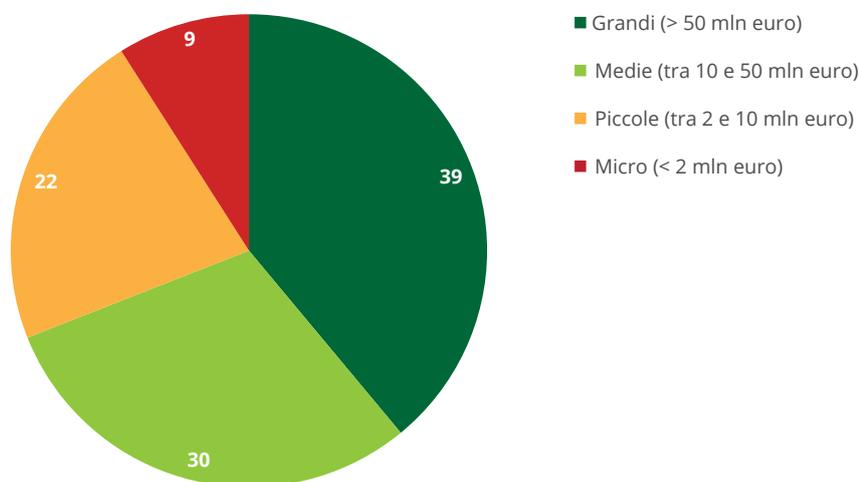
Miliardi di euro e migliaia di occupati

	2014				2015			
	Impatto diretto	Impatto indiretto	Impatto indotto	Impatto complessivo	Impatto diretto	Impatto indiretto	Impatto indotto	Impatto complessivo
Ricavi	10,4	-	-	-	15,4	-	-	-
Valore aggiunto	4,2	5,2	1,5	10,9	6,5	7,5	2,4	16,4
Gettito fiscale	1,5	2,0	0,6	4,5	2,5	2,9	1,0	6,7
Occupazione	38,0	88,0	25,0	151,0	72,0	122,0	40,0	234,0

Fonte: Prometeia

* Di Paola Chiappetta e Davide Colombo, Maeci.

Grafico 7.16 - Ripartizione per classe di fatturato delle imprese coinvolte nell'indagine
Quote percentuali



Fonte: Prometeia

7.3.2 Ice-Agenzia*

Nel 2016 è proseguita la rilevazione e la valutazione della *performance* interna dell'Ice, in ottemperanza alla legge 150 del 2009. La struttura tecnica permanente, in collaborazione con 102 unità organizzative dell'Agenzia (22 a Roma, 1 a Milano e 79 all'estero) ha utilizzato 87 indicatori per misurare sia il grado di raggiungimento degli obiettivi strategici dell'ente che il conseguimento di 47 obiettivi operativi, attribuiti alle unità. Gli obiettivi strategici considerati sono stati i seguenti:

- accrescere il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane migliorando l'offerta dei servizi e ampliando l'utenza dell'Agenzia, e promuovere gli investimenti esteri in entrata;
- semplificare i processi di lavoro, perseguendo l'economicità dell'azione amministrativa e garantire la trasparenza e le pari opportunità.

Nel complesso, in una scala da 0 a 100, la valutazione della *performance* organizzativa dell'Ice nel 2016 è risultata pari al 95,64 per cento, in aumento rispetto all'anno precedente (92,82 per cento). Negli ultimi anni si sono progressivamente introdotti indicatori di *outcome* e si sono attribuiti *target* più sfidanti rispetto al passato.⁵¹

È altresì proseguita anche la valutazione dell'efficacia qualitativa esterna, tramite la misurazione del gradimento dei servizi resi rilevato con appositi questionari. Nel seguito si riportano i principali risultati delle indagini condotte, con l'avvertenza che tutte fanno parte integrante del processo di valutazione della *performance* cui si è appena accennato.

Per quanto riguarda i partecipanti alle iniziative promozionali sono stati elaborati 3.792 questionari (contro i 3.736 del 2015), compilati in occasione di 170 azioni promozionali (158 nel 2015). La rilevazione è stata effettuata chiedendo agli intervistati da un lato di attribuire un punteggio

* Redatto da Raffaele Di Pietro e Marco Saladini, Ice.

