SISTEMASTATISTICO NAZIONALE
ISTITUTO NAZIONALE PER ILCOMMERCIO ESTERO

L'Italia nell'economia internazionale

Rapporto ICE 2002-2003

Istituto nazionale
per il Commercio Estero

SISTEMA STATISTICO NAZIONALE
ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA
ISTITUTO NAZIONALE PER IL COMMERCIO ESTERO

L'Italia nell'economia internazionale

Rapporto ICE 2002-2003

Il Rapporto è stato redatto da un gruppo di lavoro dell'Area Studi, Statistica e Documentazione dell'ICE.

Coordinamento: Gianpaolo Bruno e Paolo Ferrucci

Redazione: Gianpaolo Bruno, Claudio Colacurcio, Domenico Cuccurullo, Paolo Ferrucci, Cristina Gioffrè, Eleonora Iacorossi, Elena Mazzeo, Roberta Mosca, Marilena Procaccio, Alessia Proietti, Chiara Salabè.

Assistenza ed elaborazione dati: Giampiero Testardi e ICE - Informazioni Telematiche S.p.A.

Il Rapporto è stato realizzato con la supervisione di un Comitato Scientifico presieduto da Fabrizio Onida e composto da Giorgio Basevi, Giuliano Conti, Sergio De Nardis, Riccardo Faini, Paolo Guerrieri Paleotti, Lelio Iapadre, Sergio Mariotti, Pier Carlo Padoan, Luigi Paganetto, Giuseppe Pennisi, Salvatore Rossi, Pia Saraceno, Gianfranco Viesti.

Hanno inoltre collaborato Giovanni S. F. Bruno, Irene Caratelli, Barbara Clementi, Giuseppe De Filippi, Alessandra D'Intinosante, Anna Maria Falzoni, Ugo Girardi, Rodolfo Helg, Orietta Maizza, Mauro Marè, Ilaria Mariotti, Marco Mutinelli, Cristina Pensa, Sergio Sgambato, Claudio Vicarelli

La realizzazione del Rapporto è stata possibile grazie al contributo, oltre che dell'ISTAT, anche della Banca d'Italia e dell'Ufficio Italiano Cambi.

Il Rapporto è stato chiuso con le informazioni disponibili al 24 giugno 2003.

INDICE

1. IL COMMERCIO MONDIALE 13

Sintesi 13

Riquadro – Il petrolio dell'Iraq: un potenziale rilevante 19

1.1 Unione Europea 22
1.2 Europa centro-orientale 25
1.3 Altri paesi europei 26
1.4 America settentrionale 26
1.5 America centrale e meridionale 28
1.6 Medio Oriente 32
1.7 Africa 33
1.8 Asia orientale 34
1.9 Asia centrale e meridionale 36
1.10 Oceania 36

Gli effetti della crescente integrazione internazionale sul mercato del lavoro
(Giovanni S. F. Bruno, Anna M. Falzoni, Rodolfo Helg) 39

2. LE POLITICHE COMMERCIALI 47

Sintesi 47

2.1 L'evoluzione dei negoziati multilaterali in vista di Cancún 49
2.2 Agricoltura 50

Riquadro – Le proposte di liberalizzazione dei mercati agricoli 54

2.3 Manufatti 58
2.4 Servizi 61
2.5 Diritti di proprietà intellettuale 65
2.6 Singapore issues 68

Multilateralismo e regionalismo negli accordi commerciali
(Paolo Guerrieri e Irene Caratelli) 71

La crisi del MERCOSUR e le sue prospettive
(Giorgio Basevi e Lelio Iapadre) 77

La tassazione del commercio elettronico
(Mauro Marè) 92

3. IL COMMERCIO ESTERO E LA POLITICA COMMERCIALE DELL'UNIONE EUROPEA 101

Sintesi 101

3.1 La collocazione dell'Unione Europea nel commercio mondiale 102
3.2 L'orientamento geografico del commercio estero dell'Unione Europea 104
3.3 La composizione settoriale del commercio estero dell'Unione Europea 109

Riquadro - Alcune caratteristiche settoriali del commercio estero dei prossimi paesi membri 117
3.4 La politica commerciale dell'Unione Europea 119
Balcani 119
Europa orientale ed Asia centrale 120
Mediterraneo meridionale e Medio Oriente 121
Asia 122
America settentrionale 123
America centrale e meridionale 124
Paesi dell'Africa, Caraibi, Pacifico (ACP) 125

4. I CONTI CON L'ESTERO DELL'ITALIA 127

Sintesi 127

4.1 L'attività economica e la bilancia dei pagamenti 129
Il contributo degli scambi con l'estero alla crescita economica 129
I saldi della bilancia dei pagamenti e la posizione sull'estero dell'Italia 132

4.2 Le esportazioni 136
Valori 136
Prezzi 137
Quantità 138

4.3 Le importazioni 140
Valori 140
Prezzi 141
Quantità 141

Riquadro - Aggiornamento ed articolazione della CMSA applicata alla quota di mercato italiana 143

5. L'ORIENTAMENTO GEOGRAFICO DEL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA 145

Sintesi 145

5.1 Unione Europea 147
5.2 Europa centro-orientale 150
5.3 Altri paesi europei 152
5.4 America settentrionale 154
5.5 America centrale e meridionale 155
5.6 Asia orientale 157
5.7 Asia centrale e meridionale 159
5.8 Medio Oriente 160
5.9 Africa 162
5.10 Oceania 164

Riquadro - Italia multinazionale – analisi per paese 166

L'euro e il commercio intra-UEM
(Sergio De Nardis, Claudio Vicarelli) 170

6. LA STRUTTURA SETTORIALE DEL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA 179

Sintesi 179

Prodotti agro-alimentari 185
Prodotti dell'industria estrattiva 186
Prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento 187
Calzature e prodotti in pelle e cuoio 190
Legno e prodotti in legno 191
Prodotti in carta, stampa, editoria e supporti registrati 192
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari 193
Prodotti chimici e farmaceutici, fibre sintetiche e artificiali 194
Articoli in gomma e materie plastiche 195
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia 196
Metalli e prodotti in metallo 197
Macchine ed apparecchi meccanici 198
Macchine e apparecchi elettrici di precisione 201
Mezzi di trasporto 202
Mobili 203

Riquadro - Italia multinazionale – analisi per settore 205

Misure del potere di mercato degli esportatori italiani di beni tradizionali
(Sergio de Nardis e Cristina Pensa) 210

7. LE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI ITALIANE 225

Sintesi 225

Piemonte 227
Valle d'Aosta 229
Lombardia 229
Liguria 231
Trentino-Alto Adige 232
Veneto 233
Friuli-Venezia Giulia 235
Emilia Romagna 236
Toscana 238
Umbria 239
Marche 240
Lazio 242
Abruzzo 243
Molise 244
Campania 245
Puglia 247
Basilicata 248
Calabria 249
Sicilia 250
Sardegna 251

Riquadro - Italia multinazionale – analisi per regione 262

8. LE MODALITÀ DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE 267

Sintesi 267

8.1 Modalità di internazionalizzazione a confronto 269
8.2 Internazionalizzazione commerciale 273
8.3 Internazionalizzazione produttiva 281
Internazionalizzazione attiva 282
Internazionalizzazione passiva 286
8.4 Casi aziendali 290

Le strategie di delocalizzazione delle imprese del nord est nei paesi dell'Europa sud orientale: reti lunghe o fabbriche con le ruote?
(Ilaria Mariotti) 316

9. IL SOSTEGNO PUBBLICO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE 329

Sintesi 329

9.1 Il sistema di sostegno finanziario 330

L'agevolazione finanziaria del credito all'esportazione 330

L'assicurazione pubblica dei crediti all'esportazione 339

Il sostegno pubblico agli investimenti all'estero 344

I finanziamenti a tasso agevolato per i programmi di penetrazione commerciale 348

I finanziamenti a tasso agevolato per la partecipazione a gare internazionali 351

I finanziamenti per gli studi di pre-fattibilità e di fattibilità e per i programmi di assistenza tecnica 352

Gli strumenti di sostegno alle attività promozionali 355

Riquadro : Nuovi strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese italiane all'estero 361

9.2 I servizi reali 364

9.2.1 I servizi reali offerti dall'ICE 364

Assistenza 365

Informazione 366

Formazione 368

Promozione 369

Cooperazione 379

9.2.2 I servizi reali offerti dal sistema camerale italiano 380

Le Camere di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato 380

Le Camere di Commercio italiane all'estero 383

9.3 Conclusioni 388

INDICE DEI RIQUADRI

Il petrolio dell'Iraq: un potenziale rilevante 19
Le proposte di liberalizzazione dei mercati agricoli 54
Alcune caratteristiche settoriali del commercio estero dei prossimi paesi membri 117
Aggiornamento ed articolazione della CMSA applicata alla quota di mercato italiana 143
Italia multinazionale – analisi per paese 166
Italia multinazionale – analisi per settore 205
Italia multinazionale – analisi per regione 262
Nuovi strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese italiane all'estero 361

INDICE DEI CONTRIBUTI

Gli effetti della crescente integrazione internazionale sul mercato del lavoro
(Giovanni S. F. Bruno, Anna M. Falzoni, Rodolfo Helg) 39

Multilateralismo e regionalismo negli accordi commerciali
(Paolo Guerrieri e Irene Caratelli) 71

La crisi del MERCOSUR e le sue prospettive
(Giorgio Basevi e Lelio Iapadre) 77

La tassazione del commercio elettronico
(Mauro Marè) 92

L'euro e il commercio intra-UEM
(Sergio De Nardis, Claudio Vicarelli) 170

Misure del potere di mercato degli esportatori italiani di beni tradizionali
(Sergio de Nardis e Cristina Pensa) 210

Le strategie di delocalizzazione delle imprese del nord est nei paesi dell'Europa sud orientale: reti lunghe o fabbriche con le ruote?
(Ilaria Mariotti) 316

L'Italia nell'economia internazionale

Rapporto ICE 2002-2003

1. IL COMMERCIO MONDIALE*

Sintesi[1]

Nel 2002 il commercio internazionale di beni e servizi è cresciuto in volume del 2,9%, mostrando un rimbalzo rispetto alla variazione negativa del 2001; nel confronto con la media degli anni novanta, l'elasticità degli scambi al PIL mondiale è rimasta tuttavia molto bassa (grafico 1.1).

Considerando i soli beni, il ruolo propulsivo degli Stati Uniti, la cui domanda interna è stata sostenuta dalla ripresa degli investimenti in scorte, si è dimostrato ancora una volta importante, malgrado il freno esercitato sulle loro importazioni dal deprezzamento del dollaro. Il maggior contributo all'aumento delle importazioni mondiali in volume è stato comunque fornito dall'Asia orientale, che ne ha generato circa il 60%, contro il 20% degli Stati Uniti; un discreto stimolo hanno apportato inoltre i paesi del Medio Oriente e soprattutto dell'Europa centro-orientale; oltre a quello dell'America latina, condizionata dalle crisi argentina e venezuelana, è risultato invece negativo il contributo dell'Unione Europea (che in passato era stato quasi sempre positivo), prevalentemente a causa del ristagno degli investimenti (tavola 1.2).

Dal punto di vista settoriale, i più consistenti stimoli all'incremento del commercio mondiale di beni (a prezzi correnti) sono provenuti dalla chimica (in particolare dagli scambi *intra-firm* di prodotti farmaceutici) e dagli autoveicoli, che vi hanno contribuito rispettivamente per il 30% ed il 25%; un apporto commisurato alla loro importanza relativa hanno fornito l'insieme dei beni non durevoli di consumo e la meccanica, mentre gli scambi di prodotti elettronici sono rimasti praticamente invariati dopo il crollo del 2001 (tale invarianza sottintende tuttavia una forte crescita delle transazioni di componenti e prodotti finiti tra i paesi asiatici, a cui si è contrapposta una nuova notevole riduzione di quelle tra le diverse aree).

Il grado di corrispondenza tra composizione della domanda mondiale e struttura geografico-settoriale delle esportazioni dei diversi paesi, più che le variazioni nei rapporti di cambio tra le valute, è stato ancora una volta decisivo nell'influenzare l'andamento delle quote di mercato dei principali concorrenti nel commercio mondiale. La Cina (che ha raggiunto il Giappone quale terzo esportatore di beni) e le NIEs[2] le hanno incrementate grazie soprattutto alla vivacità degli scambi reciproci. La specializzazione della Germania negli autoveicoli e nella chimica le ha permesso di contenere la perdita di quota in termini reali e di conseguirne, diversamente dalla Francia

---

* Redatto da Chiara Salabè - ICE Area Studi, Statistica e Documentazione - con la supervisione del Prof. Giorgio Basevi.

[1] Le fonti dei dati citati in questo capitolo, ove non diversamente indicato, sono: *World Economic Outlook (WEO)*, Fondo Monetario Internazionale (FMI), aprile 2003 e *Global Trade Atlas*, Global Trade Information, maggio 2003 per i dati sul commercio estero di beni; *Press Release*, United Nations Conference on Trade and Development, 24 ottobre 2002 e *World Economic Situation and Prospects 2003*, United Nations, gennaio 2003, per i dati sugli Investimenti Diretti Esteri (IDE).

[2] Corea del Sud, Hong Kong, Singapore, Taiwan.

e dall'Italia, un guadagno in valore grazie anche al favorevole impatto dell'apprezzamento dell'euro. La vivacità del mercato asiatico ha d'altra parte consentito al Giappone di migliorare, dopo anni, la propria posizione relativa nelle quantità, a fronte di un'invarianza nei valori che ha riflesso l'indebolimento dello yen. La quota degli Stati Uniti è invece nettamente diminuita, sia a prezzi correnti che a prezzi costanti, poiché la discesa del dollaro si è combinata con la fiacca congiuntura dei principali mercati di sbocco delle merci americane. Pur rimanendo modesta, ha continuato a salire la quota di esportazioni mondiali complessivamente detenuta dai paesi dell'Europa orientale, a riflesso dei notevoli guadagni conseguiti in quasi tutti i settori sul mercato dell'Unione Europea: hanno cominciato ad essere evidenti le conseguenze della sempre maggiore integrazione, sia commerciale che produttiva, tra Europa occidentale ed Europa centro-orientale.

Il parziale recupero dei prezzi internazionali del petrolio e dei prodotti agricoli è naturalmente andato a vantaggio delle quote dei paesi produttori, con le eccezioni di Argentina e Venezuela, alle prese con gravi crisi politico-finanziarie interne. La migliorata ragione di scambio ha contribuito ad attenuare la pressione debitoria dei paesi in via di sviluppo, soprattutto per quanto riguarda i pagamenti per il servizio del debito relativi all'Africa e all'America Latina. In quest'ultimo caso la sostanziale riduzione nel 2002 è tuttavia dovuta principalmente al *default* argentino, che ha forzosamente ridotto gli esborsi di quel paese per pagamento di interessi e rimborso di titoli in scadenza nei confronti dell'estero.

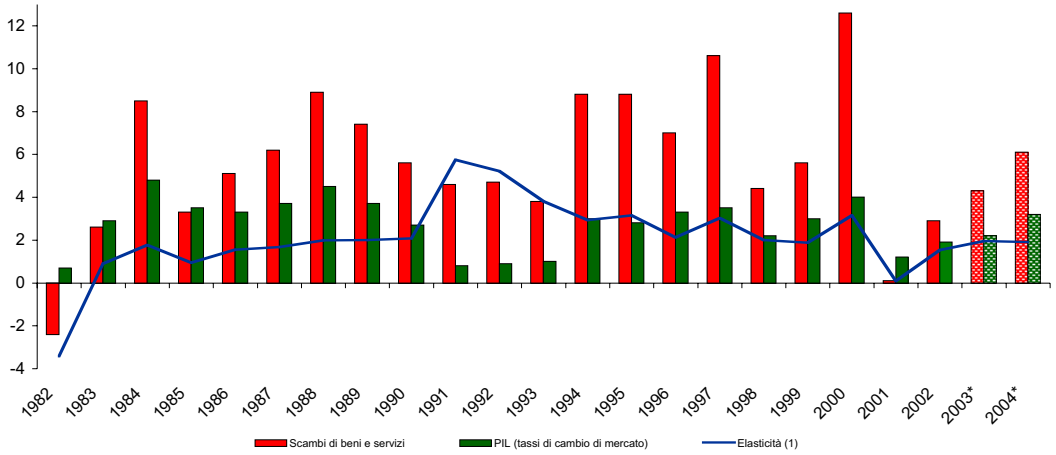
Seppure meno accentuata rispetto al 2001, è proseguita la fase negativa degli investimenti diretti esteri (IDE), ancora principalmente a causa della caduta delle fusioni e acquisizioni. Il calo dei flussi in entrata (per i quali sono disponibili le prime stime dell'Unctad) si è concentrato nelle economie avanzate ed ha riguardato soprattutto Stati Uniti e Regno Unito, mentre risulta più favorevole il quadro per la maggior parte degli altri paesi dell'UE; la Cina si è distinta anche in questo campo, avendo superato gli Stati Uniti quale maggiore beneficiario di IDE su scala mondiale (50 miliardi di dollari contro 44).

La perdita d'importanza degli Stati Uniti quale paese di attrazione degli IDE, aggravata dal perdurante deprezzamento del dollaro, getta ulteriore ombra sulla sostenibilità del loro oramai strutturale disavanzo corrente, che l'anno scorso ha superato i 500 miliardi di dollari (circa il 5% del PIL). Esso è compensato solo in parte dal saldo del conto finanziario[3]; è quindi a maggior ragione possibile che in futuro gli USA perdano il loro tradizionale ruolo di "locomotiva" delle economie e degli scambi internazionali. L'Europa non appare ancora in grado di sostituirsi in tale funzione né agli Stati Uniti né ai paesi dell'Asia orientale che l'hanno in parte svolta nel 2002. Il futuro di questi ultimi è ancora incerto, a seconda dell'intensità delle ripercussioni mediatiche e reali della SARS; tenendo inoltre conto che la fine delle ostilità in Iraq non ha nell'immediato avuto gli annunciati effetti virtuosi, le prospettive del commercio e degli investimenti mondiali per l'anno in corso sono poco incoraggianti.

---

[3] Nella nuova dizione della bilancia dei pagamenti secondo la V edizione del Manuale della Bilancia dei pagamenti del FMI (1993) il conto finanziario comprende le transazioni finanziare tra residenti e non residenti (investimenti diretti, investimenti di portafoglio, altri investimenti, derivati e riserve ufficiali), mentre nel conto capitale vengono registrati i trasferimenti unilaterali in conto capitale (pubblici e privati) e le attività intangibili (brevetti).

PRODUZIONE E COMMERCIO MONDIALE
(variazioni percentuali in volume)



(1) Rapporto tra le variazioni percentuali del commercio e del PIL..

* Stime e previsioni

Grafico 1.1

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

COMMERCIO MONDIALE DI MERCI IN VOLUME*
(variazioni percentuali)

Fonte	media 1985-94	media 1995-2004	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	previsioni 2003	previsioni 2004
FMI (1)	5,7	6,3	9,4	6,4	10,8	4,6	5,9	12,9	-0,5	3,1	4,1	6,4
OMC (2) **	....	....	9,7	5,1	10,5	5,1	5,4	12,0	-1,0	2,5	..	..
OCSE (3)	....	....	10,8	9,2	6,9	9,9	5,4	12,7	-0,2	3,6	5,9	8,8
Commissione Europea (1) **	....	....	....	6,0	10,5	5,4	4,4	13,7	-0,1	2,7	4,6	6,6

* Media dei tassi di variazione di esportazioni ed importazioni mondiali.
** Tassi di variazione delle esportazioni mondiali.
(1) Aprile 2003
(2) Maggio 2003
(3) Maggio 2003

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI, OMC e OCSE

Tavola 1.1

CONTRIBUTI ALLA VARIAZIONE DEL COMMERCIO MONDIALE A PREZZI COSTANTI

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
					ESPORTAZIONI					
Economie avanzate	**46,9**	**73,5**	**78,3**	**72,4**	**76,7**	**68,3**	**76,1**	**67,5**	**-**	**53,3**
Unione europea	9,2	42,1	37,9	34,5	34,8	54,3	38,9	37,1	-	11,4
Austria	-0,8	1,2	1,1	2,1	2,2	3,4	3,5	1,8	-	1,9
Belgio	5,5	2,9	2,1	1,0	2,0	3,5	2,5	2,3	-	-0,4
Danimarca	0,0	0,7	0,6	0,5	0,5	0,3	1,0	0,7	-	1,9
Finlandia	3,0	1,1	0,6	0,7	0,9	1,2	0,8	0,6	-	0,3
Francia	0,0	5,7	5,8	2,0	6,2	11,2	4,7	5,9	-	1,9
Germania	-17,4	9,3	7,4	11,1	10,0	12,6	10,8	10,2	-	6,6
Grecia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0
Irlanda	1,9	1,1	1,7	1,3	1,2	4,9	2,8	1,9	-	2,7
Italia	8,8	5,2	6,2	0,9	1,5	2,4	1,2	3,1	-	-0,2
Lussemburgo	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	0,5	0,2	0,2	-	-0,3
Paesi Bassi	1,0	2,4	2,7	3,0	2,1	6,1	3,6	2,7	-	-2,8
Portogallo	-0,5	0,6	0,7	0,7	0,4	0,7	0,4	0,4	-	0,3
Regno Unito	0,1	5,9	5,3	6,1	3,4	1,7	3,5	4,0	-	-2,2
Spagna	4,3	3,5	1,9	3,4	2,5	2,9	2,2	1,9	-	-0,3
Svezia	3,3	2,5	1,8	1,5	1,6	2,9	1,7	1,4	-	2,2
Australia	1,7	0,7	0,4	2,0	0,8	0,0	0,9	0,8	-	0,9
Canada	9,2	4,8	3,8	3,3	3,4	6,9	7,0	2,8	-	1,7
Giappone	-5,4	1,7	4,3	1,0	9,1	-2,1	2,8	5,6	-	18,4
Islanda	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,1
Norvegia	1,0	1,0	0,5	1,6	0,4	0,0	0,4	0,2	-	0,2
Nuova Zelanda	0,3	0,3	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	-	0,4
Stati Uniti	8,3	10,9	14,3	15,8	15,9	5,5	7,6	10,2	-	-10,6
Svizzera	0,2	0,8	0,7	0,6	1,1	1,2	0,9	0,8	-	0,6
NIEs	22,5	11,2	16,2	13,3	11,1	2,6	17,5	9,8	-	30,1
Paesi in via di sviluppo	**38,1**	**21,5**	**14,5**	**23,2**	**23,5**	**21,8**	**15,8**	**22,7**	**-**	**37,6**
Africa	0,8	0,6	1,5	2,2	1,1	0,1	1,1	1,0	-	0,7
Asia	19,5	14,7	9,7	11,6	14,1	12,7	9,0	15,9	-	37,6
Escluse Cina e India	9,8	6,9	4,9	1,6	4,6	7,9	2,6	5,4	-	7,4
Cina e India	9,7	7,8	4,8	10,1	9,5	4,8	6,4	10,4	-	30,2
Medio Oriente (Turchia inclusa)	5,5	2,3	-1,8	3,0	2,8	1,9	0,4	1,8	-	0,3
America Latina (Messico incluso)	12,3	3,9	5,1	6,4	5,4	7,1	5,2	4,1	-	-1,0
Altri paesi	**15,0**	**5,0**	**7,3**	**4,4**	**-0,2**	**9,9**	**8,2**	**9,9**	**-**	**9,1**
MONDO (variazioni percentuali)	***4,2***	***10,1***	***9,4***	***6,4***	***10,8***	***4,6***	***5,9***	***12,9***	***-0,5***	***3,1***
					IMPORTAZIONI					
Economie avanzate	**24,9**	**82,6**	**81,5**	**67,3**	**69,0**	**108,5**	**118,7**	**74,3**	**-**	**48,9**
Unione europea	-51,1	35,7	32,6	24,0	28,4	83,9	48,1	32,6	-	-3,7
Austria	-0,5	1,7	1,0	2,3	2,0	4,0	3,6	1,2	-	-0,6
Belgio	1,0	2,4	1,7	1,8	1,2	4,9	1,6	2,2	-	-0,7
Danimarca	-0,8	1,0	0,7	0,0	0,6	0,6	0,1	0,4	-	1,4
Finlandia	-0,5	1,0	0,5	0,6	0,5	1,1	0,2	0,2	-	0,1
Francia	-6,3	5,5	5,3	0,2	3,6	13,8	7,1	6,6	-	0,9
Germania	-26,6	7,0	6,9	6,7	4,9	20,4	10,2	6,9	-	-5,4
Grecia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0
Irlanda	1,0	0,8	1,0	0,9	0,9	2,7	0,9	1,0	-	1,6
Italia	-12,1	4,9	4,4	-1,8	3,1	6,9	5,2	2,5	-	-0,2
Lussemburgo	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,4	0,5	0,1	-	-0,1
Paesi Bassi	-2,5	2,3	2,8	2,7	2,2	5,5	3,1	2,9	-	-1,2
Portogallo	-1,8	0,8	0,7	0,5	0,8	2,2	1,3	0,3	-	-0,2
Regno Unito	0,5	3,4	3,6	7,4	4,7	11,4	7,4	5,2	-	1,2
Spagna	-3,5	3,2	2,8	2,4	2,5	7,1	6,2	1,8	-	-0,3
Svezia	0,8	1,8	1,3	0,4	1,2	2,8	0,7	1,2	-	-0,3
Australia	1,3	1,4	1,4	1,2	0,7	1,9	1,6	0,5	-	4,4
Canada	7,7	3,7	3,0	3,0	5,6	5,2	5,8	2,9	-	1,3
Giappone	6,0	8,1	9,8	4,7	1,1	-7,1	9,1	4,8	-	0,3
Islanda	-0,2	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	-	-0,1
Norvegia	0,1	1,0	0,6	0,9	0,5	1,5	-0,2	0,3	-	-0,1
Nuova Zelanda	0,3	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1	0,6	-0,1	-	0,5
Stati Uniti	36,3	19,3	15,3	20,1	20,5	42,2	37,0	19,3	-	20,3
Svizzera	-0,7	1,5	1,1	0,3	0,9	2,0	2,1	0,9	-	-0,5
NIEs	25,1	11,4	17,4	12,8	11,2	-21,4	14,6	13,1	-	26,4
Paesi in via di sviluppo	**52,6**	**16,0**	**23,2**	**26,3**	**19,1**	**3,5**	**4,4**	**22,8**	**-**	**34,2**
Africa	0,5	0,9	2,6	1,0	1,5	1,8	1,3	0,4	-	2,6
Asia	35,1	12,5	12,1	12,2	5,0	-10,4	9,0	14,0	-	33,6
Eslcuse Cina e India	12,5	8,8	9,2	3,0	1,1	-14,7	-0,2	5,4	-	7,0
Cina e India	22,6	3,7	2,9	9,2	4,0	4,3	9,3	8,6	-	26,6
Medio Oriente (Turchia inclusa)	6,7	-4,3	2,7	5,5	4,0	2,0	-0,9	3,4	-	9,6
America Latina (Messico incluso)	10,3	7,0	5,8	7,6	8,6	10,1	-5,0	5,1	-	-11,6
Altri paesi	**22,4**	**1,3**	**-4,7**	**6,4**	**11,9**	**-11,9**	**-23,1**	**2,9**	**-**	**16,9**
MONDO (variazioni percentuali)	***3,8***	***10,0***	***8,8***	***7,0***	***10,6***	***4,4***	***5,6***	***12,6***	***0,1***	***2,9***

Fonte: elaborazioni ICE su dati OCSE, FMI e OMC.

Tavola 1.2

I PRIMI VENTI ESPORTATORI MONDIALI DI MERCI
(miliardi di dollari)

Graduatoria 2002	Paesi	valori 2002	quote% 2002	var. % 2001-2002	valori 2001	quote% 2001
1	Stati Uniti	694	10,8	-5	729	11,8
2	Germania	610	9,5	7	571	9,3
3	Cina (1)	418	6,5	17	357	5,8
	di cui riesportazioni di Hong Kong	*111*	*1,7*	*7*	*104*	*1,7*
4	Giappone	416	6,5	3	403	6,5
5	Francia	331	5,2	2	323	5,2
6	Regno Unito	278	4,3	2	273	4,4
7	Canada	252	3,9	-3	261	4,2
8	Italia	251	3,9	3	244	4,0
9	Paesi Bassi	243	3,8	5	231	3,7
10	Belgio	209	3,3	10	190	3,1
11	Corea del Sud	162	2,5	8	150	2,4
12	Messico	161	2,5	1	158	2,6
13	Taiwan	131	2,0	7	122	2,0
14	Singapore	126	2,0	3	122	2,0
15	Spagna	119	1,9	2	117	1,9
16	Hong Kong (2)	110	1,7	26	87	1,4
17	Russia	107	1,7	4	103	1,7
18	Malaysia	93	1,4	5	88	1,4
19	Svizzera	88	1,4	7	82	1,3
20	Irlanda	88	1,4	6	83	1,3
	Somma dei 20 paesi	4.889	76,1	4	4.695	76,1
	Mondo	**6.424**	**100,0**	**4**	**6.167**	**100,0**

(1) Comprese le riesportazioni di Hong Kong di origine cinese.
(2) Escluse le riesportazioni provenienti dalla Cina.
Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI e OMC.

Tavola 1.3

I PRIMI VENTI IMPORTATORI MONDIALI DI MERCI
(miliardi di dollari)

Graduatoria 2002	Paesi	valori 2002	quote % 2002	var.% 2001-2002	valori 2001	quote % 2001
1	Stati Uniti	1.203	18,0	2	1.181	18,2
2	Germania	494	7,4	2	486	7,5
3	Regno Unito	343	5,1	3	333	5,1
4	Giappone	336	5,0	-4	350	5,4
5	Francia	328	4,9	0	329	5,1
6	Cina	295	4,4	21	244	3,8
7	Italia	243	3,6	3	236	3,6
8	Canada	222	3,3	0	222	3,4
9	Paesi Bassi	219	3,3	5	209	3,2
10	Hong Kong	208	3,1	3	202	3,1
11	Belgio	193	2,9	8	179	2,8
12	Messico	169	2,5	0	168	2,6
13	Spagna	155	2,3	0	155	2,4
14	Corea del Sud	152	2,3	8	141	2,2
15	Singapore	116	1,7	0	116	1,8
16	Taiwan	113	1,7	5	107	1,7
17	Svizzera	84	1,3	0	84	1,3
18	Malaysia	80	1,2	-5	84	1,3
19	Austria	78	1,2	5	75	1,2
20	Australia	73	1,1	14	64	1,0
	Somma dei 20 paesi	5.104	76,3	3	4.963	76,5
	Mondo	**6.685**	**100,0**	**3**	**6.484**	**100,0**

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI e OMC.

Tavola 1.4

INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI IN ENTRATA
PRINCIPALI PAESI BENEFICIARI
(milioni di dollari)

Graduatoria*	Paesi	media 1990-1995	media 1996-2001	1980	1990	1995	2000	2001	2002	in percentuale sul totale mondiale media 1990-1995	media 1996-2001	1990	2001
		FLUSSI		STOCK						FLUSSI		STOCK	
1	Stati Uniti	40.829	178.502	83.046	394.911	535.553	1.214.254	1.338.689	1.382.689	18,1	22,0	21,1	19,4
2	Belgio-Lussemburgo	9.775	79.728	7.306	58.388	120.211	431.111	482.107	-	4,3	9,8	3,1	6,9
3	Regno Unito	17.467	65.052	63.014	203.894	199.760	435.422	489.221	501.221	7,8	8,0	10,9	7,0
4	Germania	4.188	54.187	36.630	119.618	192.898	449.898	480.899	523.899	1,9	6,7	6,4	7,2
5	Cina	19.360	42.684	6.251	24.762	137.435	348.346	395.192	445.192	8,6	5,3	1,3	5,6
6	Francia	16.293	36.457	56.096	100.043	191.434	257.806	310.430	355.430	7,2	4,5	5,3	4,1
7	Canada	6.230	27.081	54.163	112.882	123.290	201.600	229.065	261.065	2,8	3,3	6,0	3,2
8	Hong Kong	4.859	24.328	124.286	148.183	174.063	429.036	451.870	470.870	2,2	3,0	7,9	6,9
9	Brasile	2.000	23.743	17.480	37.143	42.530	196.884	219.342	234.342	0,9	2,9	2,0	3,1
10	Svezia	5.488	22.093	2.852	12.636	31.089	82.748	95.482	-	2,4	2,7	0,7	1,3
11	Spagna	10.745	16.857	5.141	65.916	109.200	144.508	166.289	-	4,8	2,1	3,5	2,3
12	Messico	8.080	14.648	8.105	22.424	41.130	97.170	121.901	135.901	3,6	1,8	1,2	1,6
13	Danimarca	2.433	11.079	4.193	9.192	23.801	64.397	71.366	-	1,1	1,4	0,5	1,0
14	Irlanda	1.139	10.870	1.657	3.410	9.614	65.056	74.831	84.831	0,5	1,3	0,2	1,0
15	Singapore	5.782	8.594	6.203	28.565	59.582	95.714	104.323	-	2,6	1,1	1,5	1,5
16	Italia	3.784	7.507	8.892	57.985	63.456	113.046	127.919	142.919	1,7	0,9	3,1	1,8
17	Bermuda	1.828	7.101	5.131	13.849	23.997	56.746	66.604	-	0,8	0,9	0,7	0,9
18	Polonia	1.396	6.869	-	109	7.843	33.603	42.433	48.433	0,6	0,8	0,0	0,5
19	Giappone	1.144	5.652	3.270	9.850	33.508	50.323	56.525	56.537	0,5	0,7	0,5	0,8
20	Portogallo	1.737	3.471	3.665	10.571	18.381	28.161	34.178	-	0,8	0,4	0,6	0,4
	Somma dei 20 paesi	164.557	646.500	497.381	1.434.331	2.138.775	4.795.829	5.358.666	4.643.329	73,0	79,6	76,6	76,6
	Mondo	**225.321**	**812.337**	**635.543**	**1.871.594**	**2.911.725**	**6.258.263**	**6.993.409**	**7.533.409**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

* La graduatoria è basata sui flussi relativi alla media degli anni 1996-2001.
Fonte: elaborazioni ICE su dati UNCTAD

Tavola 1.5

INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI IN USCITA[1]
PRINCIPALI PAESI INVESTITORI
(milioni di dollari)

Graduatoria*	Paesi	media 1990-1995	media 1996-2001	1980	1990	1995	2000	2001	in percentuale sul totale mondiale media 1990-1995	media 1996-2001	1990	2001
		FLUSSI		STOCK					FLUSSI		STOCK	
1	Stati Uniti	58.150	127.454	80.434	430.521	699.015	1.293.431	1.407.408	23,0	16,6	25,0	21,3
2	Regno Unito	25.648	118.881	80.434	229.294	304.847	902.087	942.848	10,1	15,5	13,3	14,8
3	Francia	23.749	82.259	24.281	120.179	204.431	432.662	515.475	9,4	10,7	7,0	7,1
4	Belgio-Lussemburgo	6.978	79.191	6.037	40.636	83.325	381.737	449.044	2,8	10,3	2,4	6,3
5	Germania	23.479	63.987	43.127	148.456	258.142	470.578	513.835	9,3	8,4	8,6	7,7
6	Paesi Bassi	14.496	44.398	42.116	106.899	172.672	309.485	353.505	5,7	5,8	6,2	5,1
7	Canada	6.853	28.183	-	84.837	118.209	226.986	262.458	2,7	3,7	4,9	3,7
8	Giappone	25.042	27.647	19.610	201.440	238.452	278.445	300.115	9,9	3,6	11,7	4,6
9	Spagna	3.559	26.921	1.931	15.652	36.243	165.873	185.954	1,4	3,5	0,9	2,7
10	Hong Kong	12.946	25.934	148	11.920	78.833	365.803	374.780	5,1	3,4	0,7	6,0
11	Svizzera	8.512	24.149	21.491	66.087	142.479	227.660	243.980	3,4	3,2	3,8	3,7
12	Svezia	6.914	18.560	3.572	50.720	73.143	123.125	122.615	2,7	2,4	2,9	2,0
13	Italia	6.444	12.006	7.319	57.261	97.042	180.276	201.752	2,5	1,6	3,3	3,0
14	Finlandia	1.506	10.906	737	11.227	14.993	52.109	59.381	0,6	1,4	0,7	0,9
15	Danimarca	2.363	10.112	2.065	7.342	24.703	64.048	72.999	0,9	1,3	0,4	1,1
16	Singapore	2.341	6.091	3.718	7.808	35.050	53.009	63.225	0,9	0,8	0,5	0,9
17	Australia	2.587	5.028	2.260	30.507	53.009	81.009	92.174	1,0	0,7	1,8	1,1
18	Taiwan	2.917	4.921	97	12.888	25144	49.187	54.667	1,2	0,6	0,7	0,8
19	Portogallo	406	4.213	512	900	3.173	17.781	24.881	0,2	0,6	0,1	0,3
20	Irlanda	375	3.213	-	2.736	4.624	18.504	23.900	0,1	0,4	0,2	0,3
	Somma dei 20 paesi	235.265	724.050	339.889	1.637.310	2.667.529	5.693.795	6.264.996	59,8	62,4	95,1	93,5
	Mondo	**253.302**	**765.884**	**521.486**	**1.721.462**	**2.854.853**	**6.086.428**	**6.707.141**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Le prime stime fornite dall'UNCTAD per il 2002 non sono disponibili per gli IDE in uscita.
* La graduatoria è basata sui flussi relativi alla media degli anni 1996-2001.
Fonte: elaborazioni ICE su dati UNCTAD

Tavola 1.6

IL PETROLIO DELL'IRAQ: UN POTENZIALE RILEVANTE[*]

I maggiori produttori di petrolio al mondo sono l'Arabia Saudita, gli Stati Uniti e la Russia che complessivamente coprono un terzo della produzione mondiale (nel 2002), mentre un decennio prima gli stessi paesi ne coprivano circa il 40%, con la Russia in prima posizione. Gran parte della produzione mondiale viene esportata (73%) e tra i principali produttori tale rapporto è anche più alto, con l'eccezione degli Stati Uniti e del Messico che si discostano di molto dalla media (12% e 56% rispettivamente). Gli Stati Uniti si differenziano dagli altri maggiori produttori anche in quanto importatori netti. In questo contesto l'Iraq figura come paese relativamente meno importante sia in termini di produzione che di esportazioni: tredicesimo produttore e decimo esportatore; in entrambi i casi posizioni inferiori a quelle del 1990 (tavola 1 e grafico 1).

I dati sulle riserve mostrano un quadro molto diverso: i giacimenti di petrolio dell'Iraq ammontano a 112 miliardi di barili e sono i più ampi dopo quelli dell'Arabia Saudita. In termini di rapporto tra produzione e riserve l'Iraq risulta il paese con il maggior potenziale al mondo (grafico 2), considerando inoltre che le risorse petrolifere di buona parte del paese sono ancora inesplorate. L'embargo (durato con diversi gradi di rigidità oltre dieci anni) ha determinato il crollo della produzione e delle esportazioni tra la fine della prima guerra del Golfo e l'avvio del programma "Oil for Food" nel 1996 (grafico 3). Grazie a questo programma, l'Iraq fu autorizzato a vendere petrolio per un valore di 2 miliardi di dollari ogni 6 mesi, con l'obbligo di utilizzare due terzi dei proventi per le necessità umanitarie; nel 1998 il limite fu innalzato a 5,3 miliardi di dollari, mentre nel 1999 il tetto è stato eliminato completamente.

Nel decennio 1991-2001 le esportazioni di petrolio iracheno non hanno avuto un impatto sostanziale sul prezzo del petrolio. Gli anni di calo delle quotazioni del petrolio hanno infatti coinciso piuttosto con le fasi cicliche recessive (primi anni novanta, crisi asiatica e 2001) (grafico 3). Osservando tuttavia i dati mensili - disponibili solo per la produzione e solo fino a marzo 2003 - è possibile evidenziare come nel periodo a ridosso della prima guerra del Golfo le quotazioni del petrolio siano state fortemente influenzate dal crollo della produzione irachena (grafico 4). Nel caso della più recente guerra contro l'Iraq la correlazione è meno evidente non solo per il diverso esito del conflitto ma anche per l'influenza che ha avuto il crollo della produzione venezuelana dovuta agli scioperi di inizio anno. In considerazione del peso ancora basso delle esportazioni dell'Iraq su quelle mondiali (3,4% nel 2001[1]), l'immissione sul mercato internazionale di parte delle riserve irachene potrebbe quindi avere ripercussioni importanti sul prezzo del petrolio.

[*] *Redatto da Chiara Salabè.*
[1] *A differenza delle altre grandezze i dati sulle esportazioni di petrolio in quantità a livello mondiale sono attualmente disponibili solo fino al 2001.*

PRODUZIONE DI PETROLIO[1]

(migliaia di barili/giorno in % del totale mondiale)

Graduatoria 2002	1990	2002
Arabia Saudita	10,3	11,1
Stati Uniti	13,7	10,8
Russia	15,8	10,8
Messico	4,5	4,8
Iran	4,8	4,7
Cina	4,2	4,5
Norvegia	2,6	4,4
Venezuela	3,4	3,9
Canada	3,0	3,8
Regno Unito	3,0	3,3
Emirati Arabi Uniti	3,6	3,4
Iraq	3,1	2,7
Resto del mondo	27,9	32,4
Mondo	**100,0**	**100,0**

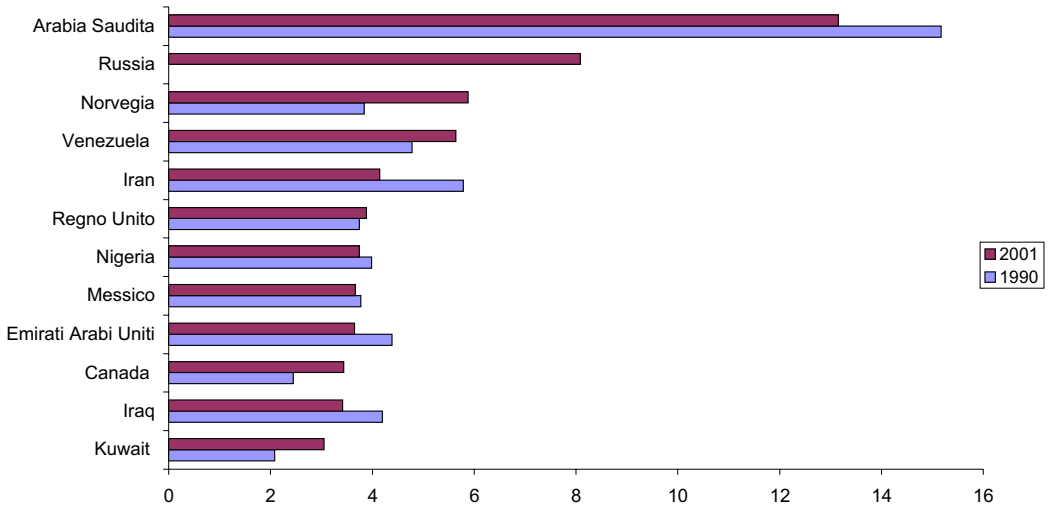
(1) Petrolio greggio e non convenzionale e liquidi di gas naturale.

Fonte: ENI, World Oil and Gas Review, 2003

Tavola 1

ESPORTAZIONI DI PETROLIO, SEMILAVORATI E PRODOTTI (1)

(migliaia di barili/giorno dei principali paesi in % del totale mondiale)



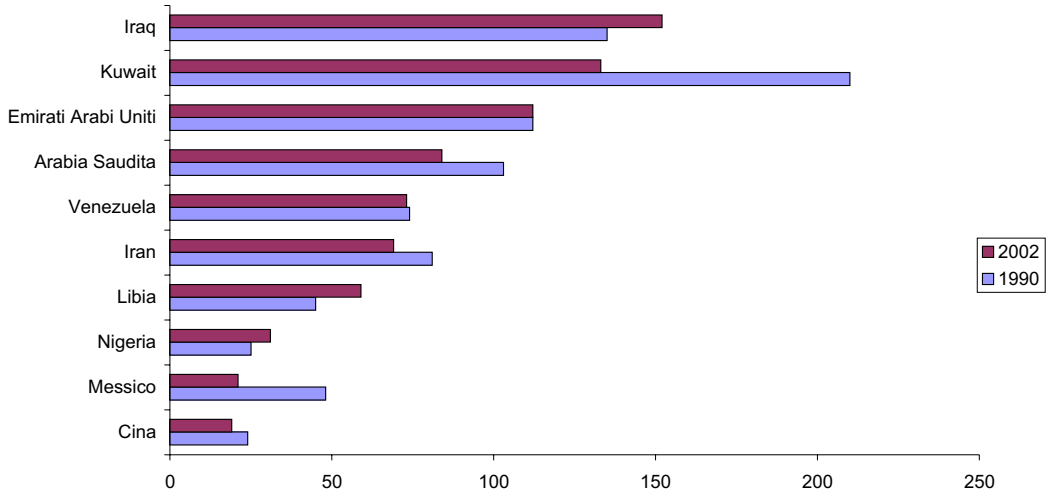
(1) Petrolio greggio e non convenzionale e liquidi di gas naturale.

Grafico 1

Fonte: ENI, World and Gas Review, 2003

RISERVE DI PETROLIO [(1)]

(in % della produzione dei principali paesi)



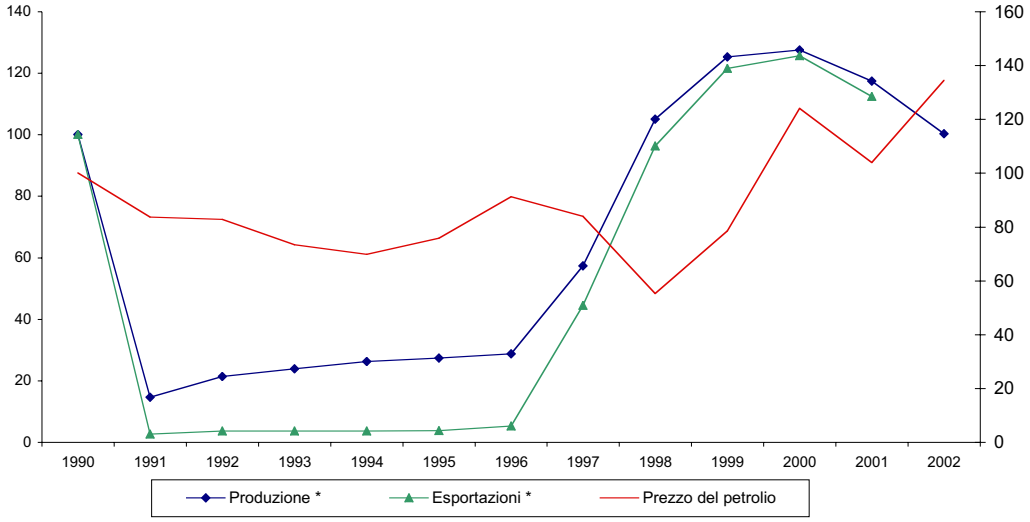
(1) Petrolio greggio e non convenzionale e liquidi di gas naturale.

Grafico 2

Fonte: ENI, World and Gas Review, 2003

PRODUZIONE ED ESPORTAZIONI DI PETROLIO DELL'IRAQ E PREZZO DEL PETROLIO [(1)]

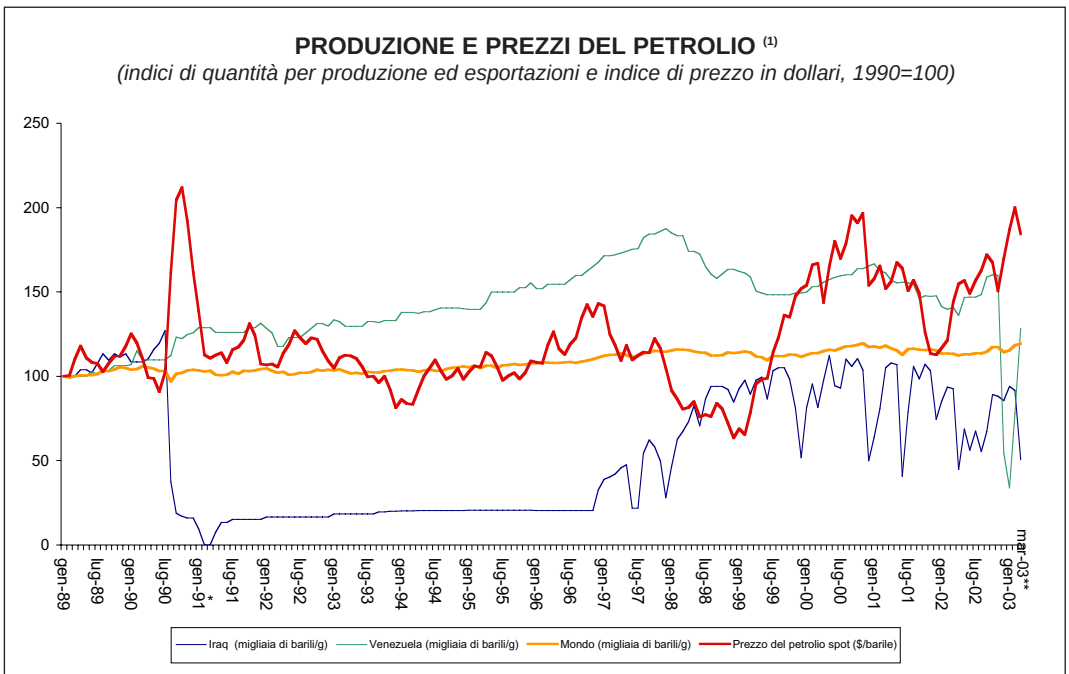
(indici di quantità per produzione ed esportazioni e indice di prezzo del petrolio



(1) La produzione si riferisce al petrolio greggio e non convenzionale, liquidi di gas naturale, mentre le esportazioni al petrolio greggio e non convenzionale, liquidi di gas naturale, semilavorati e prodotti.

Grafico 3

Fonte: ENI, World and Gas Review, 2003



PRODUZIONE E PREZZI DEL PETROLIO (1)

(indici di quantità per produzione ed esportazioni e indice di prezzo in dollari, 1990=100)

(1) Petrolio greggio e non convenzionale e liquidi di gas naturale.

Fonte: International Financial Statistics, FMI e Energy Information Administration, International Petrolium Monthly, maggio 2003

* Prima guerra del golfo
** Seconda guerra del golfo

Grafico 4

1.1 Unione Europea[4]

Nel 2002 le esportazioni di beni dell'*UE* hanno tratto vantaggio dalla dinamicità dei mercati dell'Europa orientale e dal discreto incremento della domanda mondiale nella farmaceutica e nei mezzi di trasporto, suoi settori di specializzazione. I paesi che hanno contribuito maggiormente alla crescita delle vendite all'estero sono la Germania, la Francia, la Spagna e, tra i paesi minori, la Danimarca e l'Austria. Le importazioni hanno risentito della debole domanda interna, che ha caratterizzato la maggior parte dei paesi (con l'eccezione di Spagna e Regno Unito) soprattutto a causa della stagnazione degli investimenti; l'apprezzamento dell'euro non ha ancora compensato l'effetto negativo della minore domanda aggregata (grafico 1.2).

In *Germania*, le esportazioni sono cresciute a tassi sostenuti in Spagna, Repubblica Ceca e Cina, mercati dinamici rispetto alla media mondiale nei quali comunque la performance tedesca è stata superiore a quella dei concorrenti. Ha continuato ad ampliarsi il tradizionale attivo commerciale e corrente, quest'ultimo anche grazie alla riduzione del disavanzo nei servizi le cui vendite sono tornate a crescere. Gli acquisti di beni esteri sono aumentati di poco se misurati in dollari, mentre in termini reali è riscontrabile chiaramente l'impatto del ciclo negativo, aggravato rispetto

[4] Per un'analisi specifica dell'Unione Europea e dell'Italia cfr. il capitolo 3 e i capitoli 4 rispettivamente.

al 2001 a seguito di un calo più accentuato della componente delle attrezzature e di un'inversione di tendenza dei consumi privati.

In *Francia* il commercio di beni in valore ha avuto un andamento favorevole per le esportazioni, che tornano a crescere, mentre le importazioni continuano il trend negativo poiché la vivacità dei consumi delle amministrazioni pubbliche non ha compensato il calo degli investimenti. L'impatto sul saldo corrente è stato positivo anche per effetto delle vendite all'estero di servizi. L'andamento delle esportazioni è stato favorito soprattutto dalla dinamica della domanda mondiale nei suoi settori di specializzazione, piuttosto che dalla composizione geografia. Le esportazioni, cresciute solo verso alcuni dei principali mercati di sbocco - Germania, Regno Unito, Italia e Spagna -, non sono state concentrate nei mercati più dinamici nel contesto mondiale, dove pur tuttavia sono cresciute a tassi molto dinamici, in particolare in Polonia, Cina e Turchia. In quasi tutti questi mercati la domanda d'importazioni dal mondo è stata superiore rispetto a quella dalla Francia, fatto che si è rispecchiato in una perdita di quota sulle esportazioni mondiali. Guadagnano quota sul mercato francese i principali fornitori (Germania, Belgio e Italia, per ordine d'importanza), mentre in termini settoriali diminuiscono gli acquisti nei principali comparti (meccanica strumentale, mezzi di trasporto, altri trasporti, elettronica).

Per il *Regno Unito* il commercio misurato in dollari è stato positivo soprattutto per le importazioni, in controtendenza agli altri principali paesi europei; quest'ultime sono state sostenute da una domanda interna relativamente dinamica, provocando un ampliamento del disavanzo corrente nonostante la ripresa delle esportazioni di servizi, dopo il tracollo che esse avevano subito nel 2001. Come nei casi tedesco e francese le esportazioni britanniche sono state favorite dalla dinamica positiva dei mezzi di trasporto e della chimica, registrata su scala mondiale (tavole 1.5, 1.6, 1.9 e 1.10). La *performance* è stata comunque inferiore alla media mondiale con un effetto di perdita di quota di mercato, sia se misurate in volume che in valore.

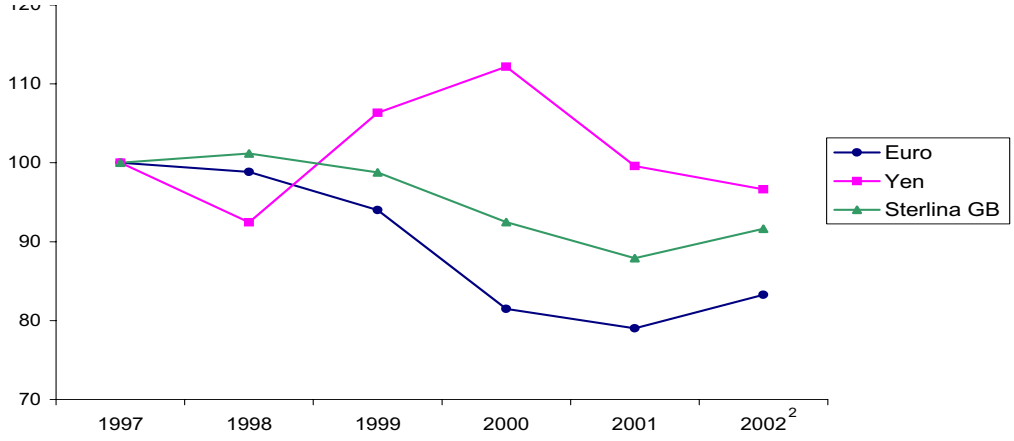
La peggiorata competitività dei principali paesi dell'UE dovuta all'apprezzamento effettivo dell'euro e della sterlina ha avuto conseguenze differenziate sulla loro *performance*: tra i principali paesi la Germania si mantiene su posizioni relativamente migliori non solo misurando la quota sulle esportazioni mondiali in dollari, che ha registrato una aumento a fronte di diminuzioni degli altri principali paesi, ma anche considerando le quote in volume, che sono diminuite in misura minore (grafico 1.3)[5]. La migliore *performance* della Germania, a parità di andamento dell'indicatore di competitività e in mancanza di una strategia di prezzo delle imprese esportatrici, è spiegata dalla sua relativamente più vantaggiosa specializzazione settoriale e, in misura minore, geografica.

Nel 2002 continua il trend negativo degli IDE, il cui calo è stato determinato dalla riduzione di fusioni e acquisizioni, in particolare quelle di origine statunitense. Per l'UE la situazione è leggermente migliore rispetto a quella del 2001: mentre in tale anno solo tre paesi (Francia, Italia e Grecia) avevano registrato degli incrementi, dieci paesi dovrebbero nel 2002 aver attratto maggiori investimenti. I declini maggiori

[5] *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, volume 1, parte 1, tavole 1.2.2 e 1.2.14, Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) e Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), luglio 2003.

sono stati registrati dal *Regno Unito*, mentre *Francia* e *Germania* mostrano segni incoraggianti: nel primo paese vi è stata un acquisizione della Aventis Crop Science Holding SA da parte della Bayer AG, mentre nel secondo vi sono stati due acquisti britannici (Reemtsma Cigarettenfabrik da parte della Imperial Tobacco Plc e la Veba Oel da parte della BP). Come investitori i paesi dell'UE mostrano nel 2002 una scarsa reattività, soprattutto verso i paesi in via dei sviluppo asiatici, nonostante la sostenuta crescita nelle economie trainanti della regione (tavole 1.5 e 1.6).

TASSO DI CAMBIO RISPETTO AL DOLLARO
(indici in base 1997=100)[1]

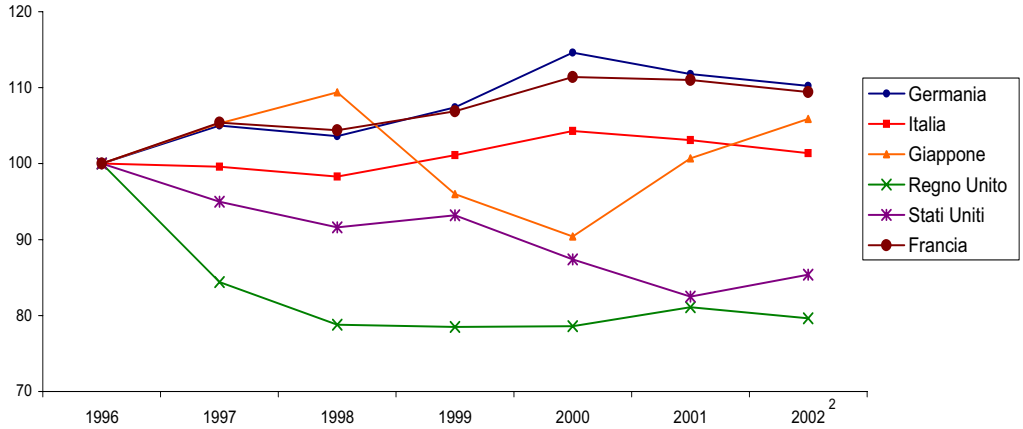


(1) La diminuzione dell'indice indica un deprezzamento della moneta nazionale rispetto al dollaro.
(2) I dati a aprtire dal 2001 includono la Grecia nell'area dell'euro.

Fonte: Banca Centrale Europea e bank of England

Grafico 1.2

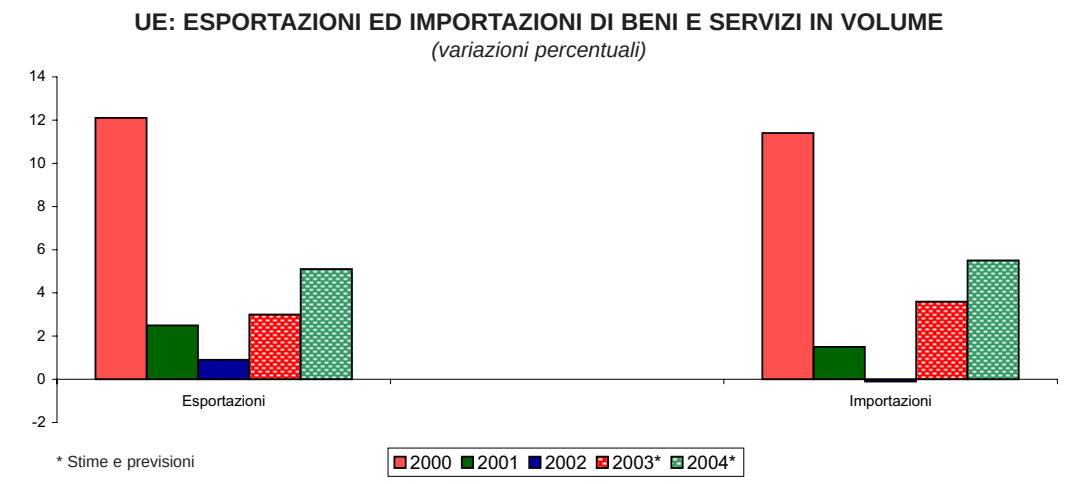
COMPETITIVITÀ DEI PRINCIPALI PAESI INDUSTRIALI (1)
(variazione degli indici in base 1996=100)



(1) Calcolata sulla base dei prezzi alla produzione dei beni manufatti. Un aumento dell'indice indica un guadagno di competitività.
(2) I dati dal 2001 includono la Grecia nell'area dell'euro.

Fonte: Banca d'Italia

Grafico 1.3



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

Grafico 1.4

1.2 Europa centrale e orientale

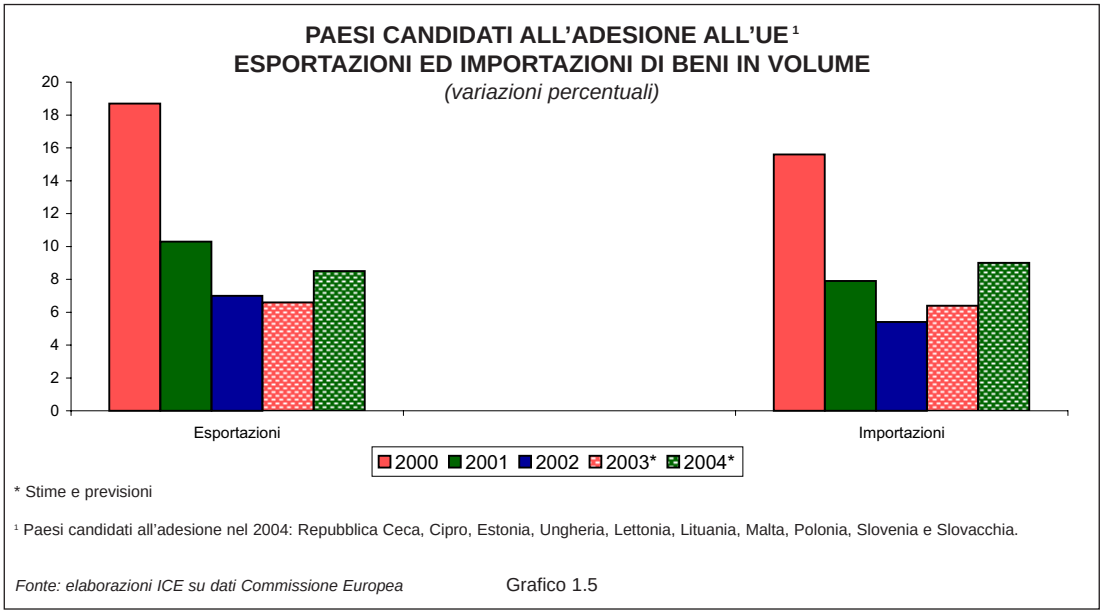
Le esportazioni dell'area sono cresciute ad un tasso superiore al contesto mondiale grazie alla dinamica positiva di quasi tutti i paesi. All'interno dell'area mostrano un andamento meno dinamico alcuni dei paesi candidati all'UE[6] - quali la Polonia, la Croazia, l'Estonia, la Lituania e la Repubblica Ceca -, che hanno subito il rallentamento dell'Europa occidentale, Germania in particolare, con cui i rapporti commerciali sono più intensi. Anche le importazioni dell'area sono cresciute ad un tasso superiore alla media mondiale, grazie alla dinamica positiva di tutti i paesi con l'eccezione di alcuni dei principali paesi candidati all'UE. La domanda d'importazioni è stata determinata da una crescita della domanda interna relativamente sostenuta in un contesto di rallentamento dell'economia mondiale; fa eccezione la Polonia dove permane l'impatto sulla domanda interna delle politiche fiscali e monetarie restrittive attuate in vista dell'adesione all'UE. L'importanza dell'insieme dei paesi dell'area sul commercio mondiale rimane bassa, ma il trend è positivo sulle esportazioni e sulle importazioni mondiali, sia se misurato in termini reali, che nominali[7].

Come beneficiari di investimenti l'insieme dei paesi dell'area ha attratto un ammontare uguale a quello del 2001, con incrementi in Albania, Bulgaria, Repubblica Ceca, Lettonia, Lituania e Slovenia; la Repubblica Ceca ha registrato l'incremento più importante (da 5 a 9 miliardi di dollari), mentre la Polonia ha sofferto il calo più accentuato (da 9 a 6 miliardi di dollari); quando legato ai processi di privatizzazione l'andamento degli IDE è infatti soggetto ad un'elevata volatilità da un anno all'altro.

---

[6] A dicembre 2002 il Consiglio Europeo ha sancito l'ingresso nell'Unione Europea a partire dal maggio 2004 di dieci nuovi membri: Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Repubblica Ceca, Slovenia, Slovacchia e Ungheria. Per Bulgaria e Romania è stata suggerita la data del 2007, mentre per la Turchia non è stata ancora fissata alcuna data.

[7] *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, volume 1, parte 1, tavole 1.2.2, 1.2.4, 1.2.14 e 1.2.15, Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) e Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), luglio 2003.



* Stime e previsioni

[1] Paesi candidati all'adesione nel 2004: Repubblica Ceca, Cipro, Estonia, Ungheria, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Slovenia e Slovacchia.

Fonte: elaborazioni ICE su dati Commissione Europea Grafico 1.5

1.3 Altri paesi europei

In *Svizzera* aumentano le esportazioni in dollari grazie agli incrementi molto positivi verso alcuni dei suoi principali mercati e soprattutto verso Stati Uniti, Italia e Francia, mentre verso la Germania, che assorbe più del 20% dei beni svizzeri venduti all'estero, sono cresciute solo dell'1%. La Svizzera è stata favorita soprattutto dalla composizione settoriale delle esportazioni, concentrate relativamente nel chimico e nel farmaceutico, settori che nel 2002 hanno registrato la domanda mondiale più dinamica. La competitività (misurata sui prezzi alla produzione di manufatti) dei beni svizzeri è infatti peggiorata nel 2002, per effetto dell'apprezzamento effettivo del franco. Le importazioni rimangono sostanzialmente stabili, a seguito di un rallentamento dell'economia rispetto al 2001.

Anche per la *Norvegia* il 2002 è stato un anno relativamente positivo. Aumentano le esportazioni misurate in dollari, grazie all'incremento delle vendite di petrolio, che contano per più del sessanta percento delle esportazioni e le cui quotazioni sono chiaramente migliorate rispetto al 2001. Le importazioni aumentano ad un tasso sostenuto, con incrementi superiori alla media mondiale nei principali settori (mezzi di trasporto e meccanica strumentale).

1.4 America settentrionale

Per gli *Stati Uniti* continua anche nel 2002 il ciclo negativo delle esportazioni di beni, anche se di entità inferiore rispetto al 2001; sono soprattutto Regno Unito, Germania e Giappone, oltre che i due principali mercati di sbocco, Canada e Messico, a ridurre gli acquisti di beni statunitensi. Gli Stati Uniti hanno subito il calo della domanda mondiale nei settori di loro specializzazione più incisivamente – meccanica strumentale, elettronica, strumenti di precisione –, sia per il peso di questi ultimi sulle

loro esportazioni, sia per fattori interni ai loro principali mercati di sbocco: con l'eccezione di Canada e Messico il ristagno o, a seconda dei casi, calo della domanda interna è riconducibile soprattutto alla componente degli investimenti, che notoriamente sono a più alta intensità d'importazioni nei settori menzionati. Gli acquisti dall'estero hanno invece ripreso a crescere, seppur di poco, grazie all'inversione del ciclo delle scorte, che, insieme alla ripresa dei consumi, in particolare quelli privati di beni durevoli, hanno sostenuto la domanda di beni esteri. Ne è conseguito, anche a causa della riduzione dell'avanzo derivante dagli scambi di servizi, un ampliamento del disavanzo corrente, che nel 2002 riavvia il trend decennale, cui solo il 2001 aveva fatto eccezione. Tale situazione sostenuta dall'asimmetria del sistema valutario internazionale, potrebbe essere messa in crisi da un avanzamento dell'euro come valuta di riferimento nelle transazioni finanziarie e commerciali internazionali[8].

Anche i dati in volume mostrano un andamento negativo per le esportazioni e positivo per le importazioni, indicando un ritardo dell'elasticità degli acquisti rispetto al deprezzamento del dollaro; il miglioramento di competitività non sembra infatti aver compensato l'effetto reddito negativo fornito dai mercati dell'UE e del Giappone. La quota di mercato sulle esportazioni mondiali a prezzi costanti continua la fase declinante, mentre quella sulle importazioni riprende a crescere. Gli Stati Uniti perdono importanza anche in termini di IDE: secondo le prime stime dell'Unctad nel 2002 la Cina li avrebbe superati come principale paese beneficiario su scala mondiale. Tale andamento è dovuto in parte alla fase ciclica negativa dell'economia statunitense e in parte ai flussi dei prestiti *intra-firm*, che nel 2002 sono stati diretti prevalentemente a favore delle imprese madri delle affiliate che operano negli Stati Uniti. Se la riduzione dell'afflusso di investimenti, verificatasi lo scorso anno anche per i capitali finanziari, dovesse diventare strutturale, gli Stati Uniti si troverebbe in poco tempo di fronte a una grave crisi dei propri conti con l'estero, dove è ancora incerto l'eventuale impatto positivo del deprezzamento della moneta.

Il *Canada* nel 2002 mostra una lieve ripresa degli acquisti dall'estero, mentre le esportazioni continuano a diminuire per il secondo anno consecutivo. La composizione geografica, con una concentrazione delle vendite sul mercato statunitense (87%), non ha favorito le merci canadesi, nonostante la dinamica relativamente positiva della domanda d'importazioni degli Stati Uniti. Anche la composizione settoriale non ha avvantaggiato le esportazioni canadesi seppure concentrate per quasi un quinto negli autoveicoli, settore a domanda mondiale dinamica: l'orientamento verso gli Stati Uniti delle loro vendite ne ha infatti determinato una crescita inferiore alla media mondiale; inoltre gli altri settori di specializzazione del Canada hanno subito una domanda globale stagnante o negativa (petrolio, meccanica strumentale ed elettronica). Le importazioni hanno avuto un andamento positivo rispetto al 2001, tuttavia la ripresa è ancora timida, nonostante sia sostenuta da una domanda interna robusta fondata sulla crescita degli investimenti e l'ampliamento delle scorte.