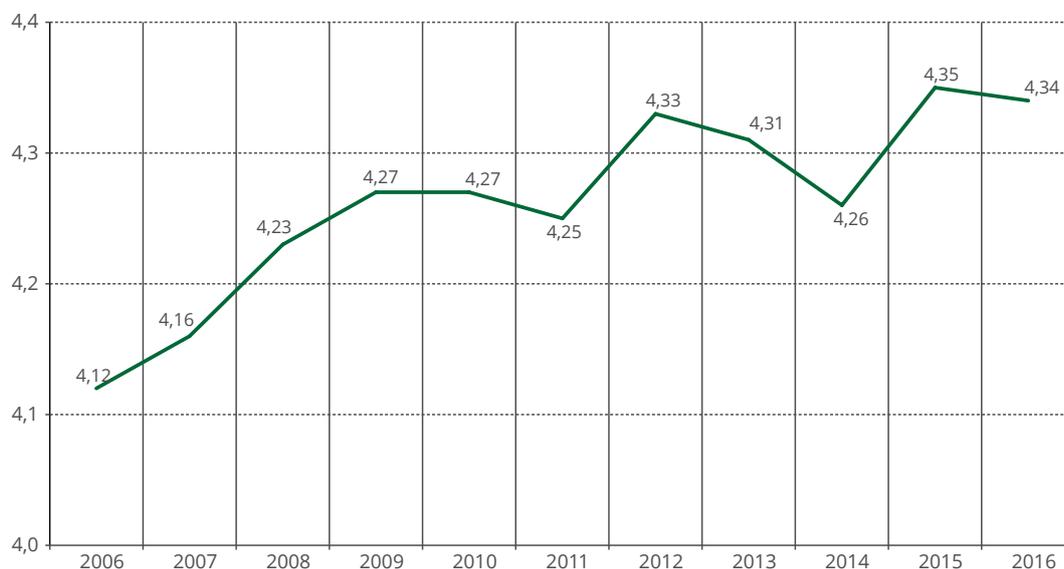
⁵¹ Per visionare la documentazione relativa al processo di valutazione si consulti la sezione Amministrazione trasparente - *Performance* all'indirizzo Internet <http://www.ice.gov.it>.



agli obiettivi ritenuti più importanti e dall'altro di indicare il grado di soddisfazione in ordine al raggiungimento di tali obiettivi, utilizzando una scala numerica da 1 (molto insoddisfatto) a 5 (molto soddisfatto). Con riguardo agli obiettivi legati alla partecipazione alle varie azioni promozionali, complessivamente considerate, quelli di maggior interesse sono risultati l'acquisizione di nuovi contatti (valore medio di importanza 4,3 e di soddisfazione 3,3), la conoscenza del mercato (3,89 contro 3,4) e l'approfondimento dei contatti precedentemente acquisiti (3,81 contro 3,23). Il grado medio di soddisfazione sui servizi forniti dall'Ice prima e durante lo svolgimento dell'attività promozionale, valutato dagli operatori mediante il parametro *giudizio globale*, si è attestato a 4,34 su un massimo di 5, in linea con il risultato del 2015 (grafico 7.17). Con riguardo alla soddisfazione sui servizi forniti dall'Ice, la valutazione espressa è stata molto positiva. Il giudizio richiesto alle aziende toccava sia aspetti tecnici e organizzativi che di orientamento al cliente; si sono registrati valori medi compresi tra un valore minimo di 3,91 ed un massimo di 4,58.

Grafico 7.17 - Soddisfazione complessiva dei partecipanti alle attività promozionali dell'Ice

Media semplice, scala da un minimo di 1 a un massimo di 5



Fonte: Ice

L'indagine appena descritta è stata affiancata, in via sperimentale, da una prima rilevazione di soddisfazione della clientela Ice sull'assistenza fornita dalla rete estera in occasione della realizzazione di iniziative promozionali. La rilevazione, in linea con i nuovi indirizzi della Pubblica amministrazione, è stata affidata ad una società esterna specializzata.

L'indagine campionaria, su un gruppo di iniziative che avevano fatto registrare complessivamente 1.753 presenze italiane, ha portato alla realizzazione di 794 interviste volte a misurare:

- la soddisfazione per l'iniziativa promozionale in generale
- la soddisfazione verso il servizio dell'ufficio Ice e motivazioni
- il grado di fedeltà all'Ice.