---

[8] Nel 1999 il 70% delle riserve ufficiali mondiali, il 36% del totale dei prestiti bancari internazionali e il 45% delle fatturazioni nel commercio internazionale erano denominate in dollari, contro rispettivamente l'11%, il 20% e 23-33% per l'euro. Tali proporzioni potrebbero aver subito nonché in futuro subire delle modifiche a favore dell'euro (stime della Commissione Europea, 2001).

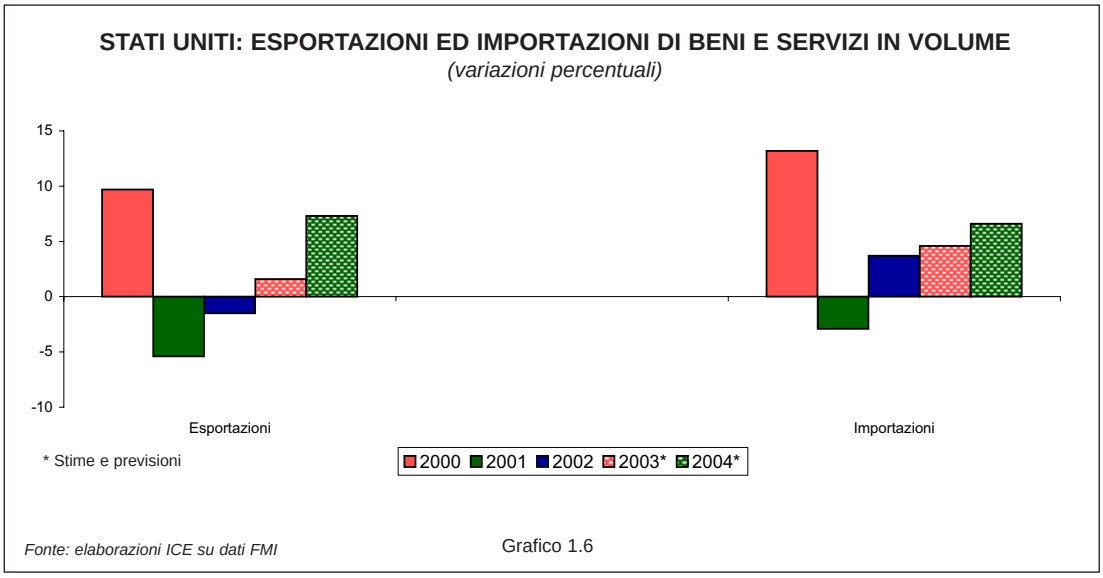


Grafico 1.6

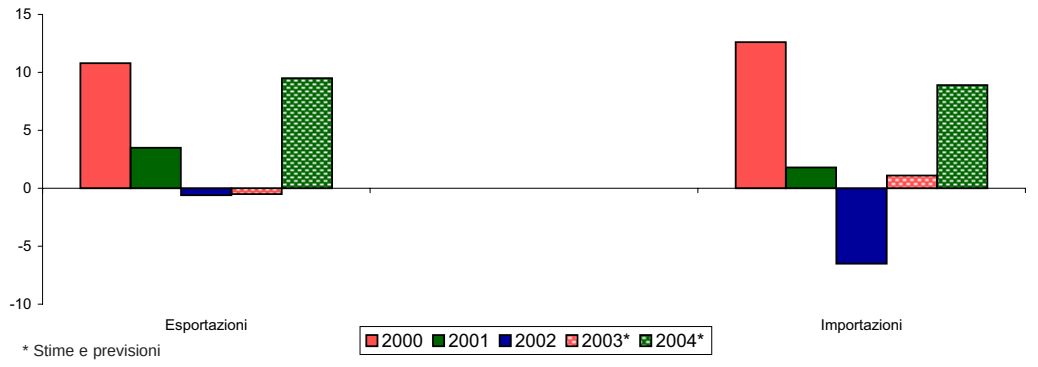
1.5 America centrale e meridionale

Mentre le esportazioni dell'area misurate in dollari hanno avuto un andamento positivo rispetto al calo subito nel 2001, soprattutto come effetto dell'aumento del prezzo delle materie prime, le importazioni hanno registrato un tracollo sia in valore che in volume, dovuto in gran parte alle ripercussioni delle crisi economico-politiche in Venezuela e Argentina, in particolare sui vicini del Mercosur. In *Brasile*, le esportazioni sono infatti aumentate verso tutti suoi i principali partner commerciali, eccetto l'Argentina, la cui importanza come mercato di sbocco si è più che dimezzata (da 8,6% a 3,9%); la crescita del valore complessivo delle vendite brasiliane all'estero è riconducibile all'incremento delle quotazioni di materie prime. Le importazioni si sono invece ridotte in maniera sostanziale da tutti i principali fornitori e soprattutto nei settori dei beni d'investimento e di alcune materie prime (meccanica strumentale, elettronica e materie prime energetiche e chimiche organiche). In *Argentina* la grave crisi politico-finanziaria ha determinato il persistente calo della domanda interna, che ha avuto l'effetto di contrarre notevolmente le importazioni (-55%), penalizzate anche dalla forte svalutazione della moneta locale; le esportazioni hanno invece subito un calo meno accentuato grazie alla migliorata competitività seguita all'abbandono del *currency-peg* al dollaro. Tra gli altri paesi del Mercosur, l'*Uruguay* è stato il paese che ha risentito maggiormente delle ripercussioni della crisi argentina, avendo una struttura commerciale concentrata sui due principali paesi del Mercosur. Anche il *Venezuela* ha sofferto di una crisi politico-finanziaria interna con effetti negativi sulla domanda di beni esteri; le entrate delle esportazioni sono invece state favorite dall'aumento del prezzo del petrolio. Il *Messico* ha potuto trarre vantaggio dall'andamento delle quotazioni petrolifere, ma rispetto agli altri paesi dell'area le sue esportazioni hanno ripreso a crescere soprattutto grazie alla ripresa della domanda statunitense, mercato che pesa per quasi il novanta percento sulle sue vendite all'estero. Anche le importazioni invertono la fase discendente dell'anno precedente, tuttavia

con una crescita misurata in dollari quasi nulla[9].

Le quotazioni delle materie prime hanno migliorato la ragione di scambio dei paesi dell'America latina, determinandone così, insieme al calo delle importazioni, una riduzione del disavanzo corrente, verificatosi per la prima volta nell'ultimo decennio. Ne è conseguita una diminuzione dei pagamenti per il servizio del debito in percentuale delle esportazioni, anche se ciò è ascrivibile soprattutto alla riduzione importante del valore dei pagamenti dovuto al default argentino (come risultato contabile del mancato pagamento). Il debito totale misurato in dollari rimane infatti sostanzialmente invariato (tavola 1.7 e grafici 1.8 e 1.9).

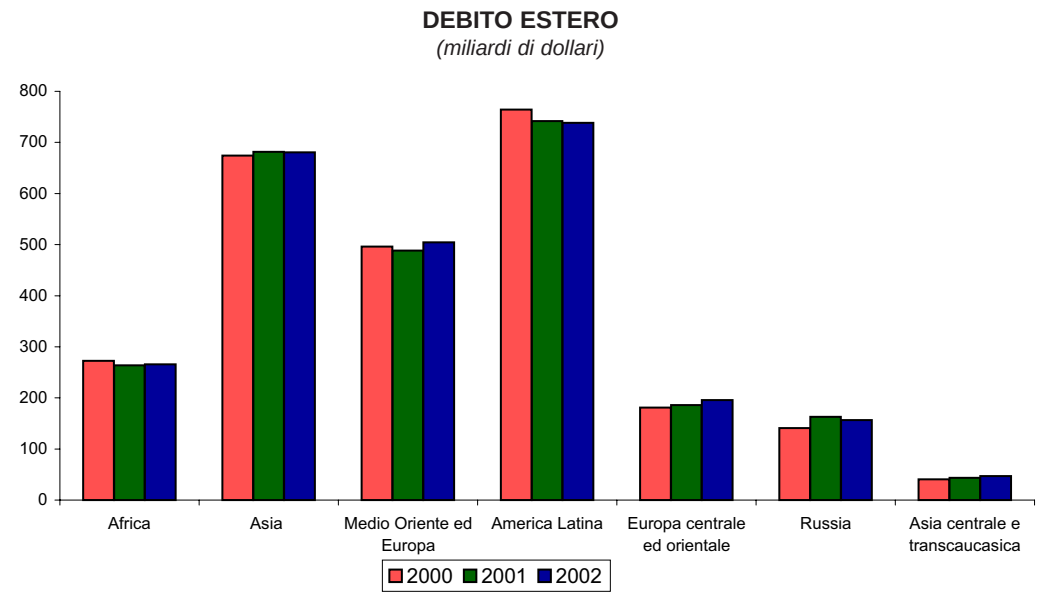
Per quanto riguarda gli IDE continua il trend negativo iniziato nel 2000 dopo una lunga fase di crescita dell'afflusso di investimenti. Nel 2002 il calo degli IDE è stato concentrato quasi esclusivamente in Messico, dove l'anno precedente vi era stata un'ingente acquisizione. Il Brasile sembra quindi riacquisire la posizione di maggior beneficiario di IDE della regione, soprattutto nel settore manifatturiero, mentre per l'Argentina, dopo il tracollo dei primi sei mesi dell'anno, la situazione potrebbe migliorare a seguito dell'applicazione dell'accordo tra la Petrobras brasiliana (del 2001) e la spagnola Repsol-YPF, nel quale quest'ultima avrebbe ceduto suoi possedimenti in Argentina in cambio dell'azienda petrolifera .



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

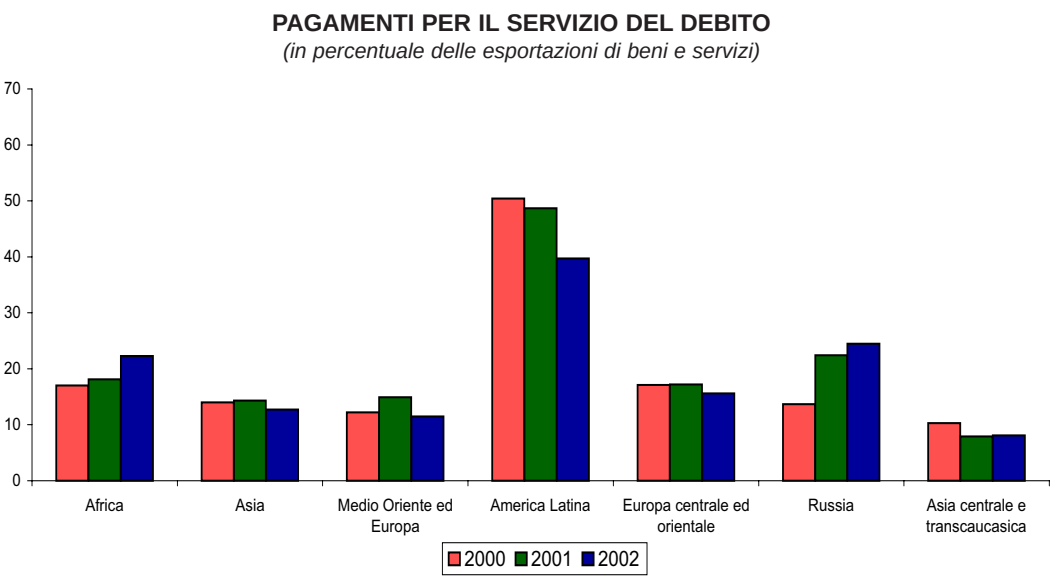
Grafico 1.7

[9] *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, volume 1, parte 1, tavole 1.2.1 e 1.2.4, Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) e Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), luglio 2003.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI, aprile 2002

Grafico 1.8



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI, aprile 2002

Grafico 1.9

SITUAZIONE DEBITORIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO E DEI PAESI IN TRANSIZIONE (1)

(valori in miliardi di dollari e in percentuale delle esportazioni di beni e servizi)

Aree e paesi	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003*	2004*
DEBITO ESTERO										
miliardi di dollari										
Paesi in via di sviluppo	**1.867**	**1.950**	**2.035**	**2.201**	**2.241**	**2.207**	**2.175**	**2.189**	**2.250**	**2.286**
AFRICA	300	298	289	289	287	272	264	266	268	263
ASIA	578	613	667	698	701	674	682	681	704	728
MEDIO ORIENTE E EUROPA	370	391	406	457	474	496	488	505	512	521
AMERICA LATINA	620	648	673	758	779	764	742	738	765	774
Paesi in transizione	**277**	**301**	**312**	**363**	**371**	**362**	**392**	**399**	**410**	**427**
EUROPA CENTRALE ED ORIENTALE	127	139	145	168	175	181	186	196	207	218
RUSSIA	128	136	135	158	155	141	163	157	155	158
ASIA CENTRALE E TRANSCAUCASICA	23	27	32	37	42	41	44	47	49	50
in percentuale delle esportazioni di beni e servizi										
Paesi in via di sviluppo	**182**	**170**	**162**	**189**	**178**	**143**	**144**	**136**	**126**	**122**
AFRICA	253	228	213	241	224	174	177	175	151	148
ASIA	127	121	118	129	121	96	98	87	81	77
MEDIO ORIENTE E EUROPA	177	164	161	214	192	150	154	158	137	147
AMERICA LATINA	252	236	224	258	256	213	213	212	209	199
Paesi in transizione	**107**	**106**	**106**	**126**	**133**	**107**	**110**	**103**	**92**	**92**
EUROPA CENTRALE ED ORIENTALE	102	103	99	106	113	106	100	94	87	85
RUSSIA	135	130	131	178	180	120	139	128	108	113
ASIA CENTRALE E TRANSCAUCASICA	58	60	69	92	108	82	83	82	77	77
PAGAMENTI PER IL SERVIZIO DEL DEBITO										
miliardi di dollari										
Paesi in via di sviluppo	**232**	**266**	**302**	**332**	**338**	**347**	**343**	**309**	**314**	**319**
AFRICA	27	28	27	27	26	27	27	34	27	25
ASIA	74	70	85	99	95	98	100	100	103	100
MEDIO ORIENTE E EUROPA	32	42	37	36	38	40	47	37	41	44
AMERICA LATINA	98	125	153	150	180	181	170	139	144	149
Paesi in transizione	**28**	**30**	**46**	**54**	**48**	**50**	**62**	**67**	**70**	**69**
EUROPA CENTRALE ED ORIENTALE	18	20	22	26	26	29	32	33	35	37
RUSSIA	6	7	21	24	17	16	26	30	30	27
ASIA CENTRALE E TRANSCAUCASICA	4	3	4	4	5	5	4	5	5	6
in percentuale delle esportazioni di beni e servizi										
Paesi in via di sviluppo	**23**	**23**	**24**	**27**	**27**	**22**	**23**	**19**	**18**	**17**
AFRICA	23	22	20	23	21	17	18	22	15	14
ASIA	16	14	15	18	16	14	14	13	12	11
MEDIO ORIENTE E EUROPA	15	18	15	17	15	12	15	12	11	13
AMERICA LATINA	40	46	51	51	59	50	49	40	39	38
Paesi in transizione	**11**	**11**	**15**	**19**	**17**	**15**	**18**	**17**	**16**	**15**
EUROPA CENTRALE ED ORIENTALE	14	15	15	16	17	17	17	16	15	14
RUSSIA	7	7	20	27	20	14	22	25	21	19
ASIA CENTRALE E TRANSCAUCASICA	9	7	8	11	14	10	8	8	8	9

* Stime e previsoni.

(1) Sono esclusi il debito ed il servizio del debito dovuti al FMI.

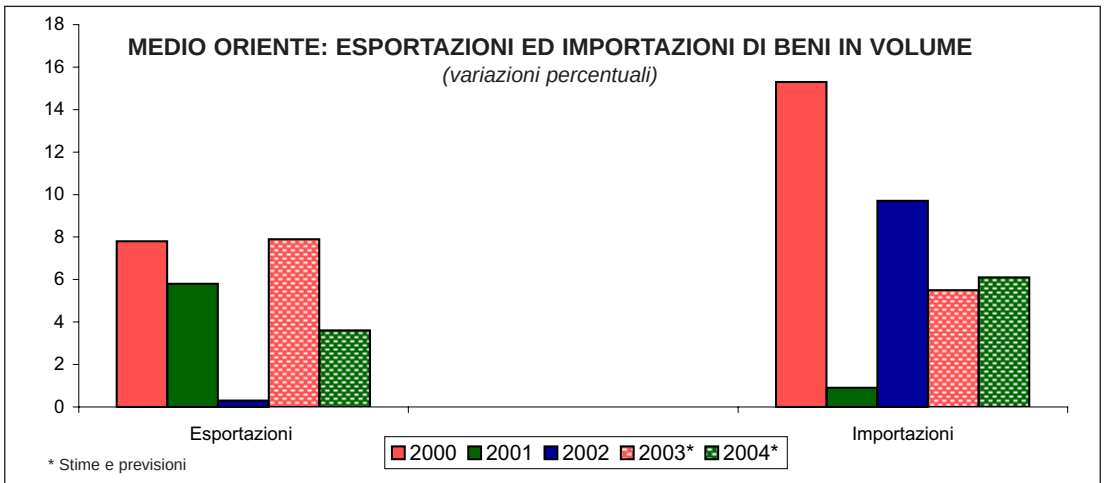
(2) Comprendono gli interessi sul debito totale e le rate di ammortamento del debito a lunga scadenza.

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI, aprile 2003

Tavola 1.7

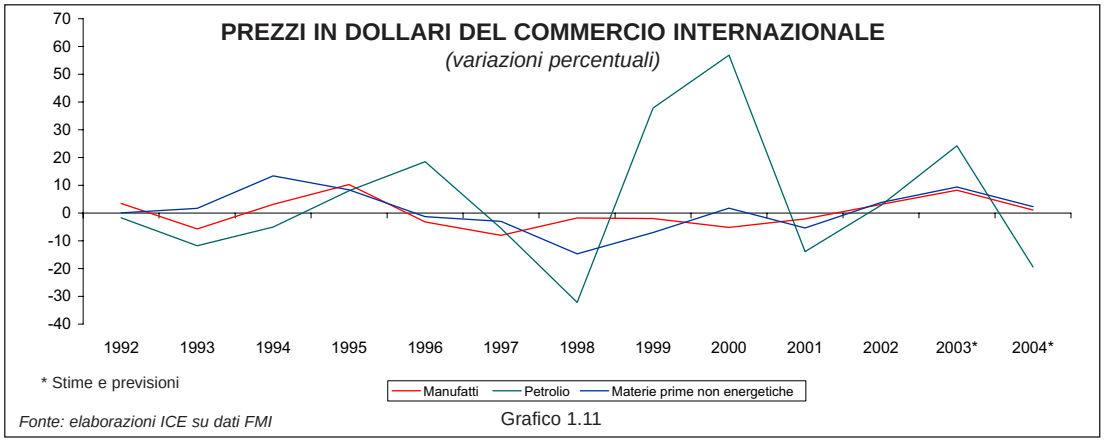
1.6 Medio Oriente[10]

L'area ha registrato una dinamica dell'interscambio in netto miglioramento rispetto al 2001, soprattutto per quanto riguarda le importazioni. Le esportazioni hanno invece mostrato una dinamica migliore solo se misurate in valore, grazie all'aumento del prezzo del petrolio. L'andamento degli acquisti dall'estero è stato favorito dal superamento della crisi in *Turchia* e dalla ripresa delle importazioni in *Egitto* e *Libia*; per gli ultimi due paesi la ripresa del prezzo delle materie prime energetiche e del turismo sono stati decisivi per il miglioramento congiunturale, mentre per la *Turchia* ha pesato soprattutto la ripresa della domanda interna. In questo paese continua anche il ciclo molto positivo delle vendite all'estero, nonostante la composizione settoriale e geografica relativamente svantaggiosa: con l'eccezione dei mezzi di trasporto la domanda mondiale nei suoi principali settori di specializzazione è diminuita, mentre in termini geografici la Turchia non si è orientata verso i mercati più dinamici. Sembra infatti essere stato decisivo l'impatto della migliorata competitività, dovuta al perdurare degli effetti della svalutazione della moneta nel 2001.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

Grafico 1.10



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

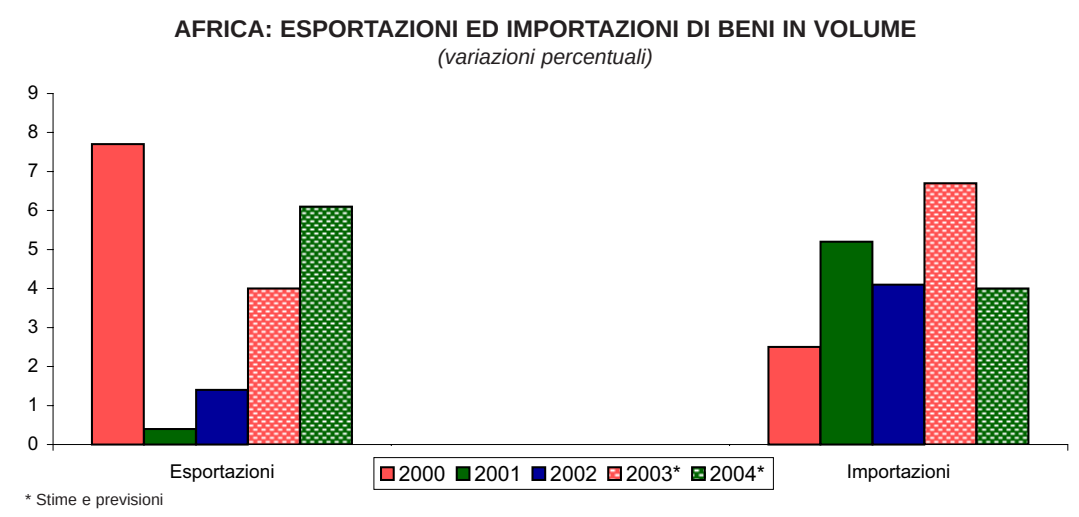
Grafico 1.11

[10] Ci si riferisce qui all'area Medio Oriente così come definita dal FMI e che comprende anche Turchia, Libia, Egitto e Malta. In altre parti di questa pubblicazione si fa invece riferimento alla geonomenclatura dell'ISTAT che esclude gli stessi paesi.

1.7 Africa[11]

Nel 2002 l'area ha avuto un andamento dell'interscambio, soprattutto se misurato in volume, meno dinamico nel confronto con le altre aree in via di sviluppo, ma in netto miglioramento rispetto al 2001. Le esportazioni sono state favorite dalla ripresa dei prezzi delle materie prime, petrolio incluso, che in quantità risultano infatti molto meno dinamiche che in valore. Le importazioni, cresciute in termini reali meno rispetto al 2001, hanno risentito dell'impatto che sul PIL hanno avuto la contrazione della produzione di petrolio e la siccità. L'andamento delle esportazioni in valore è stato migliore per l'Africa sub-Sahariana, segno della maggiore specializzazione in prodotti primari dei paesi dell'area rispetto a quelli del Nordafrica, che hanno infatti registrato una migliore dinamica delle vendite in volume; per le importazioni la differenza tra le due aree non è sostanziale.

La crescita del valore delle importazioni superiore a quella delle esportazioni ha provocato un aumento del disavanzo corrente aggregato dell'insieme dei paesi africani. Inoltre sono aumentati il debito estero e i pagamenti per il servizio del debito sia in termini assoluti che in percentuale delle esportazioni di beni e servizi; nell'ultimo caso per effetto di un peggioramento della dinamica delle esportazioni di servizi. A tale problematica situazione di conti con l'estero si aggiunge, nel 2002, un tracollo degli IDE verso l'Africa (da 17 a 6 miliardi di dollari), rispetto all'eccezionalità del 2001 (transazioni uniche di cui avevano beneficiato Marocco e Sudafrica).



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

Grafico 1.12

[11] Ci si riferisce qui all'area Africa così come definita dal FMI e che esclude Libia ed Egitto. In altre parti di questa pubblicazione si fa invece riferimento alla geonomenclatura dell'ISTAT che include gli stessi paesi.

1.8 Asia orientale

L'area nel suo insieme si presenta molto dinamica rispetto al contesto mondiale, grazie al focolaio di domanda della Cina e, nel 2002, anche delle NIEs, e alla derivante spinta dal commercio estero, data la forte integrazione intra-area. Tra le principali economie solo il *Giappone* si pone come eccezione in termini di domanda interna, mentre si posiziona bene per le sue vendite all'estero. Infatti le sue esportazioni crescono traendo vantaggio dagli incrementi degli acquisti nei paesi dell'area, NIEs e Cina in particolare. Aumenta soprattutto il valore delle vendite di autoveicoli, secondo settore d'importanza, avvantaggiate da una domanda mondiale dinamica; mentre l'elettronica, tradizionale settore di esportazione, continua a subire una domanda mondiale in calo, seppure di minore intensità rispetto al 2001. Insieme al miglioramento della competitività per il secondo anno consecutivo, le esportazioni giapponesi sono state sostenute dalla vigorosa domanda interna nelle economie emergenti dell'area, NIEs e Cina, e in particolare dalle componenti dei consumi privati e degli investimenti. Anche i dati in volume mostrano un andamento positivo per le esportazioni, che crescono più di quelle mondiali; per la prima volta in dieci anni il Giappone registra un guadagno di quota in termini reali. Le importazioni continuano, seppure con minore intensità, a diminuire da tutti i principali mercati, con l'eccezione della Cina, che in due anni ha guadagnato quattro punti percentuali sul mercato giapponese, superando gli Stati Uniti come primo fornitore; le importazioni diminuiscono in tutti i principali settori.

Le esportazioni delle *NIEs* crescono trainate in parte dalla Cina, in parte dal mercato statunitense o, nel caso della Corea del Sud e di Hong Kong, dalle stesse NIEs. Tutte e quattro le economie emergenti registrano un incremento delle vendite nei loro settori di specializzazione – elettronica e meccanica strumentale – nonostante il calo registrato dalla domanda mondiale negli stessi, grazie alla elevata integrazione intra-area. Le NIEs si riconfermano infatti – insieme alla Cina – come locomotiva dell'intera regione asiatica: la domanda interna cresce nella componente degli investimenti e le importazioni registrano un incremento nella meccanica strumentale e nell'elettronica, con l'eccezione dell'elettronica per la Corea del Sud. Giappone, Stati Uniti, Cina e le stesse NIEs rimangono i principali beneficiari della crescita di tali mercati. Le NIEs riprendono a guadagnare quota sia sulle esportazioni che sulle importazioni mondiali dopo le interruzioni della crisi asiatica nel 1998 e del tracollo della domanda mondiale di prodotti ICT nel 2001.

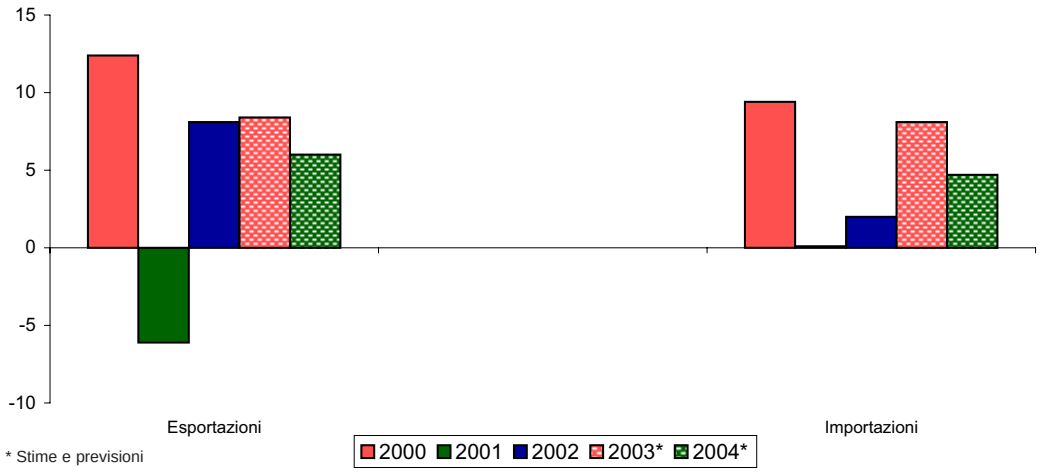
Le esportazioni della *Cina* sono aumentate di più del 17%, per effetto di incrementi a tassi a due cifre in quasi tutti mercati; fa eccezione il Giappone, dove hanno registrato un incremento inferiore. Tra i settori più importanti crescono soprattutto le esportazioni nella meccanica strumentale e nell'elettronica. Data la loro domanda mondiale in calo, le vendite cinesi sono state favorite dall'elevata integrazione intra-area: l'Asia orientale ha rappresentato nel 2002 una delle aree più dinamiche nel contesto mondiale. Le importazioni cinesi, trainate dalla crescita della domanda interna, e in particolare dalle componenti dei consumi pubblici e degli investimenti, mostrano un andamento simile a quello delle esportazioni, sia per quanto riguarda la composizione settoriale che quella geografica. Anche nel 2002 la Cina continua la sua ormai decennale fase di crescita delle quote in volume e in valore sulle importazioni ed esportazioni mondiali.

La Cina emerge anche in termini di internazionalizzazione produttiva attenuando il trend complessivo negativo dell'area[12]. L'Unctad stima infatti un calo, anche se

[12] I dati sugli IDE disponibili si riferiscono all'Asia ed includono quindi anche i paesi dell'Asia centrale e meridionale oltre a quelli dell'Asia orientale.

minore rispetto a quello del 2001 (12% contro il 24%), degli IDE verso l'Asia, inclusa quella centro-meridionale, quale risultato della riduzione degli IDE degli Stati Uniti e dell'Europa. La Cina continua il trend crescente con un afflusso di IDE nel 2002 di circa 50 miliardi di dollari, divenendo principale beneficiario su scala mondiale. Trainati dai processi di liberalizzazione e di ristrutturazione industriale legati all'accessione all'OMC, gli IDE sono aumentati soprattutto nei settori della media e alta tecnologia e dei servizi. All'interno dell'Asia il maggiore afflusso di investimenti produttivi verso la Cina, l'India, la Malesia e le Filippine, non ha potuto compensare il calo registrato in Tailandia, Taiwan, Corea del Sud e Hong Kong.

GIAPPONE: ESPORTAZIONI ED IMPORTAZIONI DI BENI E SERVIZI IN VOLUME
(variazioni percentuali)

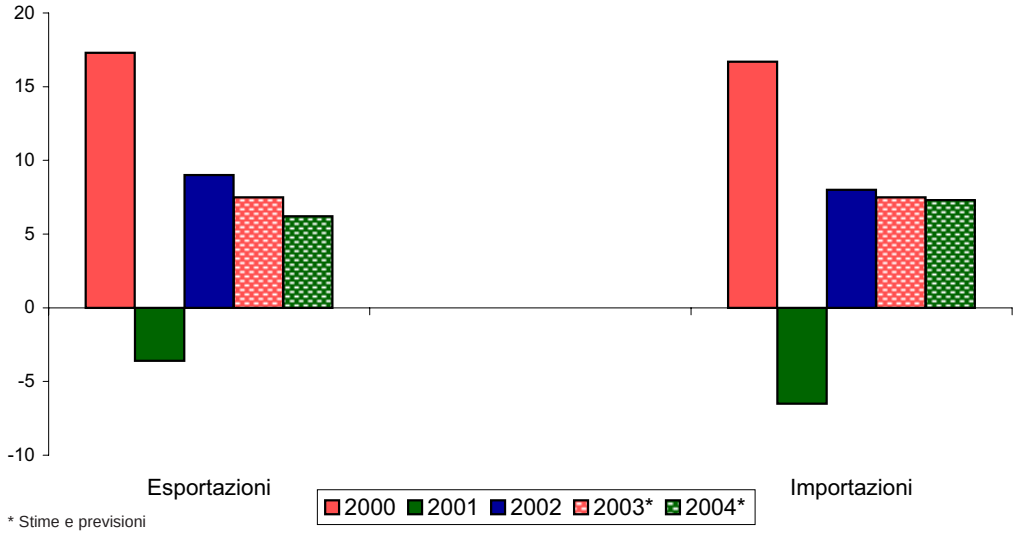


* Stime e previsioni

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

Grafico 1.13

NIEs: ESPORTAZIONI DI BENI E SERVIZI IN VOLUME
(variazioni percentuali)



* Stime e previsioni

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

Grafico 1.14

1.9 Asia centrale e meridionale

In *India* le esportazioni, che contano per più della metà di quelle dell'area, sono cresciute ad un tasso molto sostenuto per effetto della crescita in tutti i suoi principali mercati di sbocco, tra cui soprattutto gli Stati Uniti, dove, dopo la battuta d'arresto del 2001, hanno ripreso a crescere le vendite di prodotti indiani. Buona parte dell'incremento delle esportazioni è riconducibile al settore delle pietre preziose. Le importazioni hanno avuto un andamento altrettanto sostenuto grazie ad una crescita della domanda interna, in particolare nella componente degli investimenti, che ha compensato il negativo andamento nell'ultimo periodo del 2002 del settore agricolo (25% del PIL) colpito dalla siccità; in particolare aumentano gli acquisti di macchinari, oltre che di materie prime energetiche, in controtendenza alla loro domanda mondiale.