L'84,7 per cento degli intervistati si è dichiarato soddisfatto dell'assistenza fornita dagli uffici esteri. Nel 2017 entrerà a regime il monitoraggio, ad opera di una società esterna indipendente, della qualità percepita dalle aziende che hanno partecipato alle iniziative promozionali organizzate dall'Ice.

Per quanto riguarda le missioni imprenditoriali a guida politica, un'ulteriore indagine sui servizi promozionali resi dall'Ice, basata su un questionario più snello e meno articolato, ha restituito un giudizio medio sulle iniziative pari a 4,3.

Una diversa indagine è stata realizzata per misurare la soddisfazione delle imprese clienti in merito ai servizi a pagamento forniti dalla rete estera dell'Ice. Il giudizio richiesto ai clienti, compreso anche in questo caso in una scala da 1 a 5, ha toccato sia aspetti tecnico-organizzativi che di orientamento al cliente (tavola 7.20). Sono state intervistate 461 imprese clienti su 1.088 contattate. Rispetto all'anno precedente, la valutazione espressa è risultata in aumento in tutte le categorie oggetto di rilevazione, con una netta prevalenza di risposte 4 e 5. Sul versante del servizio ottenuto, la soddisfazione dei clienti è considerevolmente aumentata, con una valutazione particolarmente positiva per quanto riguarda la conformità rispetto all'offerta iniziale nonché l'accuratezza e completezza. Per quanto riguarda la valutazione dell'ufficio e della sua organizzazione, i clienti hanno espresso giudizi specialmente positivi circa professionalità e riservatezza nonché tempi di gestione delle richieste. Si evidenzia come il gruppo di uffici nei paesi *maturi lontani* abbia ricevuto una valutazione superiore alla media per gran parte degli aspetti osservati mentre all'estremo opposto si sia collocato il gruppo di uffici nei paesi *emergenti vicini*, per il quale comunque sono rimasti ampiamente positivi i giudizi complessivi su servizi e uffici.⁵²

Tavola 7.20 - Indagine di *customer satisfaction* sui clienti dei servizi a pagamento erogati dall'Ice nel 2016

Percentuale dei partecipanti che ha espresso un voto pari a 4 o 5, salvo ove altrimenti indicato

Cluster geo-economici	Servizio e sue caratteristiche					Ufficio e organizzazione				
	Accuratezza e completezza	Attendibilità e affidabilità	Personalizzazione	Conformità rispetto all'offerta iniziale	Soddisfazione complessiva	Professionalità e riservatezza	Capacità di rispondere alle esigenze	Tempi di organizzazione ed erogazione	Performance ufficio: voto medio ⁽¹⁾	Soddisfazione complessiva
Maturi vicini	84,2	77,7	72,8	83,5	80,6	92,1	83,2	89,1	4,0	81,0
Emergenti vicini	77,7	75,7	68,3	80,2	73,3	91,9	75,8	77,3	4,1	82,8
Maturi lontani	80,2	82,6	76,9	83,5	81,8	96,6	83,2	90,8	4,3	92,0
Emergenti lontani	79,8	81,5	71,0	81,5	79,8	91,5	78,0	84,7	4,1	85,9
Media generale 2016	80,0	78,9	71,6	81,8	78,0	92,9	79,3	84,1	4,1	85,2
Media generale 2015	72,7	74,0	64,2	76,8	70,4	87,9	72,5	79,9	4,1	81,6

⁽¹⁾ Da 1 a 5

Fonte: elaborazioni Ice su dati tratti da rilevazione Pragma

Molto positivi, infine, appaiono anche i dati relativi alla *customer satisfaction* rilevata per il complesso delle attività formative realizzate nel corso del 2016. Il voto medio di 4,5 su un massimo di 5, si affianca all'elevato tasso di *placement* (90 per cento nel 2016) dei *master* offerti, a conferma della validità e dell'efficacia delle proposte dell'Ice per i giovani laureati.

⁵² Ai fini dell'indagine in parola la categoria *maturi vicini* comprendeva Austria, Belgio, Francia, Germania, Slovenia, Regno Unito, Spagna, Svezia e Svizzera, la categoria *emergenti vicini* comprendeva Albania, Algeria, Azerbaijan, Arabia Saudita, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Ghana, Giordania, Iran, Libano, Macedonia, Marocco, Polonia, Qatar, Romania, Russia, Serbia, Tunisia, Turchia, Ucraina e Ungheria, la categoria *maturi lontani* comprendeva Australia, Giappone, Canada, Corea del Sud, Hong Kong, Israele, Singapore, Stati Uniti d'America e Taiwan e la categoria *emergenti vicini* comprendeva Angola, Argentina, Bolivia, Brasile, Cile, Cina, Cuba, Etiopia, India, Indonesia, Kazakistan, Malaysia, Messico, Mozambico, Sud Africa, Thailandia, Venezuela e Vietnam.



L'impatto dei servizi dell'Ice sulle esportazioni: una valutazione preliminare

di Cristina Castelli*, Mirella Morrone** e Lorenzo Soriani**

Per ampliare l'analisi delle politiche pubbliche e arricchire il sistema di valutazione degli interventi, in aggiunta alla consueta misurazione della *customer satisfaction* sui servizi dell'Ice, è stata effettuata, in via sperimentale, anche una prima misurazione del loro *impatto* sulle esportazioni, ricorrendo all'approccio metodologico del controfattuale. Questo si basa su micro-dati di impresa ed è volto a confrontare la crescita delle esportazioni di un campione di imprese che hanno usufruito di servizi di supporto in un dato periodo, con l'analoga crescita media di un altro campione, costituito da imprese che non vi hanno fatto ricorso.¹

La misurazione è stata svolta grazie alla collaborazione con l'Istat che, nel pieno rispetto delle normative sulla *privacy*, ha integrato le banche dati gestionali dell'Ice con gli archivi dei micro-dati sulle imprese attive nel commercio internazionale. L'analisi considera le imprese che nel 2014 hanno usufruito di servizi promozionali e di servizi di assistenza a pagamento, con l'obiettivo di verificare l'andamento delle loro vendite estere nei due anni successivi.² Ai fini della valutazione di efficacia, la *performance* dei clienti Ice è stata quindi comparata con le esportazioni di un campione controfattuale, estratto casualmente dalla popolazione di imprese con caratteristiche simili a quelle del campione primario.³ Data l'elevata eterogeneità delle imprese e dei loro prodotti, il gruppo di controllo non pretende di essere una perfetta replica del campione di clienti Ice.

I dati sull'andamento delle esportazioni relativi ai due insiemi di imprese mostrano che nel biennio 2014-2016 i clienti dell'Ice hanno accresciuto le loro esportazioni del 5 per cento, mentre il gruppo di controllo ha registrato, nello stesso periodo, una flessione del 10,3 per cento (tavola 1).

Tavola 1 - Valutazione di impatto: clienti Ice registrati nel 2014 e andamento delle esportazioni rispetto a un campione di controllo

Valori in milioni di euro e variazioni percentuali

	Numero di partite Iva	Esportazioni		
		2014	2016	Variazione 2016/2014
Clienti Ice di servizi promozionali e di assistenza a pagamento	4.056	40,9	42,9	5,0
Campione di controllo	4.056	31,0	27,8	-10,3
Totale esportazioni italiane	-	398,9	417,1	4,6

Fonte: elaborazioni su dati Istat, anno di *benchmark* 2014

* Ice.

** Istat.

¹ Si veda F. Onida, *Perché e come assicurare un efficace sostegno pubblico all'internazionalizzazione delle imprese?*, in Ice (2014), "L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto Ice 2013-2014", pp. 463-469; sull'analisi controfattuale realizzata dal Cepii in Francia si veda M. Saladini, *Efficacia dei dispositivi di sostegno all'esportazione delle imprese francesi: una valutazione quantitativa*, in Ice, op. cit., pp. 470-472.