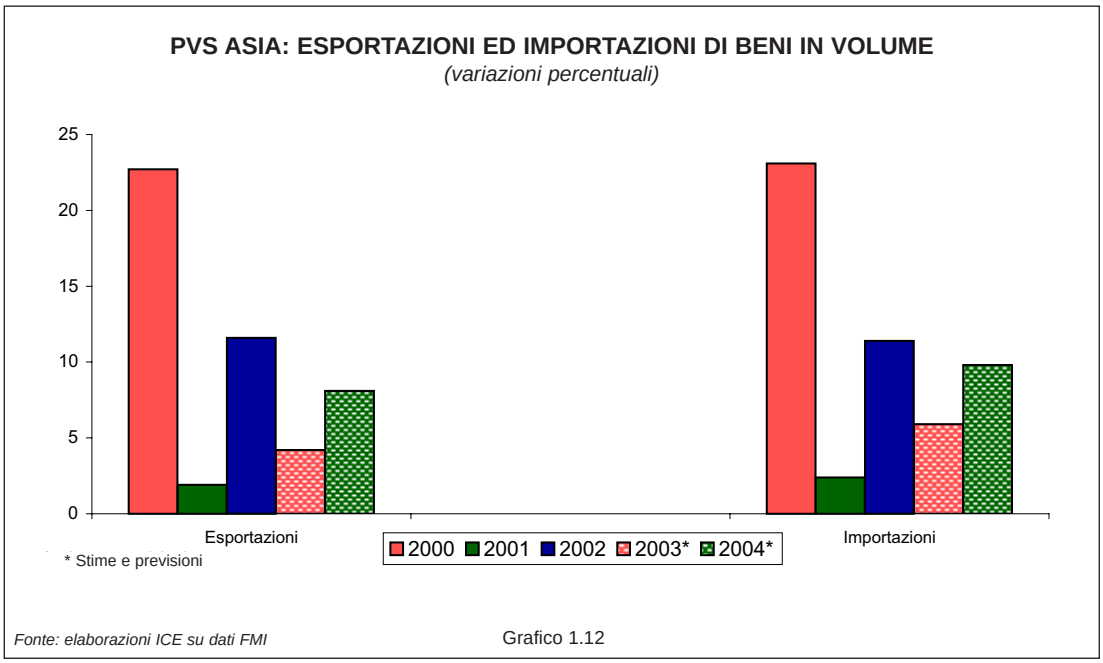
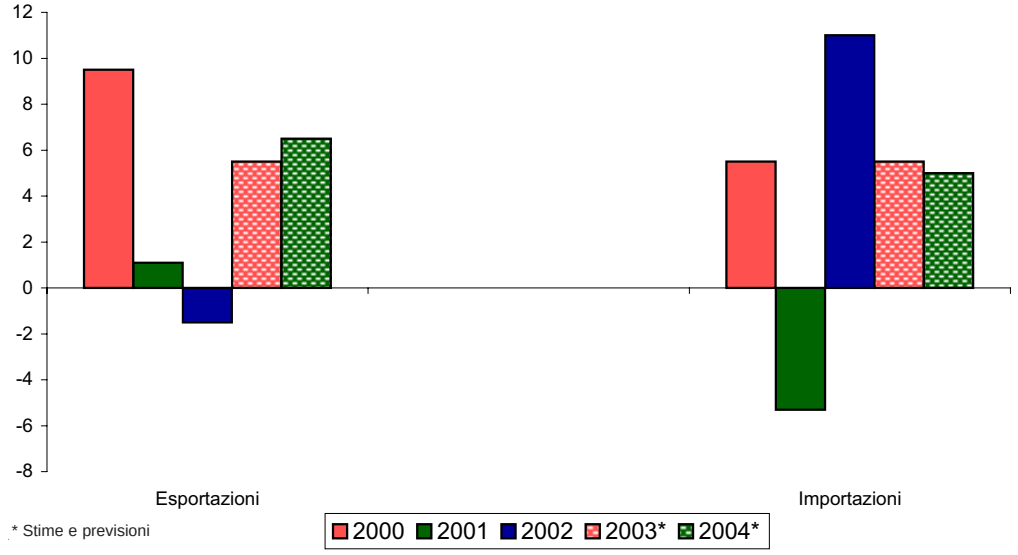


Grafico 1.12

1.10 Oceania

In *Australia* sono aumentate lievemente le esportazioni in dollari, grazie all'incremento verso i principali mercati (eccetto il Giappone), tra cui Stati Uniti, Corea del Sud, Cina e Regno Unito e all'incremento dei prezzi delle materie prime. La domanda di beni esteri è stata invece molto vivace, sostenuta dalla meccanica strumentale e dai mezzi di trasporto. Anche la *Nuova Zelanda* vede un incremento delle esportazioni minore rispetto alle importazioni; le prime favorite dall'andamento dei prezzi, mentre i maggiori acquisti dall'estero hanno riguardato soprattutto la domanda di mezzi di trasporto e di beni d'investimento.

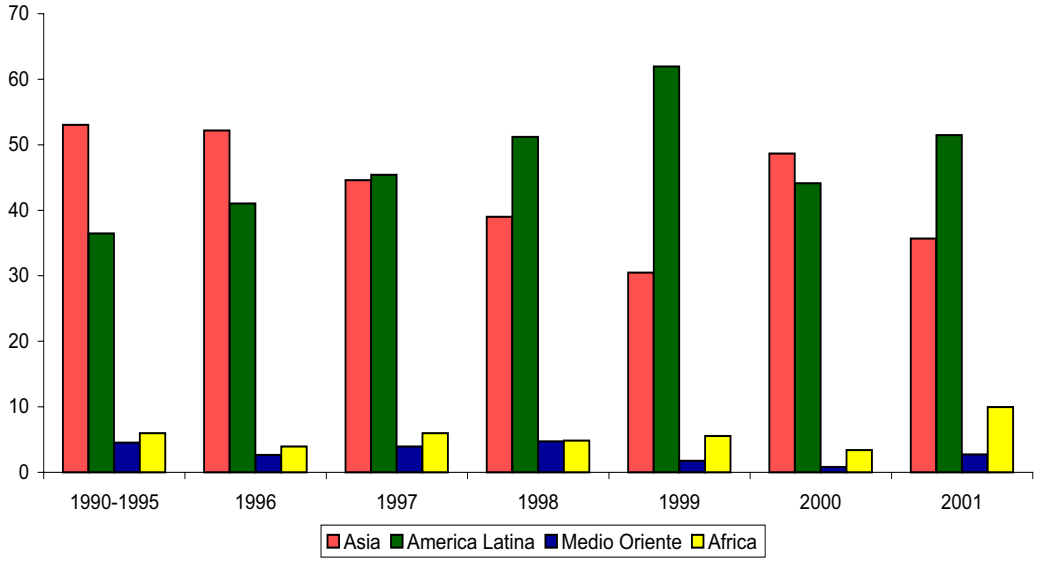
AUSTRALIA: ESPORTAZIONI ED IMPORTAZIONI DI BENI E SERVIZI IN VOLUME
(variazioni percentuali)



Fonte: elaborazioni ICE su dati Commissione Europea

Grafico 1.16

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI INVESTIMENTI DIRETTI NETTI IN ENTRATA NEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO
(percentuale sul totale dell'area)



Fonte: elaborazioni ICE su dati Unctad

Grafico 1.17

ESPORTAZIONI MONDIALI DI MERCI E SERVIZI
(miliardi di dollari e variazioni percentuali)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Merci	3.640	3.629	4.111	4.921	5.182	5.369	5.283	5.547	6.434	6.177	6.424
var. %	7,1	-0,3	13,3	19,7	5,3	3,6	-1,6	5,0	16,0	-4,0	4,0
Servizi commerciali	927	945	1.041	1.195	1.277	1.327	1.339	1.372	1.480	1.465	1.538
var. %	11,8	1,9	10,2	14,8	6,9	3,9	0,9	2,5	7,8	-1,0	5,0
Totale	**4.567**	**4.574**	**5.152**	**6.116**	**6.459**	**6.696**	**6.622**	**6.919**	**7.914**	**7.642**	**7.962**
var. %	8,0	0,2	12,7	18,7	5,6	3,7	-1,1	4,5	14,4	-3,4	4,2

Fonte: elaborazioni ICE su dati OMC

Tavola 1.8

I PRIMI VENTI ESPORTATORI MONDIALI DI SERVIZI COMMERCIALI
(miliardi di dollari)

Graduatoria 2002	Paesi	valori 2002	quote % 2002	var. % 2001-2002	valori 2001	quote% 2001
1	Stati Uniti	268	17,4	3	260	17,8
2	Regno Unito	121	7,9	10	110	7,5
3	Germania	95	6,2	14	83	5,7
4	Francia	84	5,5	5	80	5,5
5	Giappone	65	4,2	2	63	4,3
6	Spagna	61	4,0	6	58	3,9
7	Italia	59	3,8	3	57	3,9
8	Paesi Bassi	55	3,6	5	52	3,6
9	Belgio-Lussemburgo	53	3,5	9	49	3,3
10	Hong Kong	44	2,9	6	42	2,8
11	Cina	37	2,4	….	31	2,1
12	Canada	36	2,4	2	35	2,4
13	Austria	36	2,3	11	33	2,2
14	Corea del Sud	29	1,9	-1	30	2,0
15	Svizzera	27	1,8	5	26	1,8
16	Singapore	27	1,8	3	26	1,8
17	Danimarca	27	1,7	0	27	1,8
18	Irlanda	26	1,7	31	20	1,4
19	Svezia	22	1,4	1	22	1,5
20	Taiwan	21	1,4	10	19	1,3
	Somma dei 20 paesi	1.194	78	6	1.123	77
	Mondo	**1.540**	**100,0**	**5**	**1.463**	**100,0**

Fonte: elaborazioni ICE su dati OMC

Tavola 1.9

I PRIMI VENTI IMPORTATORI MONDIALI DI SERVIZI COMMERCIALI
(miliardi di dollari)

Graduatoria 2002	Paesi	valori 2002	quote % 2002	var. % 2001-2002	valori 2001	quote% 2001
1	Stati Uniti	218	14,4	13	193	13,4
2	Germania	143	9,4	4	137	9,5
3	Giappone	105	6,9	-2	107	7,4
4	Regno Unito	98	6,4	6	92	6,4
5	Francia	64	4,2	4	62	4,3
6	Italia	62	4,1	11	56	3,8
7	Paesi Bassi	56	3,7	5	53	3,7
8	Belgio-Lussemburgo	48	3,2	12	43	3,0
9	Cina	44	2,9	….	36	2,5
10	Canada	42	2,7	0	42	2,9
11	Irlanda	39	2,6	12	35	2,4
12	Spagna	36	2,4	9	33	2,3
13	Corea del Sud	34	2,2	2	33	2,3
14	Austria	34	2,2	8	31	2,2
15	Danimarca	25	1,6	5	23	1,6
16	Taiwan	24	1,6	3	24	1,6
17	Hong Kong	24	1,6	-2	24	1,7
18	Svezia	23	1,5	1	23	1,6
19	Russia	21	1,4	13	18	1,3
20	Singapore	21	1,4	1	20	1,4
	Somma dei 20 paesi	1.160	76	7	1.087	75
	Mondo	**1.520**	**100,0**	**5**	**1.444**	**100,0**

Fonte: elaborazioni ICE su dati OMC

Tavola 1.10

GLI EFFETTI DELLA CRESCENTE INTEGRAZIONE INTERNAZIONALE SUL MERCATO DEL LAVORO

*di Giovanni S. F. Bruno, Anna M. Falzoni e Rodolfo Helg**

1. Introduzione

L'impatto del commercio internazionale su salari ed occupazione è un tema vivacemente dibattuto. La crescita simultanea delle importazioni di manufatti e delle disuguaglianze salariali e dei tassi di disoccupazione, rispettivamente negli Stati Uniti e in Europa, ha stimolato una ricca produzione di lavori empirici sull'esistenza di un nesso di causalità tra i due fenomeni.[1] *La maggior parte delle analisi ha adottato o l'approccio "factor-content", che mette in relazione i valori dei differenziali salariali con i dati del contenuto fattoriale del commercio, o l'approccio basato sulle variazioni dei prezzi dei beni, che analizza gli effetti di prezzo indotti dal commercio internazionale. In generale, la tesi prevalente tra gli economisti sembra essere che il commercio internazionale non sia la causa principale del deterioramento delle condizioni dei lavoratori, in particolare di quelli non qualificati; un ruolo importante sarebbe infatti svolto dal progresso tecnologico. Tuttavia, contributi recenti hanno messo in discussione questa tesi ed hanno riportato in primo piano il ruolo del commercio internazionale, in particolare degli scambi internazionali di beni intermedi, generati dal crescente processo di frammentazione internazionale della produzione. Il commercio internazionale di input intermedi infatti esercita sulla domanda di lavoro effetti analoghi a quelli dello "skill-biased technical change": entrambi riducono la domanda di attività intensive in lavoro non qualificato e aumentano la domanda ed i salari dei lavoratori qualificati (Feenstra ed Hanson, 2001).*

L'impatto del commercio internazionale sul mercato del lavoro non si esaurisce però nei potenziali effetti diretti esercitati su salari e occupazione. Ci possono essere anche altri canali attraverso i quali la globalizzazione influenza le condizioni dei lavoratori. Uno di questi è l'effetto sull'elasticità della domanda di lavoro ed è su questo aspetto che si concentra questo contributo. Dani Rodrik, nel suo libro "Has globalisation gone too far?" (1997), è stato tra i primi ad enfatizzare il possibile legame tra grado di apertura internazionale ed elasticità della domanda di lavoro e ha suggerito che una maggiore flessibilità della domanda di lavoro in risposta a mutamenti nei salari può essere una diretta conseguenza della crescente integrazione internazionale, indipendentemente dall'identità dei partner commerciali. In quest'ottica quindi non è solo la competizione delle importazioni a basso costo provenienti dai paesi in via di sviluppo ad incidere sulle condizioni del mercato del lavoro dei paesi avanzati, ma in generale l'aumento di competizione, attuale e potenziale, proveniente dalle imprese estere in un contesto dove le principali barriere commerciali vengono progressivamente eliminate.

---

* G. Bruno (Università Bocconi), A.M. Falzoni (Università degli Studi di Bergamo e CESPRI-Università Bocconi), R. Helg (Università Cattaneo-LIUC e CESPRI-Università Bocconi).

[1] Tra i numerosi lavori di rassegna sull'argomento, si veda ad esempio Greenaway e Nelson (2001) e Feenstra ed Hanson (2001).

2. Gli effetti della globalizzazione sull'elasticità della domanda di lavoro

In che modo l'apertura internazionale può incidere sull'elasticità della domanda di lavoro? L'elasticità totale della domanda di lavoro a variazioni del salario può essere scomposta in due componenti (Hamermesh, 1993): a) un effetto di scala, che spiega la variazione nei livelli di occupazione derivante dalla variazione, indotta dal mutamento del salario, nell'output domandato; e b) un effetto di sostituzione, che spiega la variazione nell'occupazione dovuta alla sostituzione del lavoro con altri input, mantenendo l'output costante. In questo contesto, il commercio internazionale può teoricamente influenzare l'elasticità della domanda di lavoro attraverso entrambi i canali: attraverso l'effetto di scala derivante dalla crescente competizione sul mercato del prodotto finale e/o attraverso l'effetto di sostituzione. Grazie alla maggior apertura internazionale, le imprese possono infatti impiegare una più ampia varietà di beni intermedi e di beni capitali, prodotti sia domesticamente che all'estero, e potenzialmente sostituire direttamente fattori produttivi domestici con fattori produttivi esteri attraverso la delocalizzazione della produzione e/o l'outsourcing internazionale. Inoltre, una maggiore "familiarità" con il mercato internazionale può espandere le possibilità di business e facilitare le transazioni internazionali (Rauch e Trindade, 2002). In aggiunta, il commercio internazionale può costituire un veicolo per il trasferimento tecnologico, sia attraverso l'importazione di beni che incorporano le conoscenze tecnologiche prodotte all'estero, sia attraverso l'acquisizione di informazioni utili che sarebbe stato costoso ottenere in altre condizioni (Coe ed Helpman, 1995). Tutti questi fattori possono contribuire ad espandere le opportunità tecnologiche e di crescita delle quote di mercato dell'impresa, incrementando non solo la sostituibilità tra fattori della produzione, ma anche l'efficienza tecnica.

Alcuni lavori empirici recenti hanno cercato di verificare la validità dell'ipotesi formulata da Rodrik, specificamente per quanto riguarda l'esistenza dell'effetto di sostituzione. Slaughter (2001), adottando un approccio a due stadi con un panel settoriale relativo agli Stati Uniti, ha trovato risultati non univoci. Nel primo stadio, Slaughter stima, per il periodo 1961-1991, l'elasticità della domanda di lavoro qualificato e non qualificato, verificando che, mentre la seconda ha mostrato un andamento crescente per il manifatturiero nel suo complesso e nella maggior parte dei singoli settori, ciò non è avvenuto per la prima. Nel secondo stadio, Slaughter regredisce le elasticità stimate su un gruppo di indicatori di apertura internazionale e su delle dummy temporali e trova coefficienti significativi solo per le dummy. Il tempo risulta quindi la variabile esplicativa più importante.

Applicando all'Italia una metodologia simile, per il periodo 1985-1995, Faini et al. (1999) trovano parziale supporto all'ipotesi che una maggiore integrazione internazionale sia associata a una crescente elasticità della domanda di lavoro. In particolare, i coefficienti di correlazione tra le elasticità settoriali stimate e le diverse misure di globalizzazione sono più elevati e più significativi quando la globalizzazione è misurata con la quota degli occupati nelle filiali estere di multinazionali italiane piuttosto che con il grado di apertura internazionale.

Alcuni risultati in questo filone di indagine empirica sono stati forniti anche per il Regno Unito. Greenaway et al. (1999) cercano di analizzare l'impatto che il commercio internazionale può esercitare sull'occupazione attraverso modificazioni della produttività. Adottando un approccio dinamico, mostrano che un incremento dei volumi di commercio internazionale causa una riduzione nel livello della domanda derivata di lavoro, coerentemente con l'idea che una maggiore apertura internazionale stimola un miglioramento dell'efficienza con cui il fattore lavoro è impiegato nell'impresa. Greenaway et al. tentano anche di verificare l'impatto della crescita dei volumi di

commercio internazionale sull'inclinazione della domanda di lavoro derivata (quindi sull'elasticità di sostituzione) includendo un termine di interazione tra salario ed importazione ed esportazioni. Il segno trovato testimonierebbe un aumento dell'elasticità, tuttavia l'effetto non risulta statisticamente significativo.[2]

L'esperienza di radicali modificazioni dei regimi commerciali di numerosi paesi in via di sviluppo può essere pensata come il contesto appropriato per studiare la relazione che lega apertura internazionale ed elasticità della domanda di lavoro. Questo approccio è stato adottato da Krishna et al. (2001) e da Fajnzylber e Maloney (2001), rispettivamente per studiare il caso della liberalizzazione commerciale in Turchia e in Cile, Colombia e Messico. In entrambi i lavori, usando dati a livello d'impianto, non viene trovato supporto all'ipotesi che la domanda di lavoro diventi più elastica in risposta alla liberalizzazione degli scambi internazionali.

3. Globalizzazione ed elasticità della domanda di lavoro in alcuni paesi OCSE

Come evidenziato nel paragrafo precedente, i lavori empirici che hanno cercato con diverse metodologie di verificare la validità dell'ipotesi di Rodrik non raggiungono risultati univoci. D'altra parte, anche dal punto di vista teorico, Panagariya (1999) mostra come l'ipotesi di un impatto positivo della globalizzazione sull'elasticità della domanda di lavoro non è un risultato generale e la sua validità va quindi determinata empiricamente.

In questo paragrafo vengono sintetizzati i principali risultati del lavoro empirico presentato in Bruno, Falzoni, Helg (2003) (d'ora in poi BFH) dove, per i principali paesi OCSE, viene stimato l'impatto della globalizzazione sulla elasticità della domanda di lavoro, adottando un modello unitario che generalizza gli approcci empirici dei contributi precedenti. L'attenzione si focalizza sulla stima dell'elasticità della domanda di lavoro ad output costante, quindi sull'effetto di sostituzione.[3]

L'aspetto che caratterizza il modello è rappresentato dall'inserimento di una variabile di globalizzazione, a misurare l'intensità del processo di integrazione internazionale che coinvolge l'impresa. La variabile di globalizzazione è inclusa nell'equazione della domanda di lavoro sia interagita col salario – andando quindi ad incidere sulla inclinazione della domanda di lavoro -, sia isolatamente – agendo sulla posizione della domanda di lavoro. Il modello è stimato per 7 paesi OCSE: Stati Uniti, Giappone, Regno Unito, Francia, Italia, Svezia e Spagna, utilizzando per ciascun paese un panel di circa 40 settori manifatturieri per il periodo 1970-1996.[4] *Per tenere conto dell'esistenza di costi di aggiustamento è stata stimata una specificazione dinamica del modello. Infine, per evitare che la stima sia distorta dalla presenza dell'effetto del progresso tecnologico, è stato incluso un trend temporale sia interagito con il salario, per verificarne l'impatto sull'elasticità della domanda di lavoro, sia isolatamente, per studiarne l'effetto diretto sui livelli occupazionali.*

---

[2] Sempre per il Regno Unito, in Fabbri, Haskel e Slaughter (2003) viene fornita evidenza di una elasticità della domanda di lavoro crescente sia per il lavoro qualificato che per quello non qualificato, tuttavia la correlazione con la globalizzazione in termini di IDE in entrata viene solo discussa e non verificata empiricamente.

[3] Si rimanda a Bruno, Falzoni, Helg (2003) per i dettagli del modello teorico da cui è derivata l'equazione della domanda di lavoro stimata e per un'accurata descrizione della metodologia econometrica adottata.

[4] La fonte dei dati è il database STAN dell'OCSE. La classificazione settoriale utilizzata è la ISIC Revision 2.

La specificazione della domanda di lavoro stimata in BFH è la seguente:

$$\ln l = (\beta_w + \beta_{wg} \ln g + \beta_{wt} \ln t) \ln w + \beta_y \ln y + \beta_g \ln g + \beta_t \ln t + u + \varepsilon$$

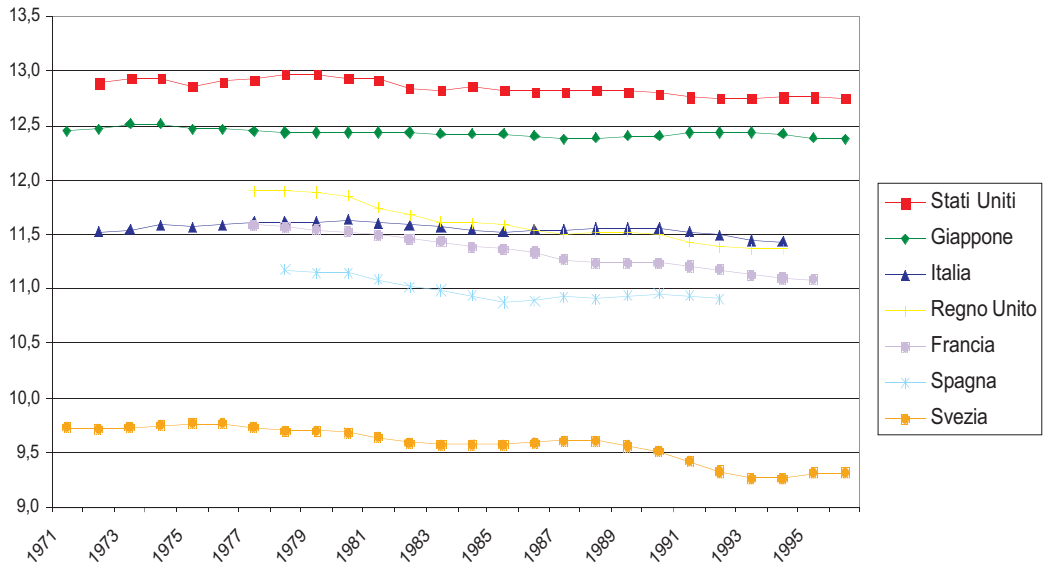
dove l sono gli occupati, w è il salario relativo[5]*, y è l'output (misurato dal valore aggiunto a prezzi 1990), t è il trend temporale. La variabile di globalizzazione è g ed è misurata dal rapporto tra importazioni e valore aggiunto. In questo modo viene focalizzata l'attenzione sul possibile ruolo della frammentazione internazionale della produzione e del peso crescente di input e beni importati.*[6] *I parametri* β_g *e* β_t *misurano l'impatto rispettivamente di g e di t sulla posizione della domanda di lavoro, quindi sui livelli occupazionali, mentre* β_{wg} *e* β_{wt} *misurano l'impatto sull'elasticità della domanda di lavoro, che è data dalla seguente espressione:*

$$\varepsilon_{lw} \equiv \frac{\partial \ln l}{\partial \ln w} = \beta_w + \beta_{wg} \ln g + \beta_{wt} \ln t$$

È quindi possibile ottenere una stima dell'elasticità, sia di breve che di lungo periodo, della domanda di lavoro e studiare come quest'ultima sia influenzata dal grado di integrazione internazionale, misurato da g, e dal progresso tecnologico, approssimato dal trend temporale t.

I Grafici 1 e 2 mostrano l'andamento, per il complesso del settore manifatturiero, delle variabili rilevanti della nostra analisi: occupazione e globalizzazione. Seppure con diversa intensità, tutti i paesi sono caratterizzati da una diminuzione dei

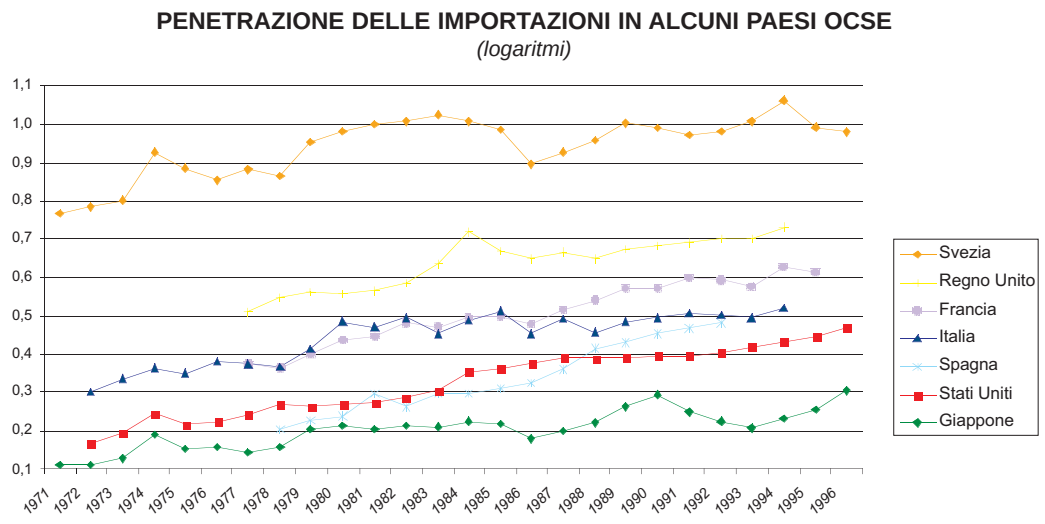
ANDAMENTO DELL'OCCUPAZIONE MANIFATTURIERA IN ALCUNI PAESI OCSE
(logaritmi)



Fonte: Bruno, Falzoni, Helg (2003). Elaborazioni si dati OCSE

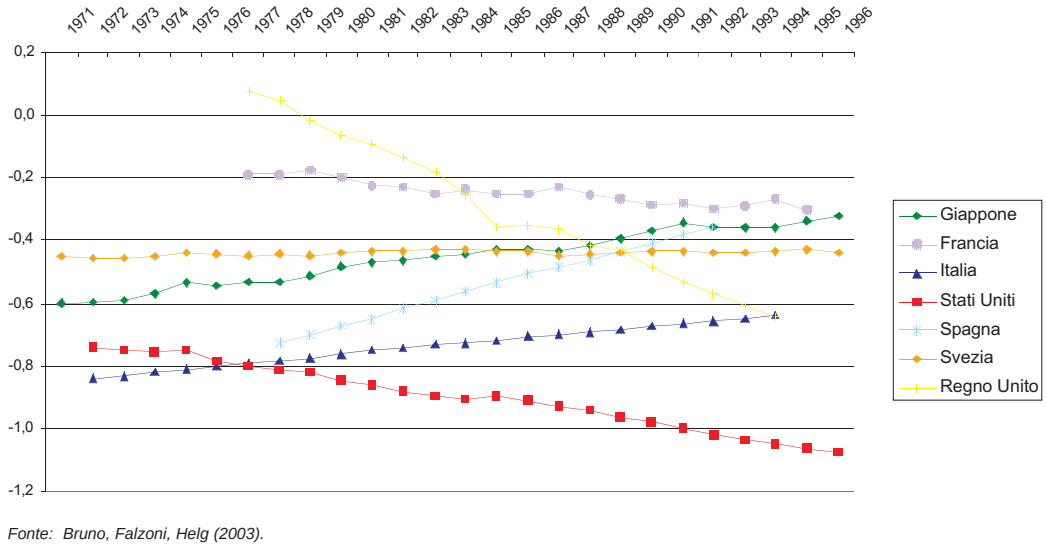
Grafico 1

[5] Il salario relativo w è dato dal rapporto tra il salario medio settoriale ed il costo del capitale approssimato dal deflatore del valore aggiunto.
[6] In BFH viene presentata anche una differente specificazione che utilizza una diversa misura di globalizzazione: il grado di apertura, dato dalla somma di importazioni ed esportazioni su valore aggiunto.



Fonte: Bruno, Falzoni, Helg (2003). Elaborazioni si dati OCSE
La penetrazione delle importazioni è data dal rapporto tra importazioni e valore aggiunto

Grafico 2



Fonte: Bruno, Falzoni, Helg (2003).

Grafico 3

livelli occupazionali e da una crescita della penetrazione delle importazioni. Se l'ipotesi di Rodrik fosse verificata, dovremmo aspettarci in tutti i paesi considerati una crescita dell'elasticità della domanda di lavoro e dovremmo poter dimostrare che questa crescita è spiegata dall'aumento della globalizzazione. In realtà, il Grafico 3, che mostra l'andamento nel tempo dell'elasticità stimata di lungo periodo della domanda di lavoro, evidenzia andamenti piuttosto differenziati tra i paesi. Sostanzialmente si possono individuare tre gruppi di paesi: Regno Unito, Stati Uniti e (parzialmente) Francia mostrano valori dell'elasticità crescenti (in valore assoluto); Giappone, Spagna e Italia hanno invece un'elasticità decrescente. La Svezia mostra un andamento stazionario. Non sembra quindi trovare riscontro la tesi - spes-

so assunta come un dato di fatto nel dibattito corrente - che l'elasticità della domanda di lavoro sia andata aumentando negli ultimi decenni. I nostri risultati mostrano un panorama piuttosto composito, nel quale il diverso andamento dell'elasticità non sembra essere facilmente associabile a fattori esogeni che differenziano i paesi (quali i diversi assetti istituzionali del mercato del lavoro, ecc.). Inoltre, solo per Regno Unito, Stati Uniti e Francia si evidenziano valori crescenti dell'elasticità. Possiamo affermare che è la globalizzazione a determinare questo andamento?

L'espressione dell'elasticità della domanda di lavoro precedentemente specificata, isolando l'impatto della globalizzazione e quello del progresso tecnologico, permette di stimare il contributo specifico di questi fattori. Soltanto per Regno Unito e Francia, le stime in BFH mostrano un segno negativo e significativo per il coefficiente β_{wg}*, ad indicare un contributo della penetrazione delle importazioni all'aumento dell'elasticità della domanda di lavoro. Nel caso degli Stati Uniti, il segno di* β_{wg} *è positivo e significativo e l'aumento dell'elasticità della domanda di lavoro è in realtà determinato dal trend, che entra con segno negativo e significativo (a differenza degli altri due paesi dove* β_{wt} *non è significativo). Sembrerebbe quindi che, mentre per Regno Unito e Francia la crescente integrazione internazionale ha reso più reattiva a mutamenti del salario la domanda di lavoro, nel caso degli Stati Uniti fattori esogeni approssimati dal trend (tra i quali il progresso tecnologico) sono la causa principale dell'aumento dell'elasticità, mentre la globalizzazione di per sé avrebbe mediamente reso più rigida la domanda di lavoro. Questo risultato per gli Stati Uniti è abbastanza in linea con quanto mostrato in Slaughter (2001).*

Nel caso dell'Italia, la variabile di globalizzazione non risulta significativa (come pure il trend temporale). Non sembra quindi che la crescente penetrazione delle importazioni abbia indotto un aumento dell'elasticità della domanda di lavoro.

Riferimenti bibliografici

Bruno G., A.M. Falzoni, R. Helg (2003), Measuring the effect of globalization on labour demand elasticity: An empirical application to OECD countries, Working Paper CESPRI, in corso di pubblicazione.

Coe, D., E. Helpman, (1995), International R&D spillovers, European Economic Review, 39, 859-87.

Fabbri F., J.E. Haskel, M.J. Slaughter (2003), Does nationality of ownership matter for labour demands?, Journal of the European Economics Association, in corso di pubblicazione.

Faini, R., A.M. Falzoni, M. Galeotti, R. Helg, A. Turrini, (1999), Importing jobs and exporting firms? On the wage and employment implications of Italian trade and foreign direct investment flows, Giornale degli Economisti ed Annali di Economia, 58 (1), 95-135.

Fajnzylber, P., W. Maloney, (2001), Labour demand and trade reform in Latin America, World Bank Working Paper No. 2491, January.

Feenstra, R., G. Hanson, (2001), Global production sharing and rising inequality: A survey of trade and wages, NBER W.P. 8372, July.

Greenaway, D., R.C. Hine, P.Wright, (1999), An empirical assessment of the impact of trade on employment in the United Kingdom, European Journal of Political Economy, 15, 485-500.

Greenaway D., D. Nelson (2001), Globalisation and labour markets: Literature Review and Synthesis, GEP Research Paper 2001/29.

Hamermesh, D.S., (1993), Labour Demand, Princeton University Press, Princeton.

Krishna, P., D. Mitra, S. Chinoy, (2001), Trade liberalization and labour demand elasticities: evidence from Turkey, Journal of International Economics, 55 (2), 391-409

Panagariya, A., (1999), Trade openness: consequences for the elasticity of demand for labour and wage outcomes, mimeo.

Rauch, J.E., V. Trindade, (2002), Information, international substitutability and globalisation, American Economic Review, in corso di pubblicazione.

Rodrik, D., (1997), Has globalisation gone too far?, Institute for International Economics, Washington DC.

Slaughter, M.J., (2001), International trade and labor-demand elasticities, Journal of International Economics, 54, 27-56.

2. LE POLITICHE COMMERCIALI*

Sintesi

Lo stallo verificatosi alla fine del 2002 e nei primi mesi dell'anno in corso nell'andamento del negoziato commerciale multilaterale, avviato a Doha alla fine del 2001, suscita preoccupazioni per l'esito della V Conferenza Ministeriale dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC) che si terrà a Cancún a settembre del 2003, e per le prospettive dell'intero ciclo di negoziati. Particolarmente deludente è stato l'insuccesso che ha caratterizzato il confronto in campo agricolo. Questo, infatti, si è sommato agli scarsi risultati conseguiti su altri fronti del Doha Development Round – il mancato accordo sulla revisione del trattamento speciale e differenziato e, soprattutto, l'interruzione della trattativa sull'accesso ai farmaci salvavita protetti da brevetti – ed è stato solo in minima parte compensato da alcuni progressi nelle trattative per l'accesso ai mercati dei beni industriali.

Il raggiungimento di condizioni più eque nella produzione e nello scambio di prodotti agricoli rappresenta un obiettivo centrale del ciclo di negoziati avviato a Doha per la maggior parte dei paesi membri dell'OMC[1], ed in particolare per i paesi in via di sviluppo (PVS). L'occasione mancata a fine marzo 2003, quando non si è trovato il necessario consenso per approvare una proposta che definiva le modalità di negoziazione agricola, rischia di avere ripercussioni negative anche su altri negoziati, rallentando l'intero processo e inasprendo le tensioni tra i paesi.

Il confronto sull'accesso ai mercati per i manufatti, per non avendo consentito di giungere ad un accordo, ha comunque mostrato una maggiore disponibilità delle parti che hanno riconosciuto nella proposta, discussa a fine maggio 2003, una buona base di partenza dalla quale far proseguire i negoziati. L'ormai vicina scadenza per la liberalizzazione del settore tessile costituirà una importante verifica della credibilità del sistema di negoziazione multilaterale. Dall'esito di questo processo dipenderà infatti la fiducia riposta dai paesi in via di sviluppo nella capacità della *Doha Development Agenda* di dare risposte alle richieste di maggiore integrazione negli scambi internazionali e di maggiore equità del sistema.

I negoziati sugli scambi internazionali di servizi, che stanno procedendo molto lentamente, hanno comunque attivato una più consapevole partecipazione dei PVS, intenzionati ad ottenere un migliore accesso per alcuni servizi in cui presentano evidenti vantaggi competitivi, ma anche a gestire meglio il processo di apertura e di adeguamento dei loro mercati domestici. La recente approvazione delle modalità attraverso le quali riconoscere e valutare le liberalizzazioni avviate autonomamente, attribuendo dei "crediti" per i progressi compiuti, può determinare nuovi spazi di flessibilità e incentivare l'ulteriore sviluppo del processo negoziale.