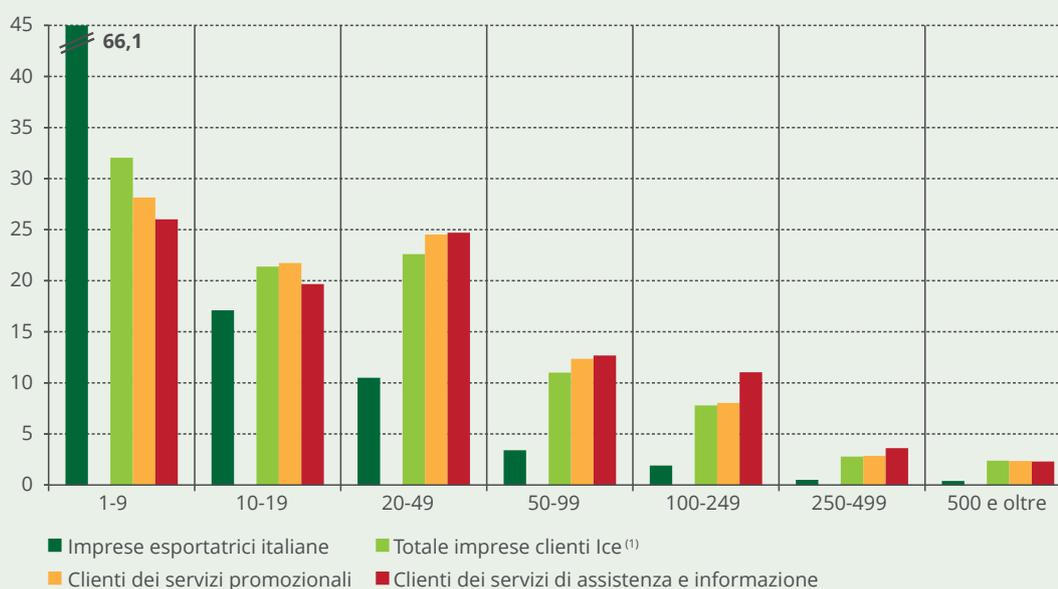
² La costruzione del campione primario è stata effettuata a partire dalle 5.225 imprese clienti dell'Ice, registrate nel 2014, che hanno usufruito di servizi promozionali e di servizi di assistenza e informazione a pagamento. Il *matching* con i micro-dati è riuscito con riguardo a 4.065 imprese; tra le imprese escluse rientrano i clienti che non operano ancora sui mercati esteri o che non hanno importato-esportato nell'anno di *benchmark*.

³ Il campione di controllo, di pari numerosità, è stato estratto in maniera casuale approssimando la distribuzione delle imprese clienti dell'Ice per dimensione aziendale, in termini di numero di addetti, e settore di attività economica.

Per selezionare il campione di controllo, si è tenuto conto delle caratteristiche dei clienti dell'Agenzia che, come evidenziato in precedenti lavori, si discostano notevolmente dalla media delle imprese esportatrici italiane. Rispetto a queste ultime, le aziende che ricorrono al sostegno dell'Ice si concentrano in misura maggiore nelle classi dimensionali piccole e medie: circa il 25 per cento dei clienti rientra nella classe con 20-49 addetti, che a livello nazionale pesa intorno all'11 per cento, mentre le micro-imprese (con 0-9 addetti) rappresentano circa il 27 per cento dei clienti Ice, rispetto al 66 per cento della distribuzione nazionale (cfr. grafico 1). Influisce su questo divario anche un effetto di autoselezione, in quanto le imprese che richiedono servizi promozionali e di assistenza personalizzata, spesso con l'obiettivo di espandersi su mercati lontani o difficili, devono disporre di un'organizzazione adatta a superare varie barriere (anche di costo), e questo non sempre è alla portata delle micro-imprese.⁴

Il secondo parametro che descrive le caratteristiche dei clienti Ice riguarda l'attività economica, con una distribuzione che ugualmente mostra delle particolarità rispetto alla media nazionale: le imprese che usufruiscono dei servizi dell'Agenzia operano prevalentemente nel comparto manifatturiero, con una percentuale più elevata nel caso dei servizi promozionali rispetto ai servizi di assistenza (79,2 rispetto a 71,5 per cento).⁵ Con riguardo ai settori, le imprese si concentrano in primo luogo nei comparti dell'agroalimentare e della meccanica, seguiti a distanza da abbigliamento e pelletteria nel caso dei servizi promozionali e da metallurgia e prodotti in metallo con riguardo ai servizi di assistenza (tavole 2 e 3).