---

* Redatto da Cristina Gioffré – ICE Area Studi, Statistica e Documentazione – con la supervisione del prof. Paolo Guerrieri Paleotti

[1] Fanno parte dell'OMC 146 paesi. Nel corso del 2002 e del primo semestre del 2003 hanno aderito tre nuovi membri: Taiwan (1° gennaio 2002), Armenia (5 febbraio 2003) e la Macedonia (FYROM) (4 aprile 2003).

Relativamente all'acceso dibattito sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale, va soprattutto sottolineato il fallimento dell'accordo sui farmaci salvavita protetti da brevetti e licenze. Le rigidità dei paesi industriali su questo fronte – in primo luogo degli Stati Uniti – sono state interpretate come rifiuto di limitare l'influenza degli interessi delle società farmaceutiche nazionali e di venire incontro ai seri problemi sanitari che i PVS si trovano, del tutto impreparati, ad affrontare. Tutto ciò contribuisce a ridimensionare drasticamente la speranza di perseguire ambiziosi obiettivi politici e giungere in tempi ravvicinati a soluzioni accettabili per i paesi in via di sviluppo. In questo contesto, la recentissima proposta della UE di incentivare l'esportazione di farmaci salvavita a prezzi minimi dai paesi industriali ai PVS, pur non rappresentando la soluzione per sbloccare i negoziati, potrebbe comunque rappresentare una prima risposta pragmatica nella giusta direzione. Si ricordano, inoltre, gli scarsi progressi compiuti sia per la creazione di un sistema multilaterale di notifica e registrazione delle indicazioni geografiche di vini ed altri alcolici, sia in merito alla proposta, fortemente sostenuta dalla UE, di estendere ad altri prodotti un maggiore grado di tutela delle indicazioni geografiche.

Per quel che riguarda, infine, le cosiddette *Singapore issues*, sembra davvero molto difficile che si riesca a raggiungere a Cancún quel "consenso esplicito" necessario ad approvare le modalità per la negoziazione di tali temi. I PVS si sono finora dimostrati restii a qualsiasi maggiore concessione in tema di apertura dei loro mercati nel timore di perdere importanti spazi di autonomia, flessibilità e capacità di intervento. Si prospetta, quindi, a tutt'oggi assai remota la possibilità di avviare a breve i negoziati.

La scadenza intermedia rappresentata dalla V Conferenza Ministeriale di Cancún doveva rappresentare un primo stimolo e banco di prova per i negoziatori. Sotto questo aspetto, i ritardi finora accumulati potrebbero, di per sé, anche non suscitare eccessivi timori e allarmismi. A destare preoccupazione sono in realtà le rigidità delle posizioni negoziali di alcuni rilevanti paesi membri dell'OMC. Gli Stati Uniti, ad esempio, dopo aver approvato lo scorso anno una legge agricola ad alto contenuto protezionistico (Farm Bill), hanno successivamente avanzato proposte di liberalizzazione molto ambiziose nel settore agricolo e dei manufatti. Si sono però dimostrati irremovibili in tema di tutela dei diritti di proprietà intellettuale, in particolare sulla questione delle emergenze sanitarie nei PVS. Anche le proposte della UE per liberalizzare gli scambi di prodotti agricoli e di manufatti, pur contenendo aperture interessanti, sono state giudicate ancora inadeguate rispetto alle sfide da fronteggiare.

I paesi avanzati non solo non rinunciano a tutelare con determinazione i loro interessi – il che è comprensibile – ma soprattutto non appaiono disposti a rivedere ed eliminare meccanismi di protezionismo, che rappresentano delle vere e proprie forme di privilegio non più compatibili con un progetto d'integrazione internazionale, diretto a coinvolgere i paesi meno avanzati e a garantire una più equa distribuzione dei connessi benefici. D'altra parte, permangono anche alcune rigidità e resistenze dei PVS, in parte motivate dalle oggettive difficoltà che questi paesi incontrano nell'attuazione delle riforme di mercato richieste dai processi di liberalizzazione; difficoltà cui si potrà far fronte solo con un adeguato, garantito e continuato sostegno esterno da parte dei paesi avanzati. Ma le tensioni di questa fase dei negoziati sono legate anche alle crescenti difficoltà nelle relazioni tra Stati Uniti e Unione Europea: basti

pensare alle misure statunitensi di protezione del mercato interno siderurgico e di sostegno alle esportazioni tramite le *Foreign Sales Corporations*, o alla controversia sulle importazioni in Europa di prodotti geneticamente modificati. A complicare ulteriormente il confronto negoziale, si aggiungono le divisioni all'interno dell'area dei PVS per quanto riguarda, ad esempio, gli scambi di prodotti agricoli, con paesi importatori ed esportatori su due fronti contrapposti.

E' evidente che se non si riuscisse a trovare nuove forme di compromesso prima di settembre, la distanza e rigidità delle posizioni negoziali rischiano di pregiudicare il risultato del vertice di Cancún, riducendo le probabilità di un esito finale di alto profilo dello stesso *Doha Round*. Un'agenda sovraccarica di questioni irrisolte renderebbe molto difficile il raggiungimento di un valido accordo. L'ipotesi più plausibile è al momento quella di una conclusione di medio-basso profilo della Conferenza, con il conseguimento di risultati parziali e dai costi non equamente distribuiti. Anche questa cauta previsione non è tuttavia affatto scontata e richiederà, per realizzarsi, un rinnovato impegno da parte di tutti i paesi, in primo luogo Stati Uniti ed Unione Europea. D'altra parte, mancare l'appuntamento di Cancún potrebbe determinare uno stallo nell'evoluzione dei negoziati e, in prospettiva, un ritardo di anni nella conclusione del *Round* avviato a Doha.

Nell'eventualità di un modesto risultato al vertice di settembre, c'è da temere una forte accelerazione nella diffusione di accordi preferenziali, regionali o bilaterali. Questi accordi non vanno considerati necessariamente come un fatto negativo, visto che possono rappresentare un laboratorio di sperimentazione dei processi di liberalizzazione, purché i loro obiettivi siano compatibili e complementari ad un approccio multilaterale. Ma tutto ciò non sempre si verifica e tali accordi preferenziali possono trasformarsi in veri e propri ostacoli al processo di negoziazione multilaterale. E' quello che si teme oggi, per cui il rapido sviluppo di bilateralismi e regionalismi potrebbe essere interpretato come un segnale di debolezza e di scarsa credibilità che l'OMC ed il sistema multilaterale rappresentano.

2.1 L'EVOLUZIONE DEI NEGOZIATI MULTILATERALI IN VISTA DI CANCÚN

Malgrado le elevate aspettative sui negoziati lanciati Doha alla fine del 2001, si sono registrate già nel corso del 2002 molte tensioni e difficoltà, che hanno rallentato in maniera significativa il confronto tra i membri OMC e hanno reso difficile raggiungere il consenso necessario a rilanciare i negoziati in occasione della V Conferenza Ministeriale, che si terrà in Messico dal 10 al 14 settembre 2003.

La fase che sta ora attraversando il sistema di regolamentazione multilaterale rappresenta uno dei passaggi più difficili nel processo di liberalizzazione degli scambi. C'è il rischio che i deludenti risultati finora conseguiti possano innescare un circolo vizioso di ridimensionamento delle ambizioni, indebolimento degli impegni e rallentamento dell'intero processo negoziale. Va inoltre citata la prossima scadenza della cosiddetta *peace clause* (art. 13 dell'Accordo sull'Agricoltura), che attualmente previene molti contrasti sul rispetto degli impegni di liberalizzazione del settore

agricolo. In mancanza di una sua tempestiva reiterazione, dopo il 1° gennaio 2004 molti sussidi agricoli utilizzati sia dalla UE che dagli Stati Uniti diventerebbero il facile bersaglio di contestazioni e ricorsi, avanzati da quanti si reputassero danneggiati da simili misure, per il loro effetto di alterazione dei mercati e di ostacolo alla libera concorrenza. La proliferazione di una lunga serie di ritorsioni ne sarebbe una probabile conseguenza. In tale contesto, ci si attende che i PVS facciano leva su questo nuovo strumento di pressione, barattando l'estensione della *peace clause* con maggiori concessioni in termini di riduzione dei sussidi e rimozione delle misure di sostegno al mercato interno.

Oltre all'insuccesso che ha caratterizzato nel negoziato di Doha il confronto sull'agricoltura, ha pesato molto negativamente anche l'interruzione del dialogo sull'accesso dei paesi in via di sviluppo ai farmaci salvavita protetti da brevetti. La diffidenza dei PVS è oggi molto evidente anche nei confronti dell'avvio dei negoziati sulla regolamentazione delle cosiddette "*Singapore issues*", in primo luogo degli investimenti diretti esteri. Risultati moderatamente positivi si sono invece registrati nei negoziati sull'accesso ai mercati per i manufatti ed in quelli relativi alla liberalizzazione degli scambi di servizi.

Nell'attuale clima di sfiducia, alimentato da questi poco rassicuranti andamenti, il fatto che il Doha Round sia tutto impostato su accordi da approvare o rigettare in blocco (*single undertaking*) potrebbe quindi costituire un serio ostacolo al successo del ciclo di negoziati, tanto che un diffuso scetticismo si sta manifestando tra gli addetti ai lavori sul rispetto della scadenza del 1° gennaio 2005 per il termine del *Round* avviato a Doha.

L'impasse che si è rilevata nei mesi scorsi è essenzialmente da attribuire alla grande distanza tra le posizioni di partenza dei paesi coinvolti e alla loro scarsa volontà politica di accordare concrete concessioni, anche in considerazione delle priorità di politica interna. Vi è il fondato timore che si arrivi all'appuntamento di Cancún con pochissimi pre-accordi, complicando ulteriormente il compito di mediazione. Gran parte del lavoro preparatorio che si sta attualmente svolgendo è quindi incentrato sulla definizione di aspetti tecnici, che possano rappresentare una minima base comune dalla quale prendere le mosse, nell'intento di facilitare il percorso verso un compromesso, facendo tesoro dei progressi finora ottenuti.

2.2 AGRICOLTURA

L'obiettivo di lungo termine individuato dall'Accordo sull'Agricoltura di creazione di un sistema commerciale equo ed orientato al mercato – attraverso un radicale programma di riforma, diretto a correggere e prevenire le restrizioni e le distorsioni negli scambi internazionali di prodotti agricoli – è senza dubbio molto ambizioso. Su questo terreno si scontrano infatti interessi forti e radicati, che vedono contrapporsi sia i paesi industriali, come gli Stati Uniti e l'Unione Europea, sia gli stessi paesi in via di sviluppo, al cui interno esistono posizioni talmente diverse (come quelle dei paesi esportatori del Cairns Group e quelle dei vulnerabili paesi importatori netti di prodotti agricoli) da rendere particolarmente difficile la formazione di alleanze e il

raggiungimento di compromessi sostanziali. I negoziati agricoli sono quindi considerati, da alcuni osservatori, come il banco di prova del meccanismo di contrattazione multilaterale e di regolamentazione degli scambi internazionali. Questo approccio ha contribuito ad accrescere le aspettative e le volontà di riscatto, soprattutto da parte dei paesi in via di sviluppo (PVS), ma ha anche provocato un serpeggiante scetticismo sulle possibilità di perseguire obiettivi così importanti.

Alla IV Conferenza Ministeriale di Doha, nel novembre del 2001, i membri OMC si sono impegnati a dare seguito ai negoziati, già avviati l'anno prima, con il proposito di ottenere sostanziali miglioramenti nell'accesso ai mercati, di ridurre tutte le forme di sussidio alle esportazioni (in vista di una loro completa eliminazione), e di ridurre in modo significativo le forme di sostegno ai mercati interni che provocano distorsioni negli scambi. E' stato al tempo stesso riconosciuto ai PVS un trattamento speciale e differenziato, in considerazione delle loro esigenze di sviluppo. In quella sede si è inoltre concordato di definire entro il 31 marzo del 2003 le "modalità" di negoziazione, intendendo con questo termine sia la metodologia in base alla quale impostare i negoziati, sia la portata dei negoziati stessi e i risultati finali che si intendono conseguire. Questo appuntamento di fine marzo si è rivelato un'importante occasione mancata, poiché la distanza e la rigidità delle posizioni assunte dai membri OMC non ha consentito il raggiungimento di un compromesso.

Alla fine del 2002 il presidente della Commissione Agricoltura Stuart Harbinson ha diffuso un resoconto[2] sullo stato attuale dei negoziati, in cui venivano esplicitati e quantificati gli obiettivi da conseguire con la definizione delle "modalità" di negoziazione, e dal quale emergeva la persistenza di importanti questioni rimaste irrisolte, tra cui: una sostanziale differenza nelle varie interpretazioni del mandato di Doha; la disomogeneità nei livelli di dettaglio che caratterizzava le proposte avanzate dai membri OMC; la volontà di alcuni paesi di vincolare i negoziati agricoli ai progressi eventualmente conseguiti in altre aree. In seguito, nel mese di febbraio 2003, Harbinson ha presentato la prima proposta[3] per la definizione delle modalità sulle quali impostare i negoziati agricoli (Harbinson I). Malgrado il testo del documento offrisse diverse alternative da discutere per gli aspetti più delicati (quali le formule elaborate per quantificare le riduzioni tariffarie), e benché la questione del trattamento speciale e differenziato per i PVS fosse stata diffusamente considerata, questa prima proposta non ha incontrato consensi. Tra le varie critiche, vi è anche quella di non aver previsto una adeguata tutela dei *non-trade concerns*[4] (NTCs), avanzata da alcuni membri OMC tra cui, in particolare, l'Unione Europea.

---

[2] Documento OMC, TN/AG/6 del 18 dicembre 2002 "*Negotiations on Agriculture. Overview*".
[3] Documento OMC, TN/AG/W/1 del 17 febbraio 2003 "*Negotiations on Agriculture - First Draft of Modalities for the further commitments*".
[4] Con questo termine ci si riferisce al concetto di "multifunzionalità" del settore agricolo, fortemente sostenuto da alcuni membri OMC, ed in particolare da Unione Europea, Svizzera, Norvegia, Giappone, Corea, Mauritius. Questi paesi esigono margini di flessibilità per poter rispondere – attraverso la produzione agricola – ad esigenze ambientali, di sviluppo rurale e di sicurezza alimentare. La UE e la Svizzera, inoltre, cercano di tutelare i "non-trade concerns" anche attraverso il riscorso al principio precauzionale (*preucationary principle*: il principio che consente di intervenire sulle importazioni, con particolari deroghe e anche in assenza di assoluta certezza scientifica, per prevenire conseguenze nocive di determinati prodotti o attività produttive).

Successivamente, il 18 marzo, è stata presentata una revisione[5] della prima proposta, la "Harbinson II"[6], che mantiene in gran parte la struttura essenziale dell'Accordo sull'Agricoltura, al quale però apporta una serie di modifiche finalizzate a dare più spazio alle richieste dei PVS. A questi paesi si riconosce infatti un trattamento speciale e differenziato sotto più aspetti: minori riduzioni tariffarie e periodi di attuazione degli impegni più lunghi (nonché alcune esenzioni per i PMS); mantenimento e potenziamento delle disposizioni in tema di sostegno ai mercati interni; introduzione di una nuova categoria di prodotti (*strategic products, SP*) ai quali applicare una diversa disciplina, in considerazione della loro importanza per la sicurezza alimentare, lo sviluppo rurale e il miglioramento delle condizioni di vita della popolazione.

Malgrado la previsione di misure specifiche per i PVS e il maggior rilievo, rispetto alla prima versione, dato alla questione dei NTCs, questo documento ha risentito negativamente della scarsa flessibilità delle varie posizioni negoziali, e non è dunque riuscito ad apportare modifiche significative. Di conseguenza, l'appuntamento del 31 marzo 2003 per definire le "modalità di negoziazione"– fissato un anno prima con un dettagliato programma di lavoro – si è tradotto in un insuccesso, che ora rischia di pregiudicare l'esito delle trattative per liberalizzare gli scambi di prodotti agricoli, ma anche di determinare ripercussioni negative in altri ambiti negoziali.

Le contrastanti posizioni dei membri OMC riguardo la Harbinson II[7] possono essere raggruppate, per semplicità espositiva, in tre principali correnti: quella dei paesi esportatori – tra cui spiccano gli Stati Uniti e il Cairns Group – che ovviamente esercitano le maggiori pressioni per liberalizzare gli scambi agricoli; quella dei paesi "conservatori" – tra cui Unione Europea e Giappone – favorevoli a soluzioni più graduali per consentire un certo grado di tutela dei propri mercati; ed infine la corrente, relativamente più eterogenea, dei PVS, che esigono maggiori opportunità di accesso ai mercati esteri, ma che sono anche molto attenti alle loro particolari esigenze di sviluppo.

Il Cairns Group[8] ha giudicato poco ambiziose le disposizioni della Harbinson II, in quanto insufficienti a migliorare l'accesso ai mercati per i prodotti agricoli e a ridurre l'elevato sostegno al mercato interno garantito soprattutto da UE, Giappone e Stati Uniti. Per quel che riguarda poi l'abbattimento tariffario, questo gruppo di paesi è favorevole ad un approccio più radicale[9] di quello ipotizzato nella proposta. Gli Stati

---

[5] Documento OMC, TN/AG/W/1/Rev.1 del 18 marzo 2003 "*Negotiations on Agriculture – First Draft of Modalities for the Further Commitments. Revision* (http://www.wto.org/english/tratop_e/agric_e/negoti_mod2stdraft_e.htm).

[6] Si parla della proposta modificata anche come "Harbinson 1½", proprio per sottolineare come la revisione cui è stata soggetta la prima bozza del documento non sia stata abbastanza significativa.

[7] Per una descrizione più dettagliata dei contenuti della proposta negoziale Harbinson II si rimanda alla lettura del riquadro "*Le proposte di liberalizzazione dei mercati agricoli*", in questo stesso capitolo.

[8] Il Cairns Group – istituito nel 1986 – è composto da 17 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 (vd. http://cairnsgroup.org).

[9] Il metodo cui vanno le preferenze del Cairns Group, e sostenuto anche dagli Stati Uniti, è il cosiddetto "Swiss approach", che mira a fissare il livello percentuale sul quale dovrebbero attestarsi le tariffe in seguito alla riduzione, piuttosto che definire la percentuale di riduzione da applicare alle tariffe esistenti (come è stato invece fatto in sede di *Uruguay Round*). Si tratta di un approccio abbastanza radicale, che avrebbe conseguenze rilevanti soprattutto nei confronti delle tariffe più elevate.

Uniti hanno esercitato pressioni per lo smantellamento degli strumenti per loro meno rilevanti, chiedendo un trattamento più moderato per le altre misure di intervento: hanno quindi apprezzato la proposta di eliminare entro 9 anni tutti i sussidi all'esportazione, ma si sono opposti alla eliminazione di forme di sostegno al mercato interno quali i livelli *de minimis*, cui fanno pesante affidamento.

Il gruppo di paesi più "conservatori" ha criticato nella Harbinson II la mancanza di un equilibrio generale, in quanto i costi più elevati di questa liberalizzazione verrebbero sostenuti dai paesi che perseguono politiche di sostenibilità sociale, economica e ambientale, mentre i benefici sarebbero diretti quasi esclusivamente ai grandi esportatori di prodotti agricoli. Dunque, le esigenze di quanti sono chiamati a fare i maggiori sforzi in termini apertura dei propri mercati non sarebbero state debitamente considerate, e anzi – secondo l'interpretazione di alcuni paesi di questo gruppo – la posizione dei paesi più vulnerabili potrebbe addirittura peggiorare, in seguito all'applicazione delle proposte contenute nel documento. Più in dettaglio, relativamente alle singole misure considerate dalla proposta Harbinson II, l'Unione Europea ha espresso perplessità sulla forte riduzione della spesa per le forme di sostegno al mercato interno del tipo "Blue box"[10] (cui fa abbondante ricorso), mentre ha avanzato la richiesta di eliminare del tutto per i paesi industriali la soglia del livello *de minimis*[11]. Per quanto riguarda le misure di sostegno all'export, la proposta si incentrerebbe troppo sulla riduzione dei sussidi all'esportazione, lasciando però ampi spazi di manovra a quanti – come gli Stati Uniti – ricorrono a strumenti meno trasparenti, tra cui i crediti all'esportazione e gli aiuti alimentari[12]. Questa critica viene condivisa dal gruppo di paesi denominato *Ugly Eight*[13] che ha ribadito la necessità di riservare un pari trattamento anche alle altre forme di sostegno all'export, per ottenere un risultato finale più equilibrato. Il Giappone, infine, ha considerato inaccettabile la Harbinson II, dimostrandosi particolarmente rigido riguardo l'introduzione di misure che agevolerebbero l'importazione di riso, consistenti in forti abbattimenti delle tariffe[14] e in espansioni delle quote tariffarie[15].

Per l'insieme dei paesi in via di sviluppo l'accesso ai mercati agricoli dei paesi industriali rappresenta indubbiamente un obiettivo prioritario. I proventi dalle esportazioni di prodotti agricoli, infatti, sono per molti di questi paesi la principale fonte per il finanziamento dello sviluppo, da cui nasce il loro forte interesse a ridurre sia la

---

[10] Fanno parte del "Blue box" le misure di sostegno che provocano distorsioni del mercato limitate.

[11] Si tratta di misure di sostegno calcolate come percentuale della produzione agricola cui si riferiscono, ed ammesse al di sotto di una determinata soglia (attualmente il 5% per i paesi industriali e il 10% per i PVS).

[12] Ci si riferisce qui alla critica, avanzata in particolare dalla UE nei confronti degli USA, di esportare la sovrapproduzione di prodotti agricoli nella veste di aiuti alimentari; una pratica che inciderebbe negativamente sulle colture cui puntano i PVS per la sicurezza alimentare.

[13] Questo gruppo comprende otto paesi ancora più "prudenti" della UE nel loro approccio alla ulteriore liberalizzazione dei prodotti agricoli: Bulgaria, Islanda, Israele, Liechtenstein, Mauritius, Norvegia, Svizzera, Taiwan.

[14] L'attuale livello tariffario – pari al 490% – dovrebbe infatti essere ridotto per lo meno del 45%. Il Giappone è favorevole, come la UE d'altronde, a perseguire l'abbattimento tariffario seguendo l'approccio tipico dell'*Uruguay Round*, che mira a determinare la percentuale di riduzione da applicare alle tariffe, piuttosto che il livello minimo che le tariffe devono assumere, come invece sostenuto dallo "Swiss approach".

[15] La base della quota tariffaria per l'importazione di riso dovrebbe aumentare dal 7,2% al 10% del consumo interno.

protezione dei loro mercati di sbocco, sia le varie forme di sostengo alle esportazioni che i paesi industriali possono garantire ai loro agricoltori. Ma è altrettanto importante per i PVS vedersi attribuire un trattamento commerciale preferenziale, nonché meccanismi di salvaguardia che tutelino, entro certi limiti, i produttori locali dalla concorrenza internazionale[16]. Malgrado il documento "Harbinson II" considerasse diversi aspetti da loro sollevati, i PVS hanno valutato la proposta come ancora sbilanciata a favore dei paesi industriali, dimostrando di non essere disposti a fare nuove sostanziali concessioni per un'ulteriore apertura dei loro mercati. Sebbene questa si possa considerare una loro comune posizione, più in dettaglio esistono naturalmente diverse sfumature e considerazioni. Ad esempio, un primo gruppo di paesi identificato come il "*Like Minded Group*" (LMG) – al quale appartengono, tra gli altri[17], l'India e la Nigeria – ha accolto con favore la previsione di deroghe sostanziali all'abbattimento tariffario per i prodotti strategici, ma ha anche sottolineato la necessità dei PVS di individuare in modo autonomo tali prodotti strategici, includendo anche una determinata percentuale di generici prodotti agricoli locali. Il gruppo di paesi di Africa, Caraibi e Pacifico (ACP), avendo finora goduto di un accesso preferenziale al mercato agricolo della UE, si è allarmato per il rischio di vedere erosi i benefici riconosciuti, ed ha mostrato interesse per la possibilità di aggiungere nuovi beni alla lista dei prodotti strategici inizialmente individuati.. Il terzo gruppo da considerare è quello dei cosiddetti "paesi meno sviluppati" (PMS) che ha denunciato uno sbilanciamento della proposta a loro svantaggio. I PMS hanno chiesto l'eliminazione totale del sostegno ai mercati interni nei paesi industriali (misure "Blue box" e "Amber box"[18]), ed hanno duramente criticato il permanere di impedimenti reali all'accesso ai mercati dei paesi industriali costituiti dalle barriere non tariffarie, tra cui i requisiti tecnologici e standard sanitari e fitosanitari eccessivamente rigorosi.

LE PROPOSTE DI LIBERALIZZAZIONE DEI MERCATI AGRICOLI[*]

Il 18 marzo 2003 Stuart Harbinson (presidente della sessione negoziale della Commissione per l'Agricoltura dell'OMC) ha presentato una serie di proposte per la liberalizzazione dei mercati agricoli, attraverso le quali si tentava di dare adeguate risposte e garanzie alle esigenze di apertura dei mercati agricoli con particolare attenzione ai paesi in via di sviluppo. Malgrado il documento rappresentasse già una revisione di una precedente proposta – motivo per cui lo si chiamerà "Harbinson II" – non è stato tuttavia possibile raggiungere tra i membri OMC il consenso necessario alla sua approvazione. E' stata quindi man-

[*] *Redatto da Cristina Gioffré*

[16] Questo interesse è evidente per i paesi più vulnerabili in quanto fortemente dipendenti dalle esportazioni di uno o pochi prodotti agricoli, e con scarsa possibilità di diversificare la produzione, come sono molti dei 77 paesi di Africa Caraibi e Pacifico (ACP), che da decenni intrattengono relazioni commerciali privilegiate con l'Unione Europea.

[17] Fanno parte del LMG anche Cuba, Repubblica Dominicana, El Salvador, Haiti, Honduras, Kenya, Pakistan, Uganda, Zimbabwe.

[18] Rientrano nell'Amber box le misure di sostegno ai mercati interni che provocano distorsioni nella produzione e negli scambi.

cata la prefissata scadenza del 31 marzo 2003 per la definizione delle "modalità" negoziali in esso contenute.

Qui di seguito vengono sinteticamente riportati i tratti essenziali della Harbinson II, in quanto rappresenta comunque il punto di partenza per le successive contrattazioni che si terranno, in vista della V Conferenza ministeriale OMC, nel tentativo di avvicinare le posizioni negoziali dei vari protagonisti del confronto, e creare una base minima di consensi.

*In risposta all'obiettivo di facilitare l'***accesso ai mercati** *per i prodotti agricoli, la Harbinson II prevede anzitutto sostanziali abbattimenti tariffari sulla base di 3 fasce tariffarie (che diventano 4 per i PVS), per ciascuna delle quali definisce la percentuale di riduzione media e quella minima, fissando le riduzioni più consistenti per le fasce tariffarie più elevate. Per i paesi industriali gli abbattimenti tariffari (da realizzare entro 5 anni) vanno da un valore massimo, per le fasce alte, del 60% come riduzione media e del 45% come riduzione base, ad un valore minimo, per i prodotti meno protetti, del 40% come riduzione media e del 25% di riduzione minima. Ovviamente per i PVS sono state previste misure meno gravose: in questo caso, infatti, si parte da un abbattimento medio del 40% e minimo del 30%, per giungere ad un abbattimento tariffario rispettivamente del 25% e del 15%, da realizzare entro un decennio. Ai prodotti che si ritiene abbiano un'importanza strategica (*strategic products*) si applicano invece riduzioni tariffarie medie del 10% e minime del 5%. I PVS hanno inoltre ottenuto l'inclusione di un impegno di massima per definire un nuovo meccanismo di salvaguardia*[1] *(new special safeguard mechanism, SSG).*

Il documento Harbinson II propone inoltre di modificare il meccanismo di gestione delle quote tariffarie, di ridurre alcune tariffe applicate alle importazioni entro le quote, e di espandere le quote tariffarie, ovvero di aumentarne il volume – entro un periodo di 5 anni – fino al 10% dell'attuale[2] *consumo interno del prodotto in questione. Sono comunque previsti alcuni margini di flessibilità, per cui è consentito in alcuni casi limitarsi ad una percentuale inferiore, a patto di compensare adeguatamente con una maggiore espansione per altre linee tariffarie. Anche in questo caso i PVS vedono riconoscersi un trattamento differenziato nell'aumento delle quote (pari all'8% del consumo interno), nel periodo di attuazione di questa misura (10 anni) e nel fatto che ne possono essere esentati i prodotti strategici.*

Per quel che riguarda poi la tariff escalation*, la Harbinson II dispone che, come minimo, il tasso di riduzione delle tariffe per i prodotti lavorati sia equivalente a quello per il prodotto nella sua forma primaria. Non sono invece previste delle disposizioni significative riguardo la semplificazione tariffaria.*

In merito al **sostegno ai mercati interni** *la proposta Harbinson II prevede per i PVS maggiori margini di flessibilità – ci si riferisce a questo proposito ad uno* Special & Differential treatment box *– motivati dalla necessità di perseguire obiettivi di sicurezza alimentare e sviluppo rurale. Il particolare trattamento riconosciuto ai PVS, oltre che nelle più favorevoli condizioni da rispettare, si sostanzia anche nell'esclusione dalla quantificazione del sostegno cui apportare ridu-*

[1] *Il ricorso alle disposizioni di tale meccanismo di salvaguardia consente ai paesi colpiti da un improvviso e consistente aumento delle importazioni di applicare un dazio aggiuntivo, per un periodo definito e limitato, al fine di proteggere la produzione locale. Le proposte di revisione avanzate a questo riguardo dal Cairns Group e dal Like Minded Group (un gruppo di 12 PVS, tra cui l'India e la Nigeria) suggeriscono di ideare uno strumento ad uso esclusivo dei PVS.*

[2] *Per consumo "attuale" si intende il consumo medio registrato nel triennio 1999-2001 o nel triennio più recente per il quale si dispone dei necessari dati.*

zioni (aggregate measurement of support, AMS) di una serie di sussidi e misure di assistenza allo sviluppo[3].

Le misure che rientrano nel Green box[4] *prevedono, da un lato, criteri di applicazione più stringenti e, dall'altro, un sostegno finanziario ai piccoli produttori, al fine di preservare nei PVS il patrimonio culturale e la sostenibilità del settore rurale. Per le misure che invece fanno parte del* Blue box[5]*, si prevede di porre un limite alla relativa spesa (fissato ai più recenti livelli notificati) per poi partire da questo livello applicando una riduzione del 50% nell'arco di 5 anni (mentre le riduzioni per i PVS sarebbero del 33% da attuare in 10 anni). Relativamente alle misure da* Amber box[6]*, ovvero quelle che producono distorsioni di mercato, la proposta Harbinson II prevede di ridurle del 60 % in 5 anni (e del 40% in 10 anni per i paesi in via di sviluppo). Per quel che riguarda poi i livelli di sostegno* de minimis[7]*, è previsto un abbattimento dal 5% al 2,5% in 5 anni (con riduzioni annuali costanti dello 0,5%) solo per i paesi industriali, mentre i PVS potranno mantenersi al 10%.*

Relativamente alle misure di ***sostegno alle esportazioni*** *si prevede anzitutto di eliminare tutti i sussidi alle esportazioni, applicando specifiche formule che consentano di accelerare il ritmo di tale riduzione soprattutto nei primi anni di questo processo. Il 50% dei sussidi alle esportazioni andrà infatti rimosso entro 5 anni, mentre il restante 50% (selezionato dal paese interessato e che riguarderà verosimilmente i prodotti più sensibili) andrà eliminato entro 9 anni. Il trattamento di favore riconosciuto ai PVS si traduce, in questo caso, in un prolungamento dei periodi entro i quali giungere alla eliminazione di tali sussidi: rispettivamente 10 e 12 anni.*

Si propongono, inoltre, delle regolamentazioni più stringenti per il ricorso ai crediti all'esportazione, mentre per ciò che riguarda gli aiuti alimentari la Harbinson II sottolinea la necessità di verificare che tali aiuti non siano in realtà una copertura per pratiche commerciali particolari (smaltimento di sovrapproduzioni), o dirette ad ottenere vantaggi sui mercati esteri.

In merito alle State trading enterprises*, si afferma il principio secondo cui le Agenzie di importazione non dovranno vanificare o alterare i benefici concessi in termini di accesso ai mercati e gli impegni relativi alle misure non tariffarie. Inoltre, le Agenzie per le esportazioni dovranno garantire che i beni esportati non siano privilegiati in termini di prezzo, di concorrenza e di sostegno finanziario.*

[3] *Rispetto al testo dell'Agreement on Agriculture sono state infatti aggiunte 8 fattispecie, che spaziano dalle misure a sostegno del sistema finanziario locale o della creazione d'impresa, ai programmi diretti ad agevolare il rispetto di parametri qualitativi o di regolamenti sanitari e fitosanitari.*

[4] *Appartengono al "Green box" le misure di intervento che hanno un effetto distorsivo sul mercato minimo o nullo. Sono compresi in questa categoria i versamenti diretti a sostegno del reddito degli agricoltori e gli interventi pubblici non indirizzati ad un particolare prodotto, quali i programmi di tutela ambientale e di sviluppo regionale.*

[5] *Questa categoria comprende le misure di sostegno che normalmente sarebbero incluse nell'"Amber box", ma che si distinguono da queste in quanto impongono una limitazione della produzione agricola, per cui si ritiene abbiano un limitato effetto distorsivo. Attualmente non esiste un limite alla spesa sotto questa categoria di intervento.*

[6] *Sono comprese in questa categoria tutte le misure dirette a sostenere i prezzi ed i sussidi direttamente correlati ai livelli della produzione.*

[7] *Si tratta di un margine di flessibilità previsto per le misure di tipo Amber box, per cui tali misure sono ammesse entro un valore aggregato che non superi il 5 per cento (o il 10 per i PVS) del valore totale della produzione annuale del prodotto agricolo cui si riferiscono.*

Accesso ai mercati				
	Tariffe attuali	Abbattimento medio	Abbattimento minimo	Periodo di attuazione
Paesi industriali	oltre al 90%	60%	45%	5 anni
	15% - 90%	45%	35%	5 anni
	sotto il 15%	40%	25%	5 anni
Paesi in via di sviluppo	oltre il 120%	40%	30%	10 anni
	60% - 120%	35%	25%	10 anni
	20% - 60%	30%	20%	10 anni
	sotto il 20%	25%	15%	10 anni
	"prodotti strategici"	10%	5%	10 anni

Sostegno al mercato interno: "Green box" *(misure minimamente distorsive)*	
Paesi industriali:	nessuna riduzione o tetto di spesa, ma probabili più stringenti criteri di eligibilità
Paesi in via di sviluppo:	mantenimento dell'attuale flessibilità in base all'Accordo sull'Agricoltura

Sostegno al mercato interno: "Blue box" *(pagamenti diretti sotto programmi di limitazione della produzione)*	
Paesi industriali:	da ridurre del 50% entro 5 anni, partendo da un livello vincolato
Paesi in via di sviluppo:	da ridurre del 33% entro 10 anni

Sostegno al mercato interno: "Amber box" *(misure distorsive)*	
Paesi industriali:	da ridurre del 60% entro 5 anni
Paesi in via di sviluppo:	da ridurre del 40% entro 10 anni

Livelli di sostegno de minimis *(calcolato come percentuale del valore della produzione)*	
Paesi industriali:	da dimezzare: dal 5% al 2,5% entro 5 anni
Paesi in via di sviluppo:	rimasto invariato un livello *de minimis* del 10%

Misure di sostegno alle esportazioni: sussidi	
Paesi industriali:	eliminazione del 50% entro 5 anni; il restante 50% entro altri 9 anni
Paesi in via di sviluppo:	eliminazione del 50% entro 10 anni; il restante 50% entro altri 12 anni

2.3 MANUFATTI

I negoziati per la riduzione delle barriere tariffarie e non tariffarie agli scambi di manufatti rappresentano una questione di primaria importanza in cui si devono conciliare diversi interessi contrastanti: quelli dei paesi che mirano ad un rapido avanzamento del processo di liberalizzazione; quelli dei paesi che sono invece propensi a seguire un ritmo più graduale (per proteggere, entro certi limiti, il proprio sistema produttivo e assecondare processi di aggiustamento graduali) ed, infine, gli interessi dei paesi in via di sviluppo (PVS) che, in aggiunta, vedono nell'abbattimento tariffario la sottrazione di uno strumento di finanziamento allo sviluppo e temono un indebolimento dei margini di accesso preferenziale ai mercati dei paesi industriali, a vantaggio di altri concorrenti. La situazione attuale evidenzia una grande distanza tra la posizione negoziale dei paesi industriali – che hanno vincolato tutte o quasi le tariffe sui manufatti e che applicano tariffe generalmente basse (ad eccezione di quelle su alcuni specifici prodotti[19], decisamente superiori alla media) – e i PVS, la maggior parte dei quali ha vincolato solo un ridotto numero di linee tariffarie ed applica tariffe relativamente elevate.