Grafico 1 - Imprese esportatrici clienti dell' Ice, registrate nel 2014, per classi di addetti
Quote percentuali



⁽¹⁾ Include le imprese che usufruiscono di servizi gratuiti.

Fonte: elaborazioni Ice e Istat

⁴ Le caratteristiche strutturali delle imprese clienti sono abbastanza stabili negli anni, cfr. le precedenti analisi realizzate in collaborazione con Istat nei Rapporti *L'Italia nell'economia internazionale* 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016, capitolo 7.

⁵ Nel caso dei clienti di servizi di informazione e assistenza il 21 per cento delle imprese clienti è attivo nell'intermediazione commerciale, contro il 15 per cento dei clienti promozionali.



Tavola 2 - Le imprese clienti dell'Ice, registrate nel 2014, per settori di attività economica
Peso percentuale sul numero di imprese

	Imprese clienti di servizi promozionali	Imprese clienti di servizi di informazione e assistenza	Imprese esportatrici italiane
Attività manifatturiere	79,2	71,5	45,6
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli ⁽¹⁾	15,6	21,3	40,2
Altre attività	5,2	7,2	14,1
Totale	100,0	100,0	100,0

⁽¹⁾ Include filiali commerciali di imprese manifatturiere.

Fonte: elaborazioni Ice e Istat

Tavola 3 - Le imprese clienti dell'Ice, registrate nel 2014, per settori di attività manifatturiera
Peso percentuale sul numero di imprese

	Imprese clienti di servizi promozionali	Imprese clienti di servizi di informazione e assistenza	Imprese esportatrici italiane
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	19,2	23,1	9,4
Industrie tessili	4,3	2,1	4,1
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	9,5	3,9	6,5
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	7,6	3,4	5,1
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio	0,8	1,7	3,6
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati	1,3	1,4	4,8
Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0,0	0,3	0,1
Fabbricazione di prodotti chimici	2,4	6,3	2,7
Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	0,5	0,1	0,3
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	2,7	4,5	5,5
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	4,0	5,9	5,0
Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	6,3	11,2	15,4
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	2,3	2,8	2,5
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	2,4	4,3	3,9
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.	21,7	18,6	14,2
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	0,5	1,1	1,3
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	1,3	0,4	0,9
Fabbricazione di mobili	2,4	3,5	5,3
Altre industrie manifatturiere; riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	11,0	5,5	9,3
Totale attività manifatturiere	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Ice e Istat

Tre anni di Piano export sud a sostegno delle imprese delle regioni convergenza

di Serena Maria Campanelli e Donatella Iaricci*

Le caratteristiche strutturali delle imprese coinvolte nel Piano export sud

A conclusione dei primi 3 anni di attività del Piano export sud (Pes), programma di sostegno a favore delle imprese delle regioni convergenza (Calabria, Campania, Puglia e Sicilia), l'Ice ha realizzato un'indagine conoscitiva per fotografare le caratteristiche strutturali delle aziende coinvolte nelle iniziative di promozione e di formazione e per verificare l'efficacia di tali interventi.

L'analisi è stata condotta nell'arco di tre mesi, tra novembre 2016 e gennaio 2017, e ha riguardato un campione di 613 aziende intervistate, rappresentative del tessuto imprenditoriale delle quattro regioni che avevano partecipato a iniziative del Pes nei tre anni precedenti. Nello specifico la rilevazione si è focalizzata su diversi ambiti: dimensione e organizzazione per l'export dell'impresa, posizionamento sui mercati esteri, canali distributivi, strumenti di comunicazione, tutela della proprietà intellettuale, modalità di pagamento e incentivi all'internazionalizzazione.

Dall'indagine è emerso che il 60 per cento delle aziende intervistate ha meno di 10 dipendenti e il 46 per cento ha un fatturato annuo inferiore a 500 mila euro. Nonostante le piccole dimensioni, il 75 per cento delle aziende è già presente sui mercati esteri e il 25 per cento lo è da oltre 10 anni. A ciò si aggiunge un altro dato rilevante: il 40 per cento delle aziende ha dichiarato di aver approcciato per la prima volta un nuovo mercato grazie alle misure previste dal Pes. Tuttavia, solo il 35 per cento del campione può definirsi esportatore abituale in base alla definizione dell'Agenzia delle entrate applicata nell'ambito della disciplina del *plafond Iva*.

Relativamente alle strategie di comunicazione *off line* e *on line* adottate dalle imprese per intercettare la domanda estera, il 65 per cento utilizza i principali *social network*, come Facebook, Twitter, Pinterest e altri, mentre è ridotto il ricorso a vendite tramite piattaforme di *e-commerce*; solo il 17 per cento ne fa utilizzo.

Altro nodo cruciale riguarda la tutela della proprietà intellettuale (Pi). Soltanto il 62 per cento è in possesso di titoli di Pi che garantiscono però una tutela solo a livello nazionale, che non produce effetti al di fuori del territorio italiano. Per questo motivo il Pes ha previsto dei moduli formativi dedicati alla Pi per migliorare la conoscenza delle imprese sul valore dei beni immateriali, come *asset* del patrimonio aziendale, e sul web marketing per aumentare l'utilizzo delle nuove tecnologie di promozione.

Indagine sul fatturato export delle aziende partecipanti al Piano export sud

L'organizzazione per l'export delle imprese del campione ha evidenziato criticità, indipendentemente dall'aspetto dimensionale. Il 61,2 per cento delle aziende intervistate si avvale di un *export manager* o di un *temporary export manager* al proprio interno, mentre un significativo 38,8 per cento non ricorre a nessuna figura specializzata. Questo aspetto va considerato alla luce della finalità del Piano export sud che è quella di incrementare la propensione all'export delle imprese delle regioni convergenza.

Un'indagine più approfondita su una parte del campione sopra ricordato si è focalizzata sul fatturato estero e sulla sua variazione tra il 2015 e il 2016. La raccolta e l'analisi dei dati ha mostrato che, nonostante la piccola dimensione e la scarsa organizzazione per l'export, l'83 per cento delle 326 imprese intervistate ha incrementato il proprio fatturato estero.

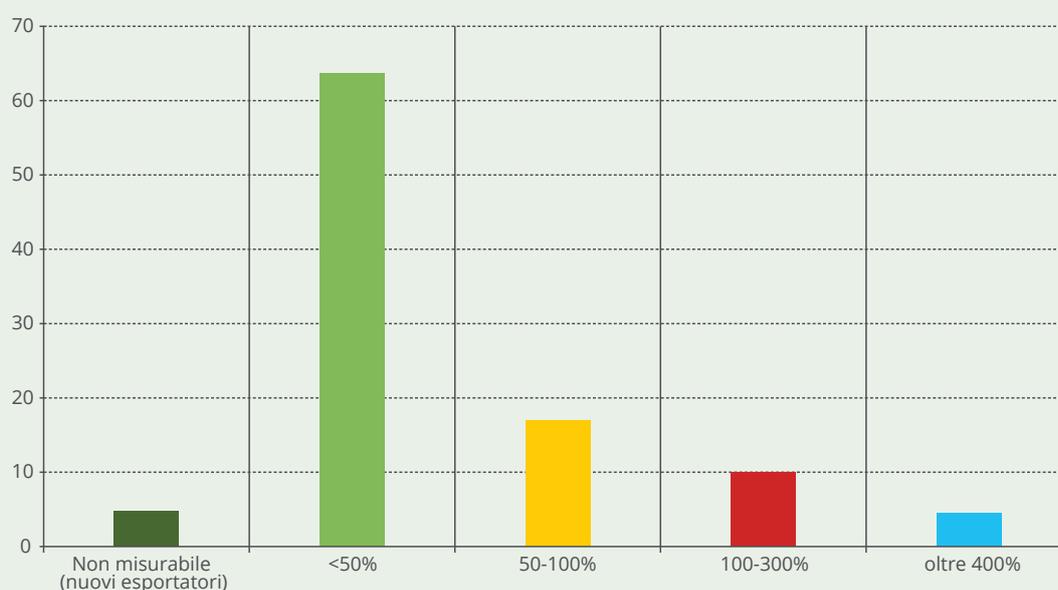
* Ice.



Tale campione di riferimento comprende imprese la cui produzione riguarda i settori di intervento del Piano export sud, tra i quali non sono compresi siderurgia e prodotti energetici che hanno un peso sulle esportazioni di Sicilia e Puglia.