Se l'eliminazione dei picchi tariffari e dei fenomeni di *tariff escalation*[20] rappresenta un problema comunemente riconosciuto e un obiettivo generalmente condiviso, le condizioni di partenza dei paesi coinvolti e le numerose esigenze manifestate a questo riguardo sono molto diverse tra loro. I negoziati dovranno perciò tenere conto di questa eterogeneità, modulando le misure da adottare in base ai differenti contesti in cui si dovrà intervenire. L'azione nei confronti dei paesi industriali dovrà quindi incentrarsi sull'abbattimento delle alte tariffe residue, che penalizzano soprattutto i beni di particolare interesse per le esportazioni dei PVS. Nei confronti di questi ultimi, il processo di liberalizzazione dovrebbe incidere sui livelli delle tariffe, mediamente molto elevati,[21] e sulla copertura limitata degli impegni. Per i paesi meno sviluppati (PMS), infine, le principali questioni da affrontare riguardano: il grado di effettivo accesso al mercato, in condizioni di non reciprocità, garantito dai paesi industriali; le consistenti barriere che le loro esportazioni incontrano nei mercati dei PVS; il ruolo che l'elevata protezione dei mercati interni riveste per l'economia di questi paesi come strumento di politica industriale.

Alla fine di maggio 2003 è stata discussa – in sede di Negotiating Group on non-Agricultural Market Access – una prima bozza[22] per la definizione delle modalità di impostazione dei negoziati, in cui sono stati esplicitati gli impegni per la riduzione delle barriere (tariffarie e non) sui manufatti, anche attraverso la previsione di specifiche formule. Questo documento non è riuscito a raccogliere sufficienti con-

---

[19] E' questo, ad esempio, il caso dei prodotti tessili e dell'abbigliamento, delle calzature e dei prodotti in pelle, dei prodotti ittici, e dei mezzi di trasporto, dove si registrano picchi tariffari e fenomeni di *tariff escalation*.

[20] Con questo termine ci si riferisce al fenomeno per cui ai prodotti più lavorati viene applicato un livello tariffario di molto superiore a quello applicato al prodotto originario, prima della lavorazione.

[21] Va tuttavia ricordato che le tariffe effettivamente applicate dai PVS sono generalmente inferiori a quelle vincolate, le quali costituiscono il limite massimo da non oltrepassare.

[22] Documento OMC, TN/MA/W/35 del 16 maggio 2003 "*Draft elements of modalities for negotiations on non-agricultural products*" (http://www.wto.org/english/tratop_e/markacc_e/markacc_draft_modal_e.htm).

sensi per la sua approvazione, ma è stato comunque considerato come una base di partenza da cui proseguire il confronto.

Per quel che riguarda le barriere non tariffarie è tuttora in corso una fase di identificazione, esame e classificazione delle stesse. Per le tariffe, invece, questo documento propone una formula di abbattimento tariffario[22] che, pur lasciando alcuni margini di flessibilità, non è riuscita a conciliare le esigenze di paesi dai livelli tariffari medi assai eterogenei. Si prevede, inoltre, l'avviamento di un processo di abbattimento tariffario settoriale – articolato in tre fasi e diretto ai prodotti[23] di particolare interesse per i PVS e i PMS – e l'eliminazione delle tariffe minime[24]. Tra le misure di particolare rilevanza per i PVS si ricordano la previsione di periodi di applicazione più estesi e la possibilità di mantenere il 5% delle linee tariffarie non vincolate (a condizione che il valore delle relative importazioni non superasse il 5% del totale). Ai PMS non venivano richiesti impegni di abbattimento tariffario, quanto, piuttosto, consistenti impegni in termini di linee tariffarie vincolate. Per contribuire in modo sostanziale all'integrazione di questi paesi nel sistema commerciale internazionale, si invitavano inoltre i partner dei PMS ad avanzare, su base volontaria, delle proposte per garantire il libero accesso ai manufatti di questi paesi (tariffe nulle e nessun vincolo quantitativo), entro una data ancora da stabilire.

Il documento discusso a fine maggio rappresenta quindi un tentativo di risposta al mandato della Dichiarazione di Doha di assicurare ai PVS condizioni più favorevoli, secondo un criterio di non perfetta reciprocità. La soluzione proposta è stata però contestata sia dai paesi che presentano livelli tariffari mediamente bassi (tra cui anche alcuni PVS, come la Cina e la Malaysia) – i quali ritengono altamente disincentivante un sistema che riservi un trattamento di favore a quanti hanno finora sostenuto minori sforzi per liberalizzare i propri mercati – sia dai paesi che applicano tariffe mediamente più elevate.

Molti paesi in via di sviluppo temono che i vantaggi della liberalizzazione siano sbilanciati soprattutto a favore dei paesi industriali. Alcuni manifestano preoccupazione per le probabili conseguenze negative in termini di indebolimento della competitività, nel momento in cui si dovesse ridurre il margine di preferenza loro accordato nell'accesso ai mercati dei paesi avanzati. Altri sottolineano i rischi collegati alla perdita del gettito fiscale dovuta all'abbattimento tariffario. L'importanza di seguire un principio di non reciprocità nei confronti dei PVS, negli impegni di riduzione tariffaria, è stata sottolineata anche in funzione del ruolo che le tariffe rivestono nei PVS come strumento di politica industriale. Gli introiti derivanti dalle tariffe e dai dazi doganali costituiscono una quota significativa delle entrate che finanziano lo svilup-

---

[22] Viene proposta la seguente formula per l'abbattimento delle tariffe:
dove t_1 = tasso finale; t_a = media dei tassi base; t_0 = tasso base;
B = coefficiente a valore unico, da stabilire.

$$t_1 = \frac{B \times t_a \times t_0}{B \times t_a + t_0}$$

[23] Si proponeva infatti di liberalizzare alcuni settori particolarmente protetti: prodotti elettrici e dell'elettronica; prodotti ittici; calzature e prodotti in pelle; prodotti tessili e dell'abbigliamento; mezzi di trasporto; pietre e metalli preziosi. Questo processo di abbattimento tariffario avrebbe dovuto completarsi nell'arco di tre anni per i paesi industriali, mentre per i PVS è stato proposto un periodo di attuazione più esteso.

[24] Si tratta delle tariffe inferiori al 2%, anche dette *"nuisance" tariffs*, per sottolinearne il peso procedurale unito alla loro scarsa utilità.

po e – soprattutto in presenza di metodi per l'esazione fiscale poco sviluppati – sono spesso il principale strumento di cui i PVS dispongono.

Queste argomentazioni sono state decisamente respinte dagli Stati Uniti, che hanno risposto evidenziando l'iniquità e l'inefficienza economica delle tariffe quale strumento diretto ad accrescere le entrate, a causa delle distorsioni provocate nell'allocazione delle risorse e del trasferimento del peso dell'imposizione fiscale ai segmenti più poveri dell'economia. Oltre agli Stati Uniti – che hanno giudicato il documento poco ambizioso, anche in seguito all'omissione di ogni riferimento alla proposta[26] USA di eliminare tutte le tariffe sui manufatti entro il 2015 – ha espresso la propria insoddisfazione il Giappone, dichiaratosi non disposto ad eliminare le tariffe per alcuni prodotti, e soprattutto contrario alla liberalizzazione accelerata degli scambi per i prodotti ittici e forestali, particolarmente protetti nel mercato giapponese.

Esistono infatti dei prodotti che presentano una tariffa più alta della media sia nei paesi industriali che nei PVS, tra i quali sono compresi – oltre ai già citati prodotti ittici – anche i mezzi di trasporto, le calzature, i prodotti in pelle e in gomma e gli articoli da viaggio, i prodotti tessili e dell'abbigliamento. Un recente studio[27] dell'OMC dimostra che in questi settori vi è una notevole quota di linee tariffarie vincolate a livelli molto elevati (oltre il 15%). Il settore tessile, in particolare, fa registrare nella maggioranza dei principali importatori il più alto livello di tariffe vincolate e applicate, e il più gran numero di picchi tariffari. Sono inoltre presenti fenomeni di *tariff escalation* – per cui le tariffe applicate ai capi di abbigliamento sono molto superiori a quelle applicate ai prodotti tessili – e una più alta concentrazione delle protezioni tariffarie nel settore dell'abbigliamento rispetto a quello dei prodotti tessili[28].

La liberalizzazione dei prodotti tessili e dell'abbigliamento

Il 1° gennaio 2005, con il termine dell'Accordo sui prodotti tessili e dell'abbigliamento (*Agreement on textiles and Clothing, ATC*), tutto il settore – l'unico ad essere finora escluso dalla regolamentazione multilaterale – dovrà rientrare pienamente nella disciplina OMC. Obiettivo dell'ATC, entrato in vigore nel 1995, è di giungere alla rimozione delle restrizioni quantitative all'importazione entro un periodo di 10 anni, suddiviso in quattro fasi. Unione Europea, Stati Uniti e Canada si sono impegnati ad aumentare progressivamente le quote, per giungere alla fine della seconda fase – nel mese di dicembre del 2001 – ad integrare il 51% delle importazioni di prodotti tessili e dell'abbigliamento nell'ambito delle norme OMC. Questo risultato è stato raggiunto, ma la quarta fase si preannuncia di difficile attuazione, poiché il

---

[26] USTR press release n. 02-112 del 26 novembre 2002 (in http://www.ustr.gov/releases/2002/11/02-112.pdf.). Tale proposta è sostenuta anche dalla Nuova Zelanda e dall'Australia.

[27] Bacchetta, M. and Bora, B. *Industrial Tariff Liberalization and the Doha Development Agenda*, WTO Discussion paper no.1, May 2003 (in http://www.wto.org/english/news_e/news03_e/publication_tariff_nego_6may03_e.htm).

[28] A questo proposito, il summenzionato studio OMC sulla liberalizzazione delle tariffe per i manufatti sottolinea come le importazioni di prodotti dell'abbigliamento dei Quad (ovvero Stati Uniti, Canada, Giappone e UE) dai PVS sia concentrato in 4 categorie di prodotti (in base ad una classificazione a 4 codici HS): abbigliamento per uomo e bambino (6203), abbigliamento per donna e bambina (6204), magliette (6109) e maglieria (6110).

processo di apertura dei mercati ha finora seguito un ritmo non molto sostenuto (solo il 20% dei prodotti integrati era soggetto a restrizioni quantitative), mentre nella quarta ed ultima fase si concentreranno gli impegni più onerosi e dalle conseguenze più rilevanti. Entro il 31 dicembre 2004 si dovrà infatti integrare nel quadro normativo OMC il rimanente 49% delle importazioni – in cui sono compresi però i prodotti più sensibili, la cui liberalizzazione è stata rimandata sino all'ultimo – e si dovranno eliminare tutte le quote ancora esistenti[29] (pari all'80% del totale). Il conseguimento di questo obiettivo potrebbe avere conseguenze economiche e sociali rilevanti – per i bruschi aggiustamenti che si renderanno necessari nei mercati interni dei paesi interessati – al punto che si avverte un crescente scetticismo sulla possibilità e sulla volontà politica di portare a termine un compito così arduo, in considerazione delle difficoltà che si incontreranno nel gestire questa transizione.

Lo stretto collegamento tra l'eliminazione delle quote all'importazione, in osservanza delle disposizioni dell'Accordo, e lo sviluppo dei negoziati della Doha *Development Agenda (DDA)* relativi all'accesso ai mercati per i manufatti è stato evidenziato anche di recente, in occasione di una Conferenza sul futuro sviluppo del settore dopo il 2005[30]. La coincidenza della fine del processo di eliminazione delle quote all'importazione di prodotti tessili e dell'abbigliamento, con il termine dei negoziati nell'ambito della DDA, viene infatti interpretata come un'occasione irripetibile per mettere alla prova la volontà di liberalizzare il settore, a condizioni di maggiore equità negli scambi internazionali. Ogni interferenza al conseguimento degli obiettivi posti dall'ATC potrebbe quindi avere serie conseguenze nei rapporti tra PVS e paesi industriali, dissolvendo la fiducia riposta nella capacità del processo negoziale avviato a Doha di dare risposte alle pressanti richieste dei PVS.

2.4 SERVIZI

I negoziati sulla liberalizzazione degli scambi nei servizi sono proseguiti nel 2002 e nella prima parte del 2003 principalmente nell'ambito di confronti bilaterali (malgrado fossero contemplate anche forme di negoziato a livello plurilaterale e multilaterale) e con un approccio del tipo "richiesta-offerta"[31], sulla base delle linee guida e delle procedure negoziali approvate nel marzo del 2001[32].

---

[29] Le quote ancora applicate dalla UE sono 167, mentre sono 239 quelle applicate dal Canada e 701 dagli Stati Uniti.

[30] Gli interventi presentati alla "Conference on the Future of Textiles and Clothing after 2005", tenutasi a Bruxelles il 5 maggio 2003, si possono consultare all'indirizzo web http://trade-info.cec.eu.int/textiles/conf_index.cfm.

[31] Questo metodo di conduzione dei negoziati prevede la presentazione di "richieste" di accesso al mercato – specificando settore di interesse, modalità di intervento e grado di apertura di mercato desiderata – da parte di un paese membro OMC ad un suo partner, il quale è tenuto dopo una attenta valutazione a rispondere con una "offerta", che potrà o meno essere accettata, costituendo il punto di riferimento dal quale far proseguire la contrattazione.

[32] Queste linee guida fissano per il mese di giugno 2002 la scadenza entro la quale i membri OMC avrebbero dovuto presentare ai propri partner le richieste (ma alcune sono state presentate anche oltre tale scadenza), e fissano al 31 marzo 2003 la scadenza entro la quale presentare le relative offerte di apertura dei mercati. Vd. Par. 15 della Dichiarazione di Doha (in http://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/min01_e/mindecl_e.htm#services).

Tra le questioni "orizzontali" affrontate in molte delle *richieste* finora avanzate, si possono ricordare quelle relative alla rimozione delle barriere agli investimenti, alle migliori condizioni di accesso per le forme di presenza commerciale all'estero (modalità 3), e alle facilitazioni negli spostamenti temporanei delle persone fisiche per motivi professionali, in quanto fornitori di servizi (modalità 4). A quest'ultima particolare tipologia[33] di scambi di servizi viene attribuita una grande importanza dai paesi in via di sviluppo (PVS), e in primo luogo dall'India, che in più occasioni si è fatta loro portavoce sostenendone ragioni ed interessi. Stati Uniti ed Unione Europea hanno inoltre presentato richieste per varie tipologie di servizi: comunicazioni, servizi finanziari, servizi relativi alla costruzione, alla distribuzione, al trasporto, al turismo e servizi per la tutela ambientale.

La Dichiarazione di Doha ha messo in risalto la necessità di accrescere anche nei negoziati sui servizi la partecipazione dei paesi in via di sviluppo, prevedendo a tal fine apposite misure di flessibilità. Tuttavia, all'interno del gruppo dei PVS si possono distinguere situazioni molto diverse tra loro, poiché, mentre alcuni di questi paesi hanno dimostrato di voler partecipare più attivamente ai negoziati sui servizi, altri non sono ancora riusciti ad esprimere formalmente le loro richieste con riferimento all'accesso ai mercati dei partner. Si evidenzia quindi un ritardo generalizzato dei PVS nel processo di negoziazione, in quanto la maggior parte di essi – in particolare i paesi meno sviluppati (PMS) – deve ancora avanzare delle richieste[34], e nessuno di loro ha presentato offerte.

Questo ritardo è stato da alcuni interpretato come un segnale di demotivazione dei paesi in via di sviluppo, in reazione al mancato rispetto di altre scadenze negoziali[35], sulle quali il loro interesse era molto forte. Altri osservatori hanno invece sottolineato la relativa dinamicità dei PVS nell'apertura dei mercati nei servizi ed hanno attribuito tali ritardi alle difficoltà incontrate da questi paesi nella individuazione e formulazione sia degli interessi da promuovere, sia delle concessioni da accordare. Tra i fattori che hanno creato maggiori difficoltà ai PVS in queste fasi, si possono citare: la complessità dell'analisi di valutazione dei costi e benefici della liberalizzazione in un settore così particolare, le grandi risorse necessarie nelle negoziazioni bilaterali (approfondita conoscenza dell'accordo GATS e risorse umane qualificate), le ineguaglianze in termini di peso contrattuale, la scarsa trasparenza dei processi negoziali. La partecipazione attiva a questi negoziati presuppone infatti la capacità di determinare con sufficiente chiarezza gli obiettivi di politica interna, ma anche la capacità di valutare la propria competitività nei vari settori o sub-settori considerati, l'entità di apertura del mercato per ognuno di essi e l'ordine da seguire nella loro liberalizzazione. Occorre poi quantificare la sostenibilità dell'impatto sulle imprese locali e la

---

[33] I servizi scambiati a livello internazionale vengono raggruppati in quattro tipologie, distinte per modalità di fornitura: fornitura di servizi transnazionale o *cross border* (modalità 1); consumo all'estero (modalità 2); presenza commerciale (modalità 3); movimento di persone fisiche all'estero (modalità 4).

[34] Hanno presentato una richiesta di liberalizzazione del settore dei servizi: Cile, Cina, Hong-Kong, India, i paesi del Mercosur, Messico, Panama, Pakistan e Thailandia.

[35] Si fa qui riferimento al rapporto tra negoziati in ambito TRIPS e sanità, ai negoziati sull'agricoltura, al trattamento speciale e differenziato per i PVS.

loro capacità di reazione. Di conseguenza, per molti PVS e soprattutto per i PMS, da un lato, non è stato concretamente possibile elaborare delle richieste da avanzare ai paesi partner, e, dall'altro, non si è avuta la percezione dei vantaggi derivanti da una maggiore liberalizzazione dei servizi e quindi neanche la necessaria motivazione per tentare di superare gli impedimenti esistenti.

Molti PVS sono perciò ancora nella fase di elaborazione delle richieste, cui stanno dedicando molte energie nel tentativo riuscire ad ottenere concessioni significative e soprattutto di loro interesse[36]. Le richieste finora avanzate mirano ad ottenere un migliore accesso ai mercati per alcuni servizi in cui i PVS presentano un vantaggio competitivo, ed un migliore trattamento nella fornitura di servizi attraverso il trasferimento di lavoratori all'estero (modalità 4), oltre alla possibilità di tutelare il mercato interno mantenendo alcune restrizioni (requisiti di residenza, limiti alla proprietà e autorizzazioni per gli stranieri, procedure per la concessione di visti, ecc.).

Le offerte recentemente pervenute al *Council on Trade in Services (CTS)* sono dunque quelle presentate da alcuni paesi industriali[37]: Unione Europea, Stati Uniti, Canada, Australia, Nuova Zelanda, Giappone, Corea, Taiwan, Panama, Paraguay, Uruguay, Islanda, Svizzera, Norvegia, Liechtenstein.

L'offerta degli Stati Uniti – generalmente considerata come punto di riferimento dai paesi che non hanno ancora presentato le loro offerte – copre diverse tipologie di servizi: finanziari, legali, delle telecomunicazioni, di consegna, servizi relativi al settore energetico e alla sanità, istruzione superiore, servizi ambientali. Non sono invece incluse concessioni relative ad alcuni settori in cui tuttora vigono condizioni di monopolio, quali i servizi postali, o in alcune particolari attività, come quella delle forniture idriche.

L'offerta iniziale dell'Unione Europea riduce alcune restrizioni espandendo le opportunità di mercato per i fornitori stranieri, ma pone delle condizioni, richiedendo ad altri membri OMC un trattamento di sostanziale reciprocità. Sono interessati da questa proposta: i servizi finanziari, le telecomunicazioni, i trasporti, i servizi postali e di consegna, i servizi informatici, i servizi ambientali, della distribuzione, delle costruzioni, il turismo e i servizi di intrattenimento. Sono però esclusi da questa offerta tutti i servizi in cui la UE si è dimostrata più restia ad accordare sostanziali aperture del proprio mercato: istruzione, sanità, servizi sociali, audiovisivi. Non è stato inoltre registrato alcun progresso in merito alle limitazioni che favoriscono le utenze pubbliche, mentre sono state accordate delle concessioni sulla gestione delle acque reflue e delle forniture idriche per usi civili (con grande disappunto di alcune rappresentanze sociali ed Organizzazioni non governative). Per quel che riguarda poi

---

[36] Molti PVS sostengono infatti che per non avere seguito un approccio del tipo "richiesta-offerta" nei negoziati dell'*Uruguay Round*, hanno incontrato maggiori difficoltà nell'ottenere dalle controparti impegni di liberalizzazione dei mercati nelle aree di loro maggiore interesse.

[37] Le offerte di liberalizzazione del settore dei servizi presentate da Stati Uniti, Canada, Norvegia e Liechtenstein sono consultabili all'indirizzo http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/s_negs_e.htm mentre le offerte della UE e di altri paesi membri OMC (Argentina, Australia, Giappone, Nuova Zelanda, Paraguay, Svizzera e Uruguay) sono consultabili all'indirizzo http://www.ictsd.org/issarea/services/resources/index.htm.

la cosiddetta "modalità 4", ovvero l'ingresso temporaneo di lavoratori stranieri, la UE ha introdotto solo poche agevolazioni, prevedendo un limite massimo di ingressi (con livelli e modalità ancora da stabilire) rivolto soltanto a professionisti e personale altamente qualificato, mentre non ha concesso nulla per il trasferimento temporaneo di personale poco qualificato, né per la emissione agevolata di visti[38], come richiesto da molti PVS.

Per raggiungere risultati concreti in tema di liberalizzazione dei servizi, i paesi industriali dovrebbero avanzare ai PVS richieste ragionevoli e sostenibili, offrendo in contropartita significative opportunità di accesso ai mercati. D'altra parte, i PVS dovrebbero prendere le necessarie misure per creare un ambiente più favorevole alle attività imprenditoriali dei servizi, disciplinando le pratiche anticoncorrenziali, affinché anche i fornitori domestici di servizi locali possano migliorare la loro competitività. Questi paesi avrebbero inoltre grande interesse a far sì che i processi di apertura dei mercati procedano in sincronia con i processi di regolamentazione degli stessi, in modo da gestire meglio la fase di preparazione e di adeguamento alla liberalizzazione del settore.

Relativamente al controllo delle politiche domestiche a disciplina del settore, il GATS fornisce delle indicazioni di massima, poiché stabilisce dei criteri per evitare che le condizioni imposte dai paesi nella importazione dei servizi costituiscano delle barriere "non necessarie" alla normale tutela del mercato interno, dirette cioè a vanificare i concordati impegni di liberalizzazione[39]. Oltre alla questione della "necessità", le altre aree di interesse riguardano: la "trasparenza" (sulla quale insistono in particolare gli Stati Uniti) e – di maggiore interesse per i PVS – la "equivalenza" e gli "standard internazionali" (in questo caso si dovrà accertare l'eventuale equivalenza delle qualifiche nel mercato interno e nel paese di origine, per verificare che i test imposti ai fornitori stranieri di servizi non siano eccessivamente onerosi).

Altre componenti utili ad agevolare l'esito positivo dei negoziati sui servizi sono inoltre ravvisabili nei trasferimenti di tecnologia, nei meccanismi di salvaguardia[40], nei meccanismi di creazione di capacità di offerta e nei cosiddetti "crediti per la liberalizzazione autonoma". Relativamente a quest'ultimo aspetto, va ricordato che il 6 marzo 2003, dopo due anni di dibattito, sono state approvate le modalità per il trattamento delle liberalizzazioni autonome[41], ovvero delle misure applicate unilateralmente dai paesi membri OMC, dirette a liberalizzare il proprio settore dei servizi. Nei confronti di tali misure, il mandato negoziale in ambito GATS era orientato al riconoscimento di "crediti negoziali" – da intendersi come vantaggi da spendere nei suc-

---

[38] I cosiddetti "GATS-type visas": si tratta di una procedura agevolata per l'emissione di visti a lavoratori stranieri, diretta a distinguere il movimento temporaneo di queste persone dai flussi migratori (la cui disciplina non rientra infatti nel GATS).

[39] Ad esempio, l'obbligo di seguire procedure particolarmente complesse per ottenere le licenze o la necessità di soddisfare requisiti e standard tecnici molto elevati che potrebbero costituire un artificio protezionistico.

[40] L'*Emergency Safeguard Mechanism (EMS)* è costituito da una misura temporanea di tutela, che si sostanzia in una restrizione dell'accesso al mercato interno, e che si può adottare nel caso in cui l'attuazione degli impegni GATS provochino una improvvisa e sostenuta crescita delle importazioni, tale da mettere seriamente a rischio i fornitori interni dello stesso servizio. Simili meccanismi di tutela sono previsti anche nel GATT e nell'Accordo sull'Agricoltura.

[41] JOB(02)/35/Rev3 (in http://docsonline.wto.org).

cessivi negoziati GATS – per riconoscere gli sforzi compiuti a questo riguardo a livello nazionale[42]. Le modalità recentemente approvate definiscono la misura di liberalizzazione autonoma (autonomous liberalisation measure, ALM) e stabiliscono il criterio in base al quale valutarne l'entità, l'impatto sul mercato interno e le possibilità di accesso per i paesi partner.

I negoziati stanno quindi procedendo a rilento, ma l'attenzione riservata dai PVS a questo tema, e il maggiore livello qualitativo delle loro richieste rispetto al passato, dimostrano che questi paesi hanno in definitiva migliorato la loro partecipazione al processo negoziale: è perciò determinante non rallentare questo processo per non vanificarne i progressi. Una riuscita dei negoziati sui servizi potrebbe infatti assicurare ai PVS vantaggi anche in termini di maggiore equilibrio nella ripartizione dei benefici della liberalizzazione degli scambi.

2.5 DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Tra le diverse questioni relative alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale, dibattute in ambito OMC, si intende in questa sede richiamare l'attenzione in particolare su due temi: la possibilità dei paesi in via di sviluppo di avere accesso ai farmaci salvavita protetti da brevetti (potendoli anche produrre e, in alcuni ristretti casi, esportare), e la tutela delle indicazioni geografiche tipiche[43], sostenuta dall'Unione Europea e di crescente interesse anche per alcuni PVS.

Relativamente alla tutela delle indicazioni geografiche tipiche, sono tuttora in corso i negoziati per la creazione di un sistema multilaterale per la notifica e registrazione delle indicazioni geografiche di vini ed altri alcolici – che, in base alla Dichiarazione di Doha, dovrebbe aver luogo a metà settembre 2003 in occasione della V Ministeriale OMC – non essendosi verificati progressi dallo scorso anno. In questo ambito si confrontano, infatti, due opposte posizioni di non facile mediazione. La prima è a favore di un sistema non vincolante, che vedrebbe nel costituendo registro delle indicazioni geografiche protette per vini ed alcolici soltanto una base dati, da consultare nel caso si intendesse registrare un nuovo termine. Questa posizione è sostenuta, tra gli altri, da Stati Uniti, Canada, Giappone e Australia, i quali preferiscono lasciare in merito libertà di decisione ai singoli paesi ed intendono usare il sistema di notifica e registrazione solo come fonte di informazione (incoraggiando, ma non obbligando, i membri OMC che non partecipano alla sua creazione a fare lo stesso). La seconda posizione è invece quella assunta dalla UE a da altri paesi europei, che ritengono che tutti i membri OMC (che partecipino o meno alla creazione di tale

[42] Queste argomentazioni sono state sostenute anche dai paesi di recente adesione all'OMC, che hanno sottolineato di non essere in condizione di liberalizzare ulteriormente il settore dei servizi, avendo già sostenuto uno sforzo considerevole in tal senso, in fase di accessione.

[43] Alcune sintetiche informazioni sull'argomento sono riportate in un "riquadro" del Rapporto ICE 2001-2002 (p. 58): "L'Accordo TRIPS e la tutela delle indicazioni geografiche".

sistema multilaterale) debbano essere obbligati a tutelare il rispetto dei termini notificati e registrati[44].

E' in fase di dibattito anche la proposta di estendere ad altri prodotti la particolare e rafforzata tutela accordata ai vini e agli altri alcolici[45], che causa profonde divisioni tra i membri OMC, al punto che non si è ancora trovato un accordo sulla opportunità o meno di avviare dei negoziati sull'argomento. Benché se ne discutesse già nel 2002, la questione è stata avanzata formalmente dalla Bulgaria solo di recente (nell'incontro del TRIPs Council del 29-30 aprile 2003) ed ha trovato il sostegno sia di alcuni paesi industriali che di PVS, tra cui Unione Europea, Svizzera, Kenya, India e Thailandia. Tra i paesi fortemente contrari vi sono invece gli Stati Uniti, l'Australia e il Cile i quali sostengono che l'estensione della protezione delle indicazioni geografiche esuli dal mandato dei negoziati e che comporti eccessivi oneri[46].

L'enfasi riposta da alcuni paesi, compresi i PVS, sulle indicazioni geografiche risiede anche nel fatto che queste, rispetto ad altri diritti di proprietà intellettuale, tendono a riferirsi a prodotti legati ad un determinato territorio e rafforzano le connessioni storiche e culturali tra il prodotto e il suo luogo di origine. Va però anche detto che in caso di estensione della protezione ad altri prodotti, lo sfruttamento delle potenzialità economiche legate a questa particolare nicchia di mercato richiederà sostanziosi interventi di marketing. Interventi tali da permettere anche ai consumatori meno informati di individuare l'esatta corrispondenza tra luogo e prodotto – alimentare o artigianale che sia – chiarendo quali aspettative, in termini di requisiti qualitativi, si possono avanzare nei suoi confronti.

Relativamente alla questione dell'accesso ai farmaci salvavita, la Dichiarazione di Doha[47] aveva disposto che l'Accordo TRIPS non avrebbe dovuto costituire un ostacolo per i PVS in situazioni di emergenza sanitaria: un'affermazione che ha riconosciuto il diritto di questi paesi di ricorrere a "licenze obbligatorie" per produrre autonomamente – in deroga alla disciplina di licenze e brevetti – i farmaci destinati a combattere alcune gravi patologie[48]. Non è stata, tuttavia, ancora trovata una soluzione per i paesi che, non essendo in grado di produrre questi farmaci – quali sono i paesi meno sviluppati (PMS) – si trovano costretti ad importarli, sostenendo costi eccessivamente onerosi. E' stata in proposito avanzata la richiesta di concedere una ulteriore deroga, tale da consentire ai PVS che producono i farmaci salvavita sotto "licenza obbligatoria" di venderli ai PMS, ma a condizione di non creare dei canali commerciali paralleli, che consentissero di diffondere questi farmaci a prezzi molto competitivi nei mercati dei paesi industriali.

Questo problema si è rivelato di difficile soluzione, al punto che si è giunti alla scadenza del 31 dicembre 2002 (fissata al vertice di Doha) senza aver approvato alcuna decisione in merito. Gli Stati Uniti, infatti – decisi a determinare un'applicazione

---

[44] All'interno di quest'ultimo gruppo di paesi vi sono ulteriori suddivisioni, per quel che riguarda la soluzione di eventuali controversie sorte a proposito della tutela dei termini protetti: mentre la UE è favorevole a consultazioni bilaterali, l'Ungheria e la Svizzera suggeriscono la soluzione in arbitrato.
[45] A quest'ultima categoria di prodotti, infatti, l'art. 23 dell'Accordo TRIPs riconosce una maggiore tutela rispetto agli altri beni, la cui disciplina rientra invece nelle disposizioni, meno restrittive, dell'art. 22.
[46] Il riferimento qui è all'art. 23.4 dell'Accordo TRIPs e all'art. 18 della Dichiarazione di Doha.
[47] "Declaration on the TRIPS Agreement and Public Health" (documento WT/MIN(01)/DEC/W/2).

il più possibile restrittiva delle disposizioni concordate alla IV Conferenza Ministeriale – si sono rifiutati di sottoscrivere una bozza di Decisione sottoposta all'approvazione dei membri OMC dal presidente del Consiglio TRIPS il 16 dicembre. Gli USA hanno argomentato la loro interpretazione restrittiva della Dichiarazione di Doha, sostenendo che eventuali soluzioni si dovranno riferire solo alle patologie espressamente indicate o ad altre malattie infettive equiparabili per gravità. I paesi in via di sviluppo, al contrario, hanno tentato di fare pressioni affinché le eccezioni introdotte nella tutela dei diritti di proprietà intellettuale consentissero loro di porre all'attenzione generale dei membri OMC la gravità dei problemi sanitari che li colpiscono, e di fare approvare altri interventi dall'impatto più radicale ed esteso[49]. Anche il rinvio della scadenza oltre il limite inizialmente fissato di fine 2002, per proseguire il confronto sull'argomento, non ha consentito di raggiungere alcun compromesso.[50]

In seguito all'interruzione del confronto sui farmaci salvavita, gli Stati Uniti hanno dichiarato di rinunciare, per il momento, ad avviare procedimenti contro i paesi membri OMC che esportano farmaci prodotti con licenze obbligatorie (infrangendo in tal modo le norme OMC) verso paesi che ne abbiano estrema necessità. Questa concessione – sostenuta in una dichiarazione separata anche dall'industria farmaceutica statunitense – riguarderebbe comunque solo le patologie espressamente menzionate, secondo l'interpretazione degli USA, nella Dichiarazione di Doha. Si sono successivamente uniti alla posizione degli Stati Uniti anche il Canada e la Svizzera, mentre la UE ha dichiarato anch'essa una moratoria *ad interim*, ma estendendone l'applicazione anche ad altre patologie.

Recentemente, l'Unione Europea ha affrontato la questione dell'accesso ai farmaci salvavita da parte dei paesi senza capacità produttiva con un approccio del tutto diverso, diretto ad incentivarne l'esportazione al minore prezzo possibile per coprire la richiesta di farmaci e, al tempo stesso, a rendere non più indispensabile la produzione in loco tramite concessione di licenze obbligatorie. Il 26 maggio 2003, infatti, è stato approvato un regolamento[51] che consente l'esportazione di tali farmaci dai paesi dell'Unione Europea ai PVS e PMS a prezzi altamente competitivi[52], e che prevede un quadro legislativo diretto a prevenire il rischio di reimportazione degli stessi

---

[48] Sono espressamente menzionate "AIDS, malaria, tubercolosi ed altre epidemie infettive".