Nella ripartizione delle imprese intervistate per classi di aumento del fatturato all'esportazione, la classe più ampia, che rappresenta il 64 per cento del campione, comprende le aziende che hanno aumentato il proprio fatturato fino al 50 per cento rispetto all'anno precedente (grafico 1). Solo il 4 per cento delle aziende invece ha registrato una crescita del fatturato superiore al 400 per cento.

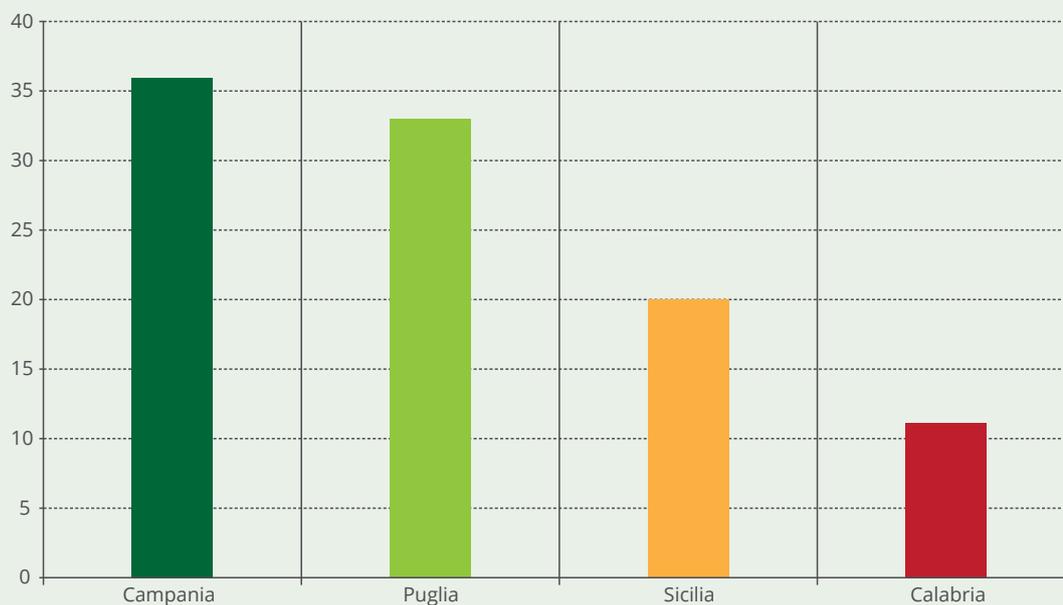
Grafico 1 - Indagine Ice su risultati Piano export sud: rispondenti per incremento percentuale delle esportazioni



Fonte: elaborazioni su dati Ice

Se si suddividono i dati raccolti sulla base della regione di appartenenza, emerge che in Campania è situato il maggior numero di imprese che hanno incrementato il proprio export nel periodo esaminato (97 imprese), distaccata di poco dalla Puglia (89). È proprio da quest'ultima che deriva tuttavia il maggiore incremento di fatturato sia in valore assoluto, pari a poco meno di 20 milioni di euro, sia in percentuale (+20,2 per cento).

Grafico 2 - Indagine Ice su risultati Piano export sud: variazione percentuale delle esportazioni per regione



Fonte: elaborazioni su dati Ice

L'elaborazione dei dati suggerisce di continuare a sostenere le Pmi del Sud sia con interventi formativi che promozionali per incrementarne la capacità esportativa. Anche il nuovo ciclo di misure previste dal Piano export sud 2, finanziato con i fondi del Programma operativo nazionale imprese e competitività 2014-2020 dell'Unione Europea, per un arco temporale di quattro anni, proseguirà su questa linea direttrice con la duplice finalità di incrementare le esportazioni e superare i limiti strutturali che ostacolano il processo di internazionalizzazione delle imprese del Mezzogiorno.



Impaginazione e stampa

Marchesi

Marchesi Grafiche Editoriali
Via Flaminia 995/997 - 00189 Roma
tel. [+39] 06 332161
www.marchesigrafiche.it

ISSN 2282-6858



9 772282 685008

ISBN 978-88-98597-09-3



9 788898 597093