[49] Nella bozza presentata il 16 dicembre, infatti, si dava una interpretazione molto estensiva delle disposizioni della Dichiarazione di Doha a proposito delle emergenze sanitarie, come richiesto da un gruppo di paesi africani. Si lasciavano, quindi, spazi per l'applicazione delle deroghe all'Accordo TRIPS anche nei confronti di altre malattie oltre a quelle espressamente menzionate, e si faceva riferimento anche ai principi attivi dei farmaci, così come alla strumentazione diagnostica di base, necessaria al trattamento delle varie patologie interessate.

[50] L'Unione Europea e il Giappone avevano proposto il coinvolgimento dell'Organizzazione Mondiale della Sanità per ricevere un parere sulla copertura delle patologie prevista dalla Dichiarazione di Doha. Successivamente, nel mese di febbraio 2003, il Brasile ha proposto di traslare l'attenzione del dibattito dalla lista delle patologie cui applicare le deroghe all'accordo TRIPS alla valutazione della eligibilità dei paesi che – dichiarando di non avere sufficiente capacità produttiva – intendono importare farmaci da altri PVS. Queste proposte, tuttavia, non sono state più dibattute nelle successive sessioni del TRIPS Council.

[51] Per informazioni più dettagliate si rimanda alla lettura del comunicato stampa UE "Access to medicines: EU clears plan to ensure delivery of cheap medicines to developing countries", Bruxelles, 26 maggio 2003, all'indirizzo: http://europa.eu.int/comm/trade/csc/med08_en.htm.

[52] Sono previste due modalità per determinare questi prezzi: o si fissa il prezzo di vendita ai PVS e PMS ad un livello ridotto del 75% rispetto al prezzo medio di vendita applicato nei mercati OCSE, oppure

farmaci nei paesi industriali[53]. Inizialmente questo regolamento riguarderà solo i farmaci (protetti da brevetti e generici) contro le tre patologie individuate in sede OMC – HIV/AIDS, tubercolosi e malaria – e sarà diretto ad un'ottantina di paesi beneficiari, ma è stata già prevista la possibilità di estendere l'iniziativa, in caso di successo, ad altri farmaci e ad altri paesi importatori. Si tratta di un meccanismo che dovrebbe attivarsi su base volontaria facendo leva, da un lato, sull'interesse delle industrie farmaceutiche a non vedersi preclusa la possibilità di espandere il proprio mercato di riferimento e, dall'altro, sulla possibilità di reperire i necessari fondi per la ricerca e lo sviluppo da donazioni di natura pubblica e privata.

Questa disposizione dell'Unione Europea non costituisce comunque in alcun modo una soluzione al problema della produzione di farmaci salvavita nei PVS e della loro esportazione verso paesi privi di capacità produttiva, su cui i principali paesi industriali avrebbero dovuto confrontarsi anche in occasione dell'incontro dei G8, svoltosi ad Evian all'inizio di giugno. Purtroppo anche il summit di Evian ha ribadito la rigidità di posizione di quei paesi che più risentono delle pressioni delle società produttrici – in primo luogo degli Stati Uniti – non consentendo di giungere ad un compromesso sull'argomento prima dell'ormai prossima Conferenza Ministeriale di Cancún.

2.6 *SINGAPORE ISSUES*

L'insistenza dei maggiori paesi industriali per avviare un confronto negoziale su investimenti diretti esteri (IDE), politiche della concorrenza, politiche di sostegno agli scambi, nonché sulla trasparenza negli appalti pubblici – le cosiddette "Singapore issues"[54] – ha da sempre incontrato la decisa opposizione dei paesi in via di sviluppo (PVS), restii a concedere maggiori aperture dei loro mercati sotto questi aspetti, nel timore di vedere eccessivamente ridotta la loro capacità di intervento nell'economia interna. Nella Dichiarazione di Doha[55] si affermava che i negoziati avrebbero avuto luogo soltanto dopo la V Conferenza Ministeriale, in seguito all'approvazione delle modalità in base alle quali impostare il confronto. Per vincere le resistenze dei PVS si è stabilito inoltre che tale approvazione sarebbe avvenuta per "consenso esplicito"[56],

si fissa il prezzo calcolando i costi diretti di produzione (nei paesi industriali) e applicandovi un margine del 15%.

[53] Si suggerisce, in proposito, anche di distinguere in maniera inequivocabile il prodotto venduto a prezzi competitivi da quello destinato ai mercati dei paesi industriali, con interventi sia sul *packaging* (applicando un logo e/o una apposita dicitura) che sullo stesso prodotto (usando, ad esempio, dimensioni, forme e colori diversi).

[54] Alla Conferenza Ministeriale di Singapore, nel 1996, è stata decisa la costituzione di un Gruppo di lavoro che facesse chiarezza sulla situazione relativa agli investimenti diretti esteri (IDE), alle politiche della concorrenza, alle politiche di sostegno degli scambi, nonché sulla trasparenza negli appalti pubblici. Questo lavoro avrebbe dovuto costituire la base per eventualmente avviare dei negoziati e giungere alla approvazione di una regolamentazione multilaterale di tali tematiche. Nei cinque anni successivi i maggiori paesi industriali hanno fatto pressione affinché il Gruppo di lavoro sul commercio e gli investimenti diventasse sede di confronto negoziale – e giungere così ad un accordo sugli investimenti in ambito OMC – incontrando però una forte resistenza da parte dei paesi in via di sviluppo.

[55] Doha Ministerial Declaration, documento WT/MIN(01)/DEC/1, 20 novembre 2001, Parr. 20-27 http://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/min01_e/mindecl_e.htm#relationship.

[56] L'espressione "explicit consensus" starebbe ad indicare una situazione in cui nessun membro OMC presente alla riunione in cui viene presa una determinata decisione, avanza obiezioni formali alla decisione proposta (Cfr. nota 1 dell'art. IX dell'Accordo di Marrakesh, con il quale veniva istituito l'OMC).

il che consentirebbe anche ad un solo membro OMC di osteggiare, con il suo veto, la formazione del consenso sulle modalità e quindi impedire l'avvio dei negoziati in quest'area. A Doha non è stato comunque stabilito come procedere nel caso in cui questo consenso non venisse raggiunto.

Nel confronto che è proseguito nel corso del 2002 e nei primi mesi del 2003 sono emerse varie divergenze: tra queste, oltre alla distanza delle posizioni sulla portata dei lavori stessi[57], vale la pena notare come venga ancora messa in dubbio l'opportunità di discutere in ambito OMC questo tema, sottolineando l'esiguità delle sue connessioni con il commercio. Anche sul tema centrale di questo dibattito – rappresentato dalla proposta di regolamentare a livello multilaterale gli IDE – si evidenziano netti contrasti, con paesi avanzati e PVS in posizioni contrapposte[58].

I paesi industriali, interessati all'apertura dei mercati ai loro investimenti, sostengono con forza l'idea che la regolamentazione degli IDE rientri nelle competenze dell'OMC e mirano alla creazione di un regolamento internazionale vincolante[59], diretto a:

- garantire agli investitori esteri il "trattamento nazionale", eliminando le numerose condizioni che attualmente limitano le loro operazioni;
- disciplinare in modo molto più favorevole per gli investitori esteri i requisiti di *performance* (azionariato, trasferimento di tecnologia, incentivi agli investimenti);
- proteggere i diritti degli investitori, secondo severi standard, contro rischi di "espropriazione"[60];
- prevedere il ricorso al meccanismo OMC di composizione delle controversie, in caso di mancato rispetto degli impegni eventualmente assunti in tema di investimenti esteri.

Questi paesi sarebbero inoltre disposti ad accettare la negoziazione di un accordo non troppo stringente – per questo si parla di un approccio tipo GATS, in cui i paesi sono liberi di scegliere i settori da regolamentare e il grado di liberalizzazione da accordare – per spingere, solo in un secondo momento, il processo in avanti verso ulteriori e più consistenti liberalizzazioni.

---

[57] Per ciò che riguarda gli investimenti, ad esempio, da un lato alcuni paesi – come gli Stati Uniti – chiedono una copertura più estesa, comprendendo anche gli investimenti di portafoglio, mentre dall'altro molti membri OMC – soprattutto PVS – intendono restringere il campo di discussione ai soli investimenti diretti esteri.

[58] Secondo i PVS, infatti, una iniziativa di regolamentazione degli IDE più appropriata e bilanciata – e non legalmente vincolante – dovrebbe indirizzarsi alle attività delle multinazionali, piuttosto che all'operato dei governi, e dovrebbe inoltre fare riferimento alle Nazioni Unite anziché all'OMC. (Cfr. Martin Khor, "The WTO Should Drop the Investment Issue after Cancun", in Bridges vol. 7 n. 4, maggio 2003).

[59] Queste richieste ripropongono in sostanza quanto contenuto in una proposta di accordo del 1995 avanzata dalla UE in sede OMC, e soprattutto quanto riportato nella bozza di Accordo multilaterale sugli investimenti (MAI) proposta dall'OCSE. Poiché questo modello ha suscitato resistenze anche nell'opinione pubblica degli stessi paesi proponenti, sono state successivamente avanzate versioni meno ambiziose, basate su un approccio più graduale, ma non ancora approvate.

[60] Si assume a questo riguardo che l'interpretazione dei paesi industriali intenda comprendere anche la cosiddetta "espropriazione indiretta" ovvero qualunque serio danno alla redditività dell'investimento derivante da politiche industriali o fiscali adottate dal paese ospitante. (Cfr. Martin Khor, "The WTO Should Drop the Investment Issue after Cancun", in Bridges vol. 7 n. 4, maggio 2003).

Sono invece del tutto contrari all'avvio di negoziati in questo ambito i PVS, secondo i quali un accordo internazionale sulla regolamentazione degli investimenti, del tipo proposto, sarebbe strutturato per massimizzare i diritti degli investitori e minimizzare l'autorità, i diritti e lo spazio politico dei governi dei PVS, che hanno avuto finora la libertà di regolamentare l'entrata di IDE e le condizioni di costituzione e di funzionamento degli stessi. Un accordo che concedesse maggiori, e finora inediti, diritti agli investitori esteri renderebbe quindi ancora più sbilanciato il sistema OMC, già da loro considerato iniquo, con benefici quasi esclusivamente per i paesi industriali (cui si riferisce la maggior parte degli IDE), e costi sostenuti essenzialmente dai PVS.

Pur riconoscendo l'esistenza di alcuni elementi di flessibilità nella proposta che viene a grandi linee presa a modello[61] i PVS temono di mettere in moto una spinta inarrestabile a proseguire il processo di liberalizzazione, con conseguente ulteriore riduzione dei gradi di libertà delle loro politiche di sviluppo, che li forzerebbe a premature applicazioni del trattamento nazionale agli IDE. Le stesse eccezioni che si potrebbero prevedere per alcuni settori, dovranno comunque essere negoziate - ad un costo - ed esplicitate. Una volta firmato l'accordo sugli IDE, si ritiene quindi estremamente difficile introdurre altre eccezioni, anche se mutate circostanze rendessero necessarie nuove restrizioni.[62]

Considerata la distanza delle diverse posizioni negoziali, è assai difficile ed altamente improbabile che i membri OMC riescano a raggiungere un "consenso esplicito" per l'avvio dei negoziati. Introdurre nuovi temi nella già troppo affollata agenda di Cancún significherebbe togliere tempo e risorse alla ricerca di soluzioni di altri problemi, a cui i membri OMC avevano dichiarato di dare priorità, ma rispetto ai quali non si sono finora registrati significativi progressi.

---

[61] Ci si riferisce alla proposta di accordo elaborata nel 1995 dall'OCSE "Multilateral Agreement on Investments" (MAI) Cfr. http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-92-3-no-6-3047-92,00.html

[62] Cfr. Ha-Joon Chang e Duncan Green "The Northern WTO Agenda on Investment: Do as We Say, Not as We Did", in Bridges, vol. 7 n. 4, maggio 2003.

MULTILATERALISMO E REGIONALISMO NEGLI ACCORDI COMMERCIALI

*di Paolo Guerrieri e Irene Caratelli**

Negli ultimi quindici anni la propensione e l'interesse verso la conclusione di accordi bilaterali, plurilaterali e regionali - che per comodità espositiva riassumeremo d'ora in poi con il termine di Regionalismo – si sono diffusi, ed il Regionalismo è divenuto sempre più attraente per la quasi totalità dei paesi membri del WTO/OMC (Organizzazione Mondiale per il Commercio).

Gli accordi commerciali preferenziali (PTA) sono cresciuti di numero in modo spettacolare. Si calcola che oggi più della metà del commercio mondiale si svolga all'interno di accordi preferenziali di varia natura, già conclusi o in via di realizzazione (WTO 2002). Tuttavia, per quanto diffusa la partecipazione delle varie aree a questo tipo di accordi resta assai differenziata: l'Unione Europea (UE) vanta la quota di gran lunga più elevata con circa il 70 per cento del totale degli accordi preferenziali; seguita dai paesi del MERCOSUR (Mercado Común del Sur) e del NAFTA (North American Free Trade Agreement) con circa il 40 per cento; mentre l'Est Europa e l'Africa hanno quote vicino alla media (28 per cento), anche se in crescita nell'ultimo decennio, e l'Asia segue assai distaccata con il 3-4 per cento (Grether e Olarreaga, 1998).

La recente proliferazione di accordi preferenziali non rappresenta certo una novità nella storia dell'economia mondiale dell'ultimo secolo, si tratta in realtà della terza ondata di regionalismo, dopo la prima affermatasi negli anni '30 tra i paesi più avanzati – caratterizzata da aperte discriminazioni e politiche di protezionismo commerciale – e l'altra, che risale al periodo compreso tra gli anni Cinquanta e Settanta, che venne messa in atto per lo più dai paesi in via di sviluppo (PVS) per attuare politiche di sostituzione delle importazioni e promozione delle industrie domestiche (Sideri, 1997).

Il regionalismo nella sua versione più recente presenta tuttavia profonde differenze rispetto alle esperienze del passato; tra queste si possono ricordare: il diverso grado di sviluppo dei paesi che partecipano agli accordi; la proiezione verso l'esterno delle strategie dei partecipanti; i processi di apertura e liberalizzazione dei mercati domestici, non solo dei beni, ma anche dei servizi; accordi estesi ai 'nuovi' temi commerciali quali gli standard tecnici, la concorrenza e gli investimenti (Lawrence, 1997).

Pur avendo tratti comuni, oggi il vasto insieme di accordi preferenziali si presenta fortemente eterogeneo. È utile distinguere a questo riguardo gli accordi stipulati: a) tra paesi sviluppati, b) tra paesi in via di sviluppo, ed infine c) tra gli uni e gli altri.

Nel primo caso - accordi tra paesi industrializzati - si riscontrano differenze sostanziali nell'approccio seguito dalle diverse aree: l'Unione Europea, ad esempio, ha realizzato accordi sempre venati da forti contenuti d'integrazione, sia economica, sia politica (Baldwin, 1997; Sapir, 1997); mentre il 'regionalismo aperto' dell'Asia del Pacifico è stato quasi sempre concepito all'interno di cornici istituzionali assai esili e per lo più sorretto dalle sole forze di mercato (Bergsten 1997; Panagariya 2000; Tanaka e Takashi 1996; Srinivasan 1995). Il caso degli Stati Uniti è più vicino al modello dell'Asia del Pacifico in quanto gli accordi bilaterali promossi dagli Stati Uniti sono finalizzati per lo più alla rimozione delle tradizionali barriere al commercio (tariffe e quote).

**Rispettivamente Università di Roma 'La Sapienza' e Istituto Affari Internazionali*

Il secondo gruppo di PTA – che vede protagonisti i paesi in via di sviluppo – ha finalità e contenuti più limitati, in quanto è solitamente ristretto a pochi prodotti-settori. Tali accordi sono stati promossi soprattutto dalle organizzazioni internazionali quali strumento diretto a favorire la stabilità e lo sviluppo regionale. Infine, storicamente i PTA tra paesi sviluppati ed in via di sviluppo sono stati accordi preferenziali fortemente asimmetrici in favore dei PVS, tuttavia oggi l'obiettivo è quello di modificarli per inserirli all'interno di schemi più bilanciati che prevedano il progressivo stabilimento di impegni reciproci, come nel caso dell'Accordo di Cotonou e della partnership Euro-Mediterranea.

Un'altra utile suddivisione dei PTA è in base al tipo di accordo stipulato: area di libero scambio, unione doganale, mercato comune, unione economica. Gli accordi più numerosi e diffusi sono quelli finalizzati alla creazione di aree di libero scambio che portano alla rimozione delle barriere commerciali esistenti tra i paesi membri, pur mantenendo tariffe nazionali distinte nei confronti dei paesi terzi; le unioni doganali sono aree di libero scambio in cui i paesi membri adottano anche una comune politica commerciale verso l'esterno; forme più avanzate d'integrazione caratterizzano sia il mercato comune sia l'unione economica, in cui si realizzano rispettivamente un libero movimento dei fattori della produzione nella prima e forme di armonizzazione delle politiche economiche nazionali nella seconda (Balassa, 1961).

1. L'analisi economica ed il regionalismo

Negli anni Cinquanta e Sessanta l'analisi economica ha dedicato particolare attenzione al fenomeno del regionalismo.

L'impatto economico degli accordi preferenziali venne valutato prevalentemente in un'ottica di statica comparata, ricorrendo agli effetti di creazione e diversione di commercio individuati dal pionieristico lavoro di Viner (1950). La conclusione di carattere generale illustrava come i PTA potessero generare benefici per i paesi membri e per l'economia mondiale nel suo complesso – anche se di entità relativamente modesta – a patto che gli effetti di creazione di commercio fossero predominanti su quelli di diversione.

Pertanto, gli effetti sul benessere economico derivanti dal regionalismo non erano né certi, né determinabili a priori, in quanto legati alle caratteristiche specifiche e ai contenuti di ciascun accordo. Si doveva procedere con analisi caso per caso, e così venne fatto in numerosi lavori empirici. In particolare, le ricerche sugli accordi preferenziali stipulati tra paesi avanzati – quali quelli europei – avevano messo in luce effetti netti modesti ma per lo più positivi, in termini sia di creazione di commercio, sia di contributo alla liberalizzazione commerciale multilaterale (Pelkmans, 2001). Meno positivi risultavano essere invece gli effetti degli accordi tra paesi in via di sviluppo, considerati da molti autori come una potenziale fonte di distorsione degli scambi mondiali.

Da diversi anni, la terza ed ultima generazione di accordi regionali ha prodotto un rinnovato interesse dell'analisi economica. Anche grazie alle innovazioni metodologiche introdotte dalla new trade theory, la letteratura ha individuato, in un contesto di analisi prevalentemente dinamico, nuovi effetti economici del regionalismo, quali: la realizzazione di economie di scala; l'accresciuta concorrenza; la maggiore diversificazione dei prodotti (Pelkmans, 2001).

Pur nella diversità degli approcci, è interessante mettere in luce come, secondo molti dei più recenti contributi, i benefici economici netti derivanti dai PTA possano risultare assai più elevati e consistenti di quanto suggerito, molti anni prima, dalla teoria economica tradizionale.

Tutto ciò dipende anche dalle significative novità prodottesi nel regime commerciale multilaterale durante gli ultimi due decenni. Le condizioni di accesso e con-

tendibilità dei mercati sono divenute infatti temi centrali nei processi di liberalizzazione commerciale, dal momento che l'ingresso sul mercato nazionale di imprese e operatori di altri paesi, pur in presenza di drastiche riduzioni delle barriere tariffarie, continuava e continua tuttora ad essere impedito di fatto dalle significative differenze esistenti nei sistemi di regole e politiche nazionali (in termini, ad esempio, di concorrenza, investimenti esteri, corporate governance, diritti di proprietà intellettuale e così via) (Guerrieri, 2003).

Di conseguenza, di fronte alla crescente integrazione tra i sistemi-paese (deeper integration) l'attenzione degli studiosi si è rivolta oltre le tradizionali barriere commerciali (tariffarie e non), e ha coinvolto i 'nuovi temi commerciali' di prima e seconda generazione (proprietà intellettuale e servizi da un lato, investimenti, politiche per la concorrenza, standard ambientali e sociali dall'altro) (Hoekman e Kostecki, 2001). Il multilateralismo è risultato un contesto negoziale fondamentale anche in relazione ai nuovi temi commerciali, ma le analisi hanno esplorato nuovi aspetti degli accordi preferenziali rivelando possibili complementarità tra PTA e regime commerciale multilaterale (Guerrieri e Scharrer, 2001).

Probabilmente, per cogliere il valore specifico di ciascun approccio (multilaterale e regionale) bisogna sottolineare come un ampio numero di accordi preferenziali non sia determinato semplicemente da fattori di carattere economico, ma da importanti obiettivi politici e strategici. Infatti, i PTA rappresentano un importante strumento per influire sulla sicurezza, la democrazia, la governabilità e la credibilità dei paesi coinvolti.

Hoekman e Kostecki (2001) hanno sintetizzato i fattori politico-economici più rilevanti che nell'ultimo quindicennio hanno portato alla realizzazione di accordi regionali, in particolare: 1) il mutato favorevole atteggiamento degli Stati Uniti nei confronti del regionalismo, che prende le mosse negli anni Ottanta in seguito alle frustrazioni accumulate a causa delle lentezze insite nei processi di liberalizzazione a livello multilaterale (Bhagwati 1993); 2) il crollo del modello del socialismo reale, che trasformò la conclusione di PTA tra i paesi dell'Europa centro-orientale e l'UE in un'occasione per accelerare e consolidare la transizione di tali paesi verso l'economia di mercato; 3) il cosiddetto effetto "domino" (domino regionalism, Baldwin 1993), per cui la creazione di blocchi commerciali regionali da parte dei maggiori paesi finisce per esercitare una forte pressione ad aderire nei confronti dei paesi terzi nel timore che i costi dell'esclusione divengano sempre più elevati; 4) l'accresciuta attività delle lobbies per la riduzione dei costi commerciali derivanti dai diversi sistemi regolamentari e la percezione che tale riduzione sia raggiungibile con più facilità nell'ambito di accordi preferenziali limitati a paesi più simili tra loro; infine 5) le considerazioni di politica estera e di sicurezza che ispirano (e dominano) molti accordi, giustificando i loro costi economici quasi come una sorta di prezzo da pagare per il raggiungimento di finalità di altra natura.

2. Regionalismo e OMC

La compatibilità tra il regionalismo e il regime commerciale multilaterale è stato un tema molto dibattuto negli ultimi anni. Da alcuni studi si evince non solo che tale compatibilità sussiste, ma che gli accordi preferenziali possono favorire anche l'apertura e l'integrazione multilaterale, dal momento che inducono i paesi partecipanti a realizzare riforme commerciali complementari ai processi di liberalizzazione multilaterale (Summers, 1991; Whalley, 1996; Francois, 1997); o promuovono negoziazioni su temi troppo complessi per poter essere trattati a livello multilaterale (Lawrence, 1996). Inoltre, il minor numero degli attori coinvolti nel negoziato regionale rende più agevole realizzare un'azione collettiva (Krugman, 1993). In altre parole, i PTA possono assolvere una funzione intermedia tra lo stato nazionale e le istitu-

zioni multilaterali, stabilendo un legame importante tra politiche domestiche e internazionali. Il regionalismo rappresenterebbe così un meccanismo importante per assicurare forme di governance internazionale a più livelli (multilevel governance), contribuendo ad una maggiore apertura dello stesso regime multilaterale.

Tuttavia, altri contributi giungono a conclusioni opposte negando che il regionalismo sia in grado di favorire e sostenere, per molteplici ragioni, il multilateralismo in campo commerciale (Bhagwati, 1993). Alcuni osservatori in particolare temono che i paesi aderenti ai PTA non solo possano divenire meno interessati ai processi di liberalizzazione multilaterale, ma che si servano degli accordi preferenziali come strumenti per innalzare le barriere commerciali (Krugman, 1991; Bhagwati e Panagariya, 1996). Inoltre, poiché la realizzazione di PTA richiede l'impiego di ingenti risorse finanziarie e politiche, tali risorse verrebbero inevitabilmente 'sottratte' alle iniziative multilaterali (Levy, 1996). Si ritiene pertanto che il regionalismo possa trasformarsi addirittura in un ostacolo per la realizzazione della liberalizzazione multilaterale. Regionalismo e multilateralismo andrebbero dunque considerati come processi alternativi e non complementari.

Anche le analisi empiriche più recenti, come abbiamo già accennato, hanno offerto risultati contrastanti sugli effetti economici del regionalismo e non consentono di definire con relativa certezza la relazione tra regionalismo e multilateralismo in campo commerciale (Winters, 1999). Ciò che si può dire è che a seconda delle specifiche circostanze, economiche e politiche, i PTA possono esercitare di volta in volta effetti positivi o negativi, promuovendo o contrastando la cooperazione commerciale multilaterale (Baldwin et al., 1999).

In questa prospettiva un ruolo importante di sorveglianza potrebbe essere esercitato dall'OMC.

Le regole del GATT prima e dell'OMC poi hanno cercato di modellare sia la struttura, sia la composizione dei PTA, così da ridurre la discriminazione nei confronti dei paesi terzi. Sebbene il principio della non-discriminazione sia stabilito nell'Articolo I del GATT (clausola della nazione più favorita), l'Articolo XXIV – che si occupa in particolare degli accordi preferenziali – rientra tra le eccezioni esistenti a questo principio, offrendo il necessario supporto giuridico per esentare i PTA dal suo rispetto. In effetti, ben pochi accordi preferenziali hanno soddisfatto le due condizioni di base stabilite dall'Articolo XXIV, che impongono ai PTA di estendere la liberalizzazione sostanzialmente alla totalità dei prodotti (substantially all trade) mantenendo inalterate le barriere commerciali verso i paesi terzi. Un approccio analogo all'Articolo XXIV è stato adottato più di recente nell'ambito del GATS (General Agreement on Trade in Services) con riferimento agli scambi di servizi (Articolo V).

In passato la maggior parte dei PTA ha beneficiato di una sorta di 'benevola indifferenza' da parte del sistema GATT/OMC, il cui obiettivo era soprattutto quello di minimizzare le ripercussioni che questi accordi potessero avere sul sistema commerciale multilaterale.

Il problema è che queste regole del GATT/GATS/OMC, tese a evitare e/o minimizzare le distorsioni sul commercio mondiale derivanti dal regionalismo, si sono sempre rivelate difficili da applicare perché ambigue e incomplete. Anzi, in questi anni non sono mai state veramente applicate.

In definitiva, a parere di molti l'OMC non dispone attualmente di regole e strumenti efficaci per governare la diffusione crescente di accordi regionali, soprattutto per evitare che i PTA generino distorsioni ed ostacoli al rafforzamento del sistema commerciale multilaterale. È dunque importante che queste regole siano riviste, modificate e possibilmente rafforzate. In effetti il tema è stato inserito nell'Agenda del nuovo Round commerciale lanciato a Doha (Qatar) alla fine del 2001 (Doha Development Agenda) e che 'dovrebbe' concludersi alla fine del 2004. Le proposte sul tavolo ovviamente sono molte, e tra esse figura anche la revisione dell'Articolo XXIV. In passato, le maggiori difficoltà incontrate nella sua applicazione hanno riguardato tre specifici temi: (i) il requisito della copertura pressoché totale dei prodotti (sub-

stantially all trade), sistematicamente disatteso, soprattutto con riferimento ai prodotti agricoli (WTO, 2002); (ii) la fissazione di regole d'origine trasformatesi in una fonte rilevante di distorsione degli scambi; (iii) l'ottemperanza della clausola di mantenere inalterate le barriere verso i paesi terzi per le difficoltà di misurazione di tali barriere, anche alla luce di meccanismi di protezione sempre meno trasparenti quali le barriere non tariffarie.

Rispetto a questi e ad altri temi sono state avanzate molte proposte di revisione e riforma, che sulla carta si presentano tutte interessanti e di grande rilievo, ma il più delle volte la loro operatività è di difficile applicazione. È il caso ad esempio delle proposte di riforma che vorrebbero condizionare l'approvazione da parte dell'OMC degli accordi preferenziali all'effettiva generazione, da parte di questi ultimi, di effetti netti di creazione di commercio. Per quanto condivisibile, è una proposta che nella sua applicazione susciterebbe non poche ambiguità per i problemi di misurazione già menzionati (Winters e Solana, 2000).

Ne deriva, in conclusione, che sebbene sia necessario rafforzare gli strumenti di sorveglianza multilaterale dell'OMC in tema di PTA, non è affatto semplice stabilire parametri assoluti che mettano al riparo tali accordi da effetti negativi. E' certamente vero che il regionalismo può rappresentare un importante laboratorio di sperimentazione delle modalità di "integrazione profonda" tra paesi (deep integration). A condizione, però, che gli accordi regionali si muovano nell'ambito di obiettivi compatibili con il contesto multilaterale e costituiscano così una sorta di ponte tra regimi nazionali e globali. Altrimenti gli accordi preferenziali potrebbero rapidamente trasformarsi in forme di integrazione antagoniste al sistema commerciale globale. E' per questo che il lancio di Round commerciali multilaterali finalizzati alla riduzione delle barriere tariffarie ed alla costruzione di nuove regole globali resta oggi il meccanismo più efficace – al pari di quanto avvenuto in passato – per evitare le diversioni del commercio e gli altri effetti negativi dei PTA.

Note Bibliografiche

Bagwell, K.; Staiger, R.W. (July 1998) "Will Preferential Agreements Undermine the Multilateral Trading System?", The Economic Journal, Vol. 108, N. 449.

Balassa B., The theory of Economic Integration, Homewood, Richard D. Irwin, 1961.

Baldwin, R.E. (1995), "A Domino Theory of Regionalism", in Baldwin R.E. – Haaparanta P. – Kiander J. (eds), Expanding membership in the European Union, Cambridge University Press, Cambridge Massachusetts.

Baldwin, R.E. (1997), "The Causes of Regionalism", in The World Economy, Vol. 20, November.

Bergsten C.F. (1997), Open Regionalism, Institute for International Economics, Working Paper 97-3

Bhagwati, J. (1993), "Regionalism and Multilateralism: an Overview", in K. Anderson – R. Blackhurst (eds), Regional Integration and the World Trading System, Harvester-Wheatsheaf, London.

Bhagwati, J. and A. Panagariya, (1996), "Preferential Trading Areas and Multilateralism: Strangers, Friends, or Foes?" in Free Trade Areas or Free Trade? The Economics of Preferential Trading Agreements, by Bhagwati, J. and A. Panagariya (eds.), American Enterprise Institute Press, Washington D.C.

Grether, J.M; Olarreaga, M. (1998) "Preferential and Non-Preferential Trade Flows in World Trade", World Trade Organization, Economic Research and Analysis Division, Staff Working Paper ERAD-98-10.

Guerrieri, P.; Scharrer H.E. (eds.) (2000) Global Governance, Regionalism and the International Economy, HWWA (Hamburg Institute of International Economics) in

cooperation with IAI (Istituto Affari Internazionali), Nomos Verlagsgesellschaft, Germany.

Guerrieri, P. (a cura di) (2003), Libero scambio e regole multilaterali, Il Mulino, Bologna,

Hoekman, B.; Kostecki, M.M. (2001) The Political Economy of the World Trading System, The WTO and Beyond, Second Edition, Oxford University Press, Great Britain.

Krugman, P. (1993) "Regionalism versus Multilateralism: Analytical Notes", in New Dimension in Regional Integration, J. De Melo, A. Panagariya (eds.), New York University Press.

Krugman, P.R. (1991) "The Move Towards Free Trade Zones", in Policy Implications of Trade and Currency Zones, A Symposium Sponsored by The Federal Reserve Bank of Kansas City, Jackson Hole, Wyoming, August 22-24.

Lawrence, R.Z. (1996) Regionalism, Multilateralism, and Deeper Integration, Washington, D.C.: The Brooking Institution.

Lawrence, R.Z. (1997) "Preferential Trading Arrangements: The Traditional Theory and The New", in Regional Partners in Global Markets: Limits and Possibilities of the Euro-Med Agreements, Galal, A.; Hoekman, B. (eds), ECES (The Egyptian Centre for Economic Research), and CEPR (Centre for Economic Policy Research), London.

Levy P.I. (1996), Comment on "Regionalisation of World Trade and Currencies: Economics and Politics", in The Regionalisation of the World Economy, by Frankel (eds.), Chicago University Press

Panagariya, A. (2000) "Preferential Trade Liberalization: The Traditional Theory and New Developments", in Journal of Economic Literature, Vol. XXXVIII, June.

Pelkmans, J. (2001) European Integration, Methods and Economic Analysis, Financial Times-Prentice Hall, Pearson Education, Second Edition, England.

Sapir, A. (1997) "Regional Trade Agreements, Europe's Emerging Role", meeting jointly organized by ECARE and CEPR and hosted by ECARE, chaired by Luciana Castellina (Committee on External Economic Relations, European Parliament), Brussels.

Sideri S. (1997), Globalisation and Regional Integration, Institute of Social Studies Working paper, The Hague, December

Srinivasan, T.N. (1995) "APEC and Open Regionalism", Yale University.

Summers, L.H. (1991) "Regionalism in the World Trading System", in Policy Implication of Trade and Currency Zones: A Symposium, Kansas City, Mo. Federal Reserve Bank.

Tanaka, T.; Takashi, I. (1996)(eds.) Globalism and Regionalism, Selected Papers Delivered at the United Nations University, Global Seminar, Shonan Sessin, Japan.

Viner, J. (1950), The Customs Union Issue, New York: Carnegie Endowment for International Peace

Whalley, J. (1996) "Why do Countries Seek Regional Trade Agreements?", NBER Working Paper 5552, National Bureau of Economic Research, Harvard University, Cambridge, Mass.

Winters A. (1999), "Regionalism vs. multilateralism, in Market Integration, Regionalism and the Global Economy, Baldwin, R., Cohen D., Sapir A. and A.Venables (eds.), Center for Economic Policy Research, Cambridge U.P., Cambridge U.K.

Winters, A.L.; Solana, I. (2000) "Regionalism in the Nineties: What Effect on Trade?", World Bank, November.

WTO Secretariat, (2002) "Regional Trade Integration Under Transformation", Seminar on Regionalism and WTO, Geneva 26 April 2002.

LA CRISI DEL MERCOSUR E LE SUE PROSPETTIVE

*di Giorgio Basevi e Lelio Iapadre**

1. Introduzione

Il Mercosur[1] non è più, da qualche tempo, un tema che susciti l'interesse degli osservatori economici. Essenzialmente tale progetto di integrazione ha, negli ultimi anni, perduto la sua iniziale credibilità. La crisi valutaria del Brasile prima (1998-99), quella dell'Argentina dopo (2001-03) –quest'ultima ben più grave e di natura politica oltre che economica – hanno spostato l'attenzione dai problemi dell'integrazione commerciale fra i paesi di quell'area, alle loro individuali difficoltà finanziarie e ai dirompenti effetti che esse hanno avuto sugli investimenti effettuati da altri paesi, fra i quali in particolare l'Italia. Inoltre i due principali paesi hanno privilegiato, durante tali crisi, i propri obiettivi nazionali rispetto a quelli del Mercosur.

Un senso di sfiducia si è quindi diffuso sulle prospettive di effettivo sviluppo del Mercosur verso i suoi obiettivi di integrazione regionale, e di un suo significativo inserimento nell'ambito di accordi con altre aree di integrazione, in particolare con l'Unione Europea, o anche con il NAFTA, all'interno di una più ampia area di libero scambio delle Americhe (FTAA).

Il rallentamento dell'economia e del commercio mondiali hanno nel frattempo riorientato l'interesse verso orizzonti più ampi, ma non meno tempestosi.

Riteniamo tuttavia che sia oggi utile riprendere in considerazione lo stato e le possibili evoluzioni del Mercosur, e ciò per una serie di motivi.[2]

Anzitutto, messe ormai alle spalle le elezioni presidenziali brasiliane e accettata di buon grado dai circoli politici e finanziari internazionali l'elezione di Lula da Silva, superata inoltre la lunga fase di stallo politico con la recente elezione di Kirchner in Argentina, è probabile che i due principali paesi del Mercosur pongano mano ad un ridisegno della sua architettura, o almeno dei tempi e degli obiettivi della sua evoluzione.[3]

In secondo luogo, è possibile che, sul campo dell'America meridionale, si stia per giocare una nuova fase della partita economica, se non politica, fra Stati Uniti e Unione Europea; partita che, dopo la grave crisi in cui i rapporti transatlantici sono entrati con la guerra dell'Iraq, rischia di trasformarsi in lunga e dura contesa.

In terzo luogo, è anche evidente che questa partita si intreccia con l'altra, non meno importante, legata all'andamento dei negoziati commerciali nell'ambito della OMC. Questi potrebbero concludersi con il rafforzamento ed ampliamento del libero scambio e con la conferma dell'approccio multilaterale; ma potrebbero anche arenarsi in una situazione di stallo, dando luogo al rafforzarsi di processi di integrazione a blocchi o per accordi preferenziali, orientati in senso protezionista, piuttosto che intesi come passi verso una liberalizzazione generalizzata degli scambi.

** Rispettivamente Università di Bologna e Università dell'Aquila*

[1] Mercado Común del Sur, costituito da Argentina, Brasile, Paraguay, Uruguay. Si veda la pagina ufficiale: http://www.mercosur.org.uy/

[2] Non è questa la prima volta che il Rapporto ICE si occupa del Mercosur. Oltre ad un quaderno di ricerca ("Effetti della creazione del Mercosur sui rapporti economici e gli scambi commerciali tra i paesi dell'area e il resto del mondo", di E. Mazzeo, E. Morganti, M. Saladini, Quaderno di ricerca, n. 9, marzo ICE, 1999), si veda "Gli accordi di integrazione in America Latina e nei Caraibi; le negoziazioni all'interno e all'esterno del continente", di A. O'Connell, Rapporto ICE 2000-01 (pubblicato nel giugno 2001). Si veda inoltre "Le recenti evoluzioni dei rapporti tra Unione Europea e Mercosur", di C. Gioffré, Rapporto ICE 2001-02 (pubblicato nel giugno 2002).

[3] Segnali piuttosto impegnativi in tal senso sono stati lanciati in occasione del primo incontro ufficia-

2. Evoluzione e stato attuale dell'accordo Mercosur

Può essere utile ripercorrere rapidamente le tappe del Mercosur, comparandole, nei limiti del possibile, a quelle dell'UE e del NAFTA.[4]

Un accordo di integrazione limitato ad Argentina e Brasile era già stato firmato il 29 luglio 1986 ed entrò in vigore il 19 gennaio 1987. Con il trattato di Asunción (26 marzo 1991), fu creato il Mercosur come una unione doganale di quattro paesi – Argentina, Brasile, Paraguay, Uruguay. La tariffa comune entrò in vigore il 1 gennaio 1995. Cile (ottobre 1996) e Bolivia (marzo 1997) stipularono ben presto accordi di associazione mirati al libero scambio con il Mercosur.

Tecnicamente, l'obiettivo del trattato di Asunción era di creare qualcosa di più di una unione doganale, cioè un vero e proprio mercato comune. In realtà, a tutt'oggi, la stessa unione doganale non è ancora stata completata. Il periodo di transizione, che avrebbe dovuto terminare il 31 dicembre 1994, comportava una riduzione graduale e automatica dei dazi doganali, l'eliminazione di barriere non tariffarie e di altre restrizioni al commercio, e quindi l'introduzione di una tariffa comune. Inoltre avrebbe dovuto essere disegnata una forma di coordinamento delle politiche macroeconomiche.

Tuttavia l'eliminazione dei dazi e degli ostacoli non tariffari non fu generalizzata. Furono previste alcune importanti eccezioni per certi settori commerciali (automobilistico, saccarifero, tessili e abbigliamento, ecc.). Tali eccezioni avrebbero dovuto essere eliminate in parte entro il 1 gennaio 2001 e, in parte, per un numero limitato di casi, entro il 2006 (con il permesso per Paraguay e Uruguay di prorogare di un anno l'obiettivo della completa eliminazione dei dazi).

In realtà i paesi membri non si trovarono pronti all'appuntamento di fine 1994. Oltre al ritardo già concordato per i due paesi minori, si dovette istituire un ulteriore sistema transitorio, da applicarsi ad un gruppo specifico e limitato di prodotti. Inoltre resta in vigore il sistema delle eccezioni per taluni settori produttivi, in particolare quelli automobilistico e saccarifero.

L'esclusione del settore automobilistico dall'iniziale progetto di integrazione del Mercosur è probabilmente la causa principale delle difficoltà cui sono andati incontro gli investimenti diretti effettuati in tale settore dai grandi produttori mondiali. Investimenti basati più sulle distorsioni introdotte dagli accordi protettivi fra Argentina e Brasile, che non sui vantaggi comparati dei due principali paesi. Orientati cioè, di fatto, se non nelle iniziali ambizioni, a rifornire il mercato locale del Mercosur, piuttosto che a raggiungere con esso economie di scala sufficienti a farne una base per esportare anche verso paesi terzi.[5]

Analogamente, i processi di privatizzazione dei servizi pubblici, avvenuti in particolare nei due principali paesi, hanno fortemente influenzato gli investimenti diretti verso settori relativamente poco esposti alla concorrenza internazionale ("non-tradeables"), con miglioramento nell'efficienza dei servizi stessi, ma con minori e solo indiretti riflessi sullo sviluppo industriale e la competitività internazionale, talora, anzi, con conseguenze negative per la politica valutaria.[6]

le avvenuto fra i presidenti di Argentina e Brasile il giorno 11 giugno 2003. Il testo del comunicato congiunto è consultabile al sito: http://www.radiobras.gov.br/integras/03/integra_110603_03.htm

[4] *La tabella 1 allinea i calendari dei tre accordi, facendo coincidere per prima riga la firma del primo trattato ad essi sottostante; ciò al fine di mettere in prospettiva l'evoluzione necessariamente più breve dei più recenti accordi di integrazione americani, rispetto a quello europeo.*

[5] *Come si dirà nel seguito, la ritrovata flessibilità del cambio da parte del real e del peso sembra aver dato impulso ad un orientamento più efficiente degli investimenti in questo settore.*

[6] *Sebbene i temi monetari e finanziari escano dall'oggetto di questo Rapporto, può essere utile ricordare che la privatizzazione e la vendita ad investitori stranieri di gran parte delle società nei settori dei servizi pubblici era accompagnata, in particolare in Argentina, a forme di garanzia sulla tarifficazione, legata al cambio del dollaro o all'inflazione degli Stati Uniti; in tal modo rendendo più diffici-*

La credibilità del Mercosur, oltre ad esser stata posta in dubbio dal rallentamento della sua attuazione e dalle perduranti eccezioni, è stata minata dall'approccio poco istituzionale ed effettivamente vincolante dei suoi meccanismi. Gli interessi nazionali e contingenti hanno prevalso sugli impegni formalmente presi.

Già in risposta alla forte svalutazione del real a seguito della crisi brasiliana del 1998-99 l'Argentina si era a stento trattenuta dall'introdurre dazi compensatori

Cronologia dei processi di integrazione in Europa e in America

Unione Europea		Mercosur		NAFTA (FTAA?)	
1951	firma del Trattato della CECA	1986	firma del Programma di integrazione Argentina-Brasile	1988	firma trattato di libero scambio Canada-USA
1952	inizio della CECA con 6 membri	1987	inizio dell'integrazione Argentina Brasile	1989	inizio accordo di libero scambio Canada-USA
1953		1988	firma del Trattato di integrazione Argentina-Brasile	1990	
1954		1989		1991	
1955		1990		1992	
1956		1991	firma del Trattato di Asunciòn: 4 membri	1993	
1957	firma dei trattati di Roma: CEE, Euratom	1992		1994	inizio NAFTA; accordo programma per la FTAA
1958		1993		1995	
1959		1994		1996	
1960		1995	adozione della tariffa esterna comune	1997	
1961		1996	Cile e Bolivia associati al Mercosur	1998	
1962		1997		1999	
1963		1998		2000	
1964		1999		2001	
1965		2000		2002	
1966		2001		2003	
1967		2002		2004	
1968		2003		2005	inizio della FTAA?
1969		2004			
1970		2005	inizio della FTAA?		
1971					
1972	"accordo di cambio del "serpente" europeo"				
1973	Danimarca, Irlanda, Regno Unito: 9 membri				
1974					
1975					
1976					
1977					
1978					
1979	inizio del Sistema Monetario Europeo				
1980					
1981	Grecia: 10 membri				
1982					
1983					
1984					
1985					
1986	Portogallo, Spagna: 12 membri				
1987					
1988					
1989					
1990	prima fase dell'UEM: liberi movimenti dei capitali				
1991					
1992					
1993					
1994					
1995	Austria, Finlandia, Svezia: 15 membri				
1996					
1997					
1998					
1999	UEM: seconda fase, l'euro				
2000					
2001					
2002	piena adozione dell'euro				
2003					
2004	25 membri				

per proteggersi dalla penetrazione dei prodotti brasiliani, prevedendo tuttavia un sistema di licenze, pur automatiche, di importazione su una lunga lista di prodotti.[7]

Il caso più clamoroso è stato quello della modifica unilateralmente decisa dall'Argentina all'inizio del 2001 in materia di dazi, e cioè la riduzione a zero dei dazi sulle importazioni di beni capitali e l'aumento fino al 35 per cento (poi ridotto al 27 per cento) di quelli gravanti sui beni di consumo finale. Tale decisione unilaterale fu sanata ex post, il 7 aprile del 2001, dal Consiglio del Mercato Comune del Mercosur, che ne riconobbe la validità fino alla fine del 2002.

3 L'integrazione del Mercosur nell'economia internazionale

3.1 Uno sguardo d'insieme

Una delle manifestazioni più evidenti della gravità della crisi che ha colpito i paesi del Mercosur negli ultimi anni è il brusco calo della loro incidenza complessiva sul prodotto mondiale, che è scesa ad un livello inferiore al 2 per cento, annullando completamente il lento progresso realizzato nei due decenni precedenti (figura 1). Considerando il fatto che la popolazione del Mercosur costituiva a metà del 2002 circa il 3,5 per cento del totale mondiale,[8] *si deve dunque constatare che il regresso economico è stato così forte da portare il reddito pro-capite della regione nettamente al di sotto della media mondiale.*

Il grado di apertura commerciale dei paesi del Mercosur è sempre rimasto relativamente basso, come è testimoniato dal fatto che la loro quota complessiva sugli scambi internazionali – più elevata per le merci che per i servizi commerciali[9] *– si è comunque costantemente collocata su livelli nettamente inferiori alla loro incidenza sul PIL mondiale. La quota di commercio detenuta dal Mercosur ha attraversato tre fasi diverse. Negli anni ottanta diminuì sensibilmente, in controtendenza rispetto a quella sul PIL, segnalando un processo di crescita prevalentemente basato sulla domanda interna. Successivamente le due quote si sono mosse in senso concorde, salendo negli anni novanta, per poi ridimensionarsi bruscamente a partire dalla crisi brasiliana del 1999, ma manifestando comunque una maggiore interdipendenza tra gli scambi con l'estero e il ciclo interno.*

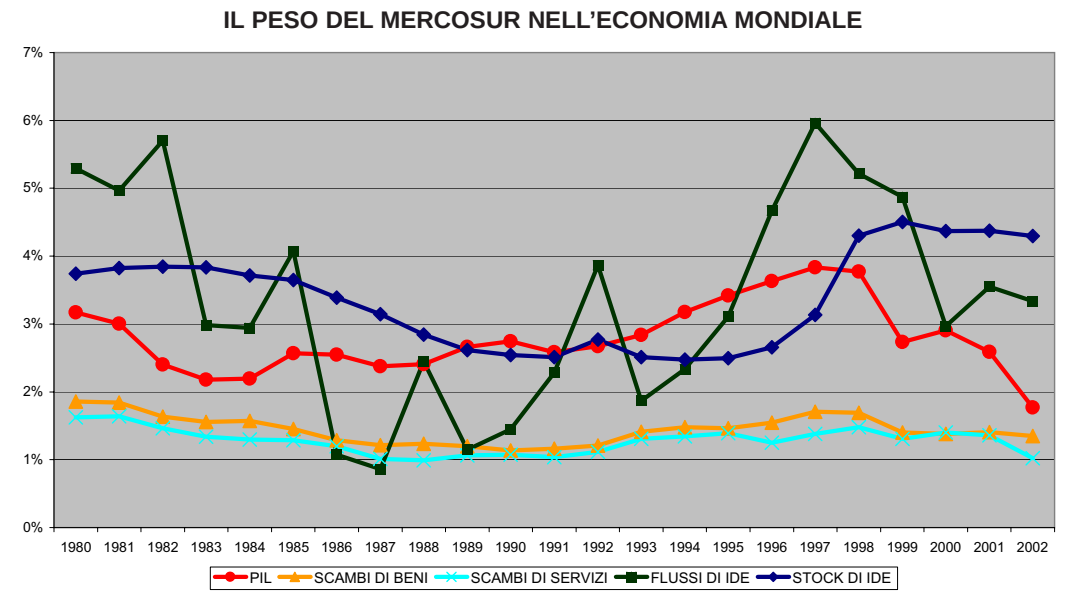
Il processo di integrazione internazionale del Mercosur sembra tuttavia essersi svolto prevalentemente per il tramite degli investimenti diretti esteri affluiti nella regione, la cui quota sul totale mondiale è stata generalmente superiore alla sua importanza relativa in termini di PIL. Anche in questo caso gli anni ottanta sono stati caratterizzati da una tendenza declinante, ma il recupero registrato nel decennio successivo – stimolato dalla maggiore integrazione commerciale, dalle privatizzazioni e dalle altre riforme strutturali interne – è stato particolarmente intenso. La crisi degli ultimi anni ha comunque lasciato lo stock di IDE su un livello superiore al 4 per cento del totale mondiale, ben al di sopra delle quote registrate per le altre variabili. Gli afflussi di IDE sono però sensibilmente diminuiti, anche in rapporto al totale mondiale.

le che la svalutazione della moneta nazionale riuscisse a spostare la domanda interna dai prodotti esposti alla concorrenza internazionale ("tradeables") a quelli ad essa non esposti ("non-tradeables"), e la produzione nazionale nel senso opposto. Come è noto, la manovra del cambio, almeno per paesi relativamente piccoli, ha efficacia proprio nella misura in cui riesce ad alterare il prezzo relativo dei prodotti "tradeables" e "non-tradeables", con gli opposti effetti sulla domanda e sull'offerta.

[7] *Pratiche analoghe furono per altro adottate anche da paesi membri dell'Unione Europea, in particolare dalla Francia, nel periodo delle ripetute svalutazioni della lira e di altre monete all'interno del Sistema Monetario Europeo.*

[8] *Cfr. Population Reference Bureau, 2002 World Population Data Sheet, http://www.prb.org*

[9] *Nella definizione dell'OMC i servizi commerciali includono tutti i servizi registrati in bilancia dei pagamenti secondo le regole del FMI, tranne la voce servizi per il governo. Cfr. http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/technotes_e.htm*



Fonte: elaborazioni su dati FMI (PIL), OMC (scambi), UNCTAD e CEPAL (IDE)

Grafico 1

3.2 L'integrazione commerciale

Il Mercosur è caratterizzato da un grado di apertura agli scambi con l'estero insolitamente basso. Questa informazione appariva già indirettamente nella figura 1 dal confronto tra le quote della regione sul commercio e sulla produzione mondiale. Più esplicitamente la figura 2 rappresenta il grado di apertura internazionale dei paesi del Mercosur, misurato alla maniera tradizionale dal rapporto tra il valore degli scambi di merci (esportazioni più importazioni) e il PIL, a prezzi correnti.[10] *Si riscontrano facilmente le fasi già osservate nella figura 1: dopo il tendenziale declino degli anni ottanta, attribuibile principalmente al Brasile, il grado di apertura del Mercosur agli scambi di merci si è lentamente innalzato negli anni novanta, accelerando la sua dinamica a partire dalla crisi brasiliana del 1999 e soprattutto nel 2002.*[11]

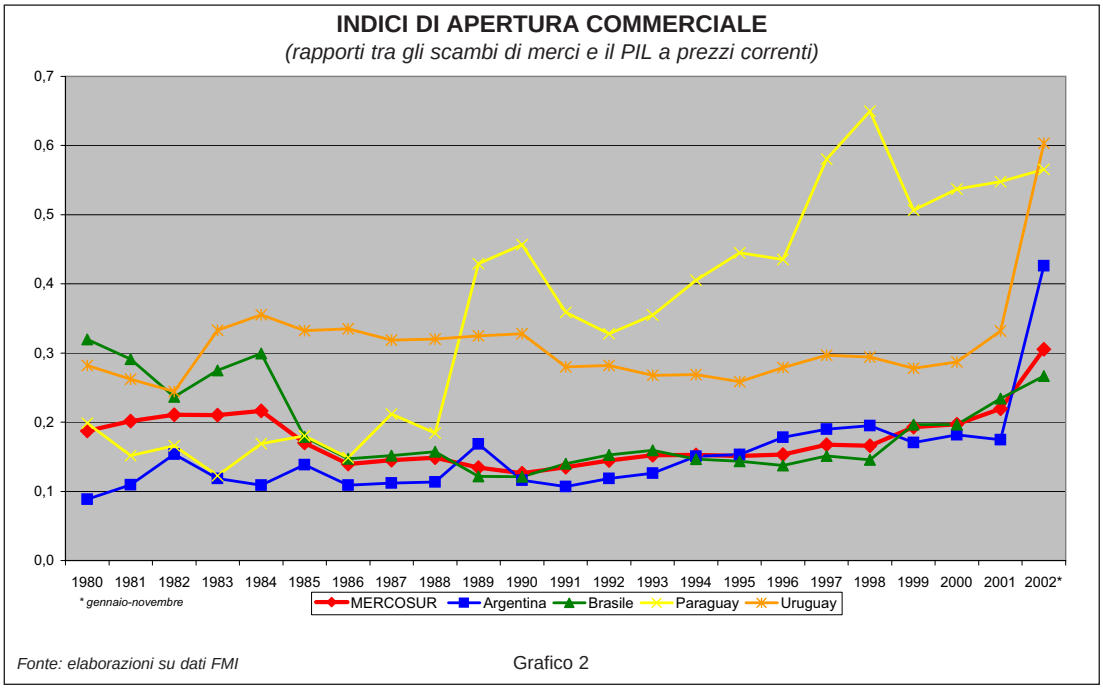
Come è noto, gli indicatori tradizionali di apertura internazionale sono distorti dalle dimensioni dei paesi considerati. A parità di altre condizioni, i paesi più grandi in termini economici tendono ad avere indici di apertura più bassi, perché al crescere del PIL di un paese si riduce l'importanza relativa dei mercati esteri rispetto a quello interno.[12] *Non sorprende quindi che il Paraguay e l'Uruguay appaiano gene-*

[10] *La scelta inconsueta di misurare il grado di apertura internazionale a prezzi correnti è dovuta alla necessità di mantenere l'analisi coerente con quella delle altre variabili considerate nel lavoro, come gli scambi intraregionali e gli IDE, per le quali non esistono dati a prezzi costanti. Tuttavia va ricordato che la dinamica dei dati a prezzi correnti è fortemente influenzata, tra l'altro, dalle oscillazioni dei tassi di cambio, il che impone molta cautela nella loro valutazione.*

[11] *Il brusco aumento del 2002 è dovuto principalmente a fattori valutari. In particolare il fortissimo deprezzamento subito dal peso argentino a seguito dell'abbandono della parità con il dollaro, si è tradotto in un crollo del valore del PIL espresso in dollari, di entità assai superiore al ridimensionamento subito anche dal valore in dollari dei flussi commerciali.*

[12] *È possibile tentare di risolvere questo problema normalizzando gli indicatori di apertura rispetto al valore ipotetico che essi assumerebbero nell'ipotesi di neutralità geografica delle transazioni (assenza di preferenza per il mercato interno), dato dal peso del resto del mondo sul PIL mondiale (cfr. J. A. Frankel, "Assessing the Efficiency Gains from Further Liberalization", in R. B. Porter, P. Sauvé, A. Subramanian e A. Beviglia Zampetti (a cura di), Efficiency, Equity, and Legitimacy – The Multilateral*

ralmente più aperti dei paesi maggiori della regione. Semmai colpisce che l'Argentina risulti più chiusa del Brasile, malgrado il fatto che il suo PIL sia stato quasi sempre largamente inferiore. Nella media del periodo 1990-2001, il rapporto tra interscambio e PIL del Mercosur si è collocato vicino al 16 per cento, da confrontare con il 22 per cento del NAFTA (fortemente compresso dalle grandi dimensioni economiche degli Stati Uniti), il 41 per cento della Comunità Andina, il 51 per cento dell'Unione Europea e il 108 per cento dell'ASEAN (dilatato dalla presenza di un paese come Singapore, il cui mercato interno è relativamente limitato).[13]



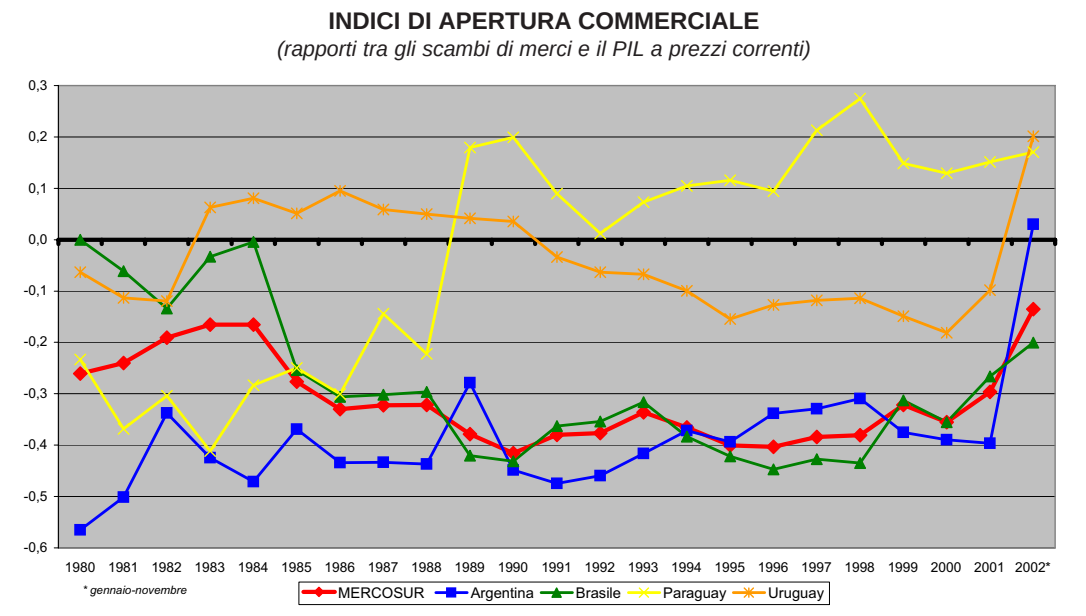
L'aumento del grado di apertura commerciale, che comunque si registra anche nel Mercosur a partire dal 1990, può essere attribuito alla molteplicità di forze di ordine diverso, che spingono verso un graduale ridimensionamento delle barriere agli scambi internazionali. Alcuni di questi fattori – come il progresso tecnico, la frammentazione della produzione, le politiche multilaterali di liberalizzazione degli scambi – hanno un carattere globale, anche se si manifestano con intensità diversa nelle varie aree. Altri processi hanno una dimensione prevalentemente regionale, e tra questi in primo luogo gli accordi di integrazione preferenziale, come quello che ha dato vita al Mercosur.

Un modo approssimativo, ma semplice, per tentare di valutare l'importanza relativa dei fattori regionali di integrazione rispetto a quelli globali consiste nel confrontare il grado di apertura della regione e dei paesi che ne fanno parte con la media internazionale, rappresentata dal rapporto tra gli scambi di merci e il PIL mondiali. Se l'apertura commerciale di una regione cresce più rapidamente della media mondiale, ciò può essere interpretato anche come una manifestazione dei processi di crea-

Trading System at the Millennium, Center for Business and Government, Harvard University, Brookings Institution Press, Washington, USA, pp. 82-3). Tuttavia, nel caso dei quattro paesi del Mercosur questa normalizzazione genera risultati non significativamente diversi da quelli ottenuti con l'indicatore tradizionale.

[13] *Tutti questi dati si riferiscono agli scambi totali di merci, inclusi quelli intraregionali.*

zione di commercio dell'integrazione regionale, sia quelli interni al gruppo di paesi membri dell'accordo, sia quelli esterni, legati agli effetti statici e dinamici della riduzione preferenziale delle barriere agli scambi. La figura 3 mostra il risultato di queste elaborazioni.[14] *La graduatoria dei paesi è ovviamente la stessa della figura 2 e il Mercosur si conferma come un'area nettamente più chiusa della media mondiale. L'informazione principale che si può ricavare dalla figura 3 è tuttavia un'altra: il grado di apertura commerciale relativa del Mercosur è rimasto sostanzialmente invariato nel corso degli anni novanta, segno che l'aumento registrato dal rapporto tra interscambio e PIL nella figura 2 va interpretato come riflesso della partecipazione della regione ai processi globali di integrazione dei mercati, più che come la manifestazione di processi di integrazione a scala regionale. Anche il forte aumento registrato dall'indicatore di apertura relativa a partire dal 1999 non appare legato tanto agli effetti di creazione di commercio dell'integrazione regionale, quanto, come già accennato, alle ripercussioni del fortissimo deprezzamento subito dalle valute del Mercosur nel corso della recente crisi.*



Fonte: elaborazioni su dati FMI

Grafico 3

Il fatto che il Mercosur sia relativamente più chiuso delle altre principali aree di integrazione regionale emerge con chiarezza dalla figura 4, nella quale è usato lo stesso indicatore della figura 3. Si noti che persino il NAFTA, dove la presenza di un'economia grande come gli Stati Uniti tende ad abbassare il grado di apertura della regione, si colloca ad un livello nettamente superiore a quello del Mercosur.

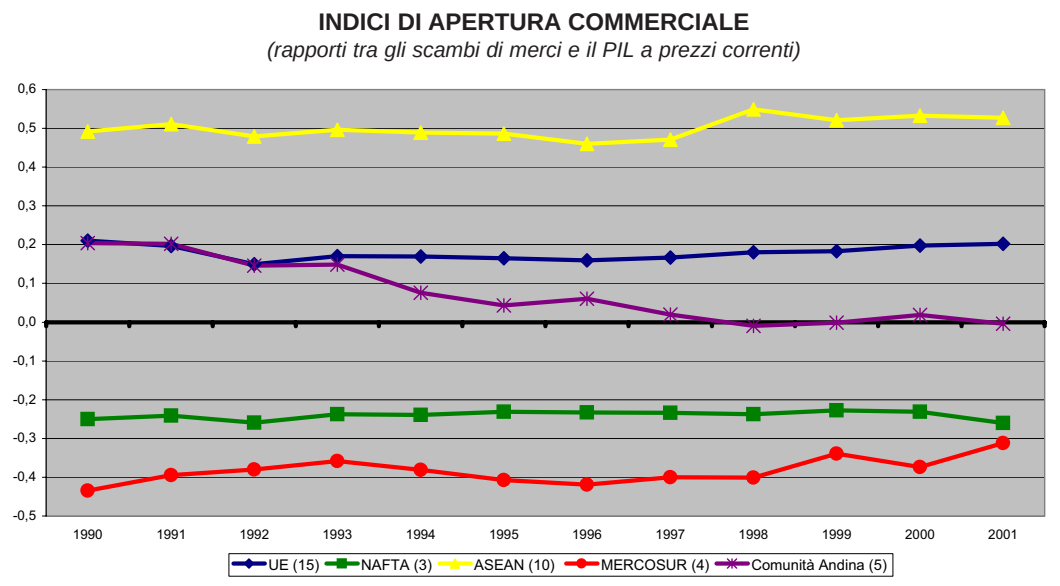
Sembra inoltre, dalla figura 4, che quasi tutte le aree considerate non abbiano accresciuto la propria apertura commerciale più rapidamente della media mondiale. In altri termini, i processi di creazione di commercio, di origine globale o regionale,

[14] *L'indice di apertura commerciale relativa (ACRi) delle figure 3 e 4 è ottenuto con la seguente formula:*

$$ACR_i = [(t_i/y_i)/(t_w/y_w) - 1]/[(t_i/y_i)/(t_w/y_w) + 1]$$

dove t_i è il valore degli scambi di merci (esportazioni più importazioni) del paese o della regione i-esima, y_i è il suo PIL, e t_w e y_w sono rispettivamente il commercio e il PIL mondiali. L'indicatore assume valori positivi o negativi, nell'intervallo (– 1, +1), a seconda che il grado di apertura del paese o dell'area considerati siano maggiori o minori della media mondiale.

sembrano aver avuto intensità non molto diverse tra le principali regioni (l'eccezione più evidente è la Comunità Andina). Gli anni nei quali si osservano gli aumenti più ingenti tendono a coincidere con le crisi valutarie che, come già accennato, hanno di solito effetti negativi sul valore del PIL in dollari assai più forti di quelli sugli scambi.



Fonte: elaborazioni su dati OMC e FMI

Grafico 4

Ammesso che questi semplici indicatori statistici consentano, con molta cautela, di escludere la presenza di rilevanti effetti differenziali di creazione di commercio a livello regionale, può essere interessante cercare di capire se invece le politiche di integrazione preferenziale si siano tradotte in un'intensificazione degli scambi intraregionali a scapito di quelli con il resto del mondo, cioè in un fenomeno assimilabile al concetto di "diversione di commercio" studiato nella teoria delle aree doganali.

La figura 5 mostra gli andamenti di un indicatore statistico adatto a misurare l'intensità degli scambi intraregionali di un'area, senza le distorsioni tipiche degli indicatori più semplici, legate alle dimensioni commerciali della regione e al numero di paesi che ne fanno parte. L'indice di orientamento intraregionale degli scambi di un paese è basato su un confronto tra il peso dei partner regionali sul suo commercio estero e sul commercio del resto del mondo.[15] *Un aumento dell'indice può essere letto come un segno di maggiore integrazione con i partner regionali e/o come manifestazione di un maggiore isolamento dal resto del mondo, ad esempio per effetto di*

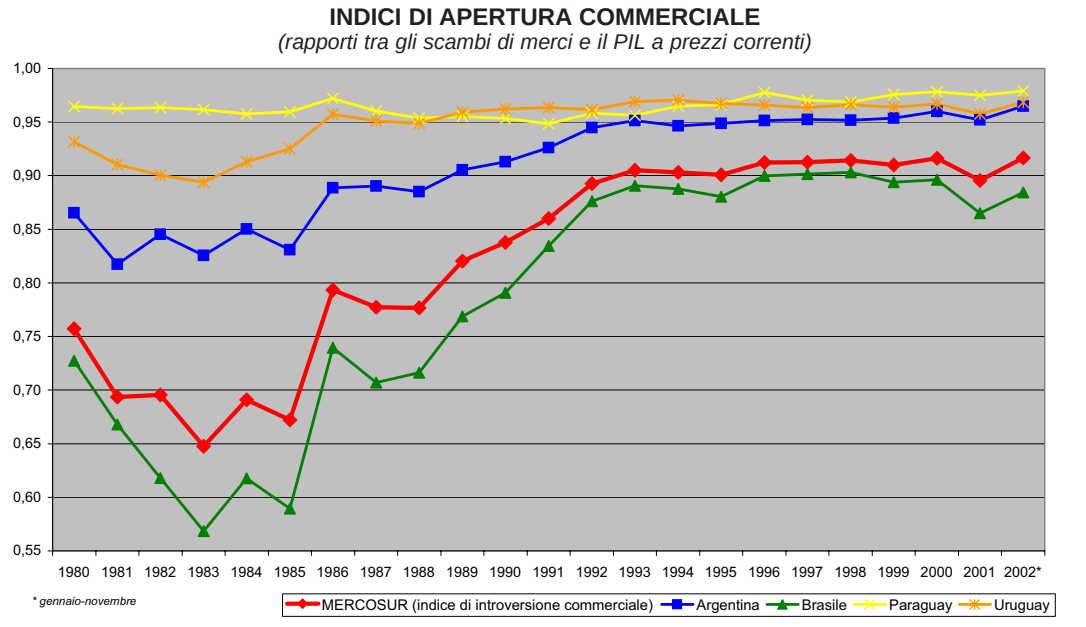
[15] *L'indice di orientamento intraregionale degli scambi di un paese, che nel caso di una regione può essere denominato indice di introversione commerciale, è ottenuto in base alla formula seguente:*

$$I_i = \{(q_i/r_i)/[(1 - qi)/(1 - ri)] - 1\}/\{(qi/ri)/[(1 - q_i)/(1 - r_i)] + 1\}$$

dove q_i è la quota degli scambi intraregionali sugli scambi totali del paese o della regione considerata (esportazioni più importazioni) e r_i è il peso di tale regione sugli scambi del resto del mondo. L'indice varia nell'intervallo (–1, +1)e assume valori positivi o negativi a seconda che i partner regionali siano più o meno importanti per il paese considerato di quanto lo siano per il resto del mondo. Sulle proprietà statistiche di questo indice cfr. L. Iapadre, "Regional integration agreements and the geography of world trade and production: measurement problems and empirical evidence", United Nations University, Comparative Regional Integration Studies, Virtual Workshop on Indicators of Regional Integration, 2003; http://www.cris.unu.edu .

barriere protezioniste reciproche. Con riferimento all'intera regione l'indicatore può essere denominato "indice di introversione commerciale".

La figura 5 mostra chiaramente che nel Mercosur l'intensità degli scambi intraregionali è aumentata ad un ritmo molto rapido tra il 1983 e il 1993 e assai più lentamente negli anni successivi. Il processo è iniziato in largo anticipo rispetto alle principali tappe degli accordi regionali, descritte nel paragrafo precedente. Evidentemente le forze tecnologiche ed economiche che spingono verso il ridimensionamento delle barriere agli scambi hanno esercitato la loro azione indipendentemente dalle politiche di integrazione preferenziale, ma è ragionevole ipotizzare che in qualche misura l'intensificazione degli scambi intraregionali rifletta anche il tentativo delle imprese locali di prepararsi alla prospettiva del Mercosur, affrontando in anticipo i costi e gli investimenti necessari per insediarsi in una posizione favorevole nel nuovo mercato integrato.[16]



Fonte: elaborazioni su dati FMI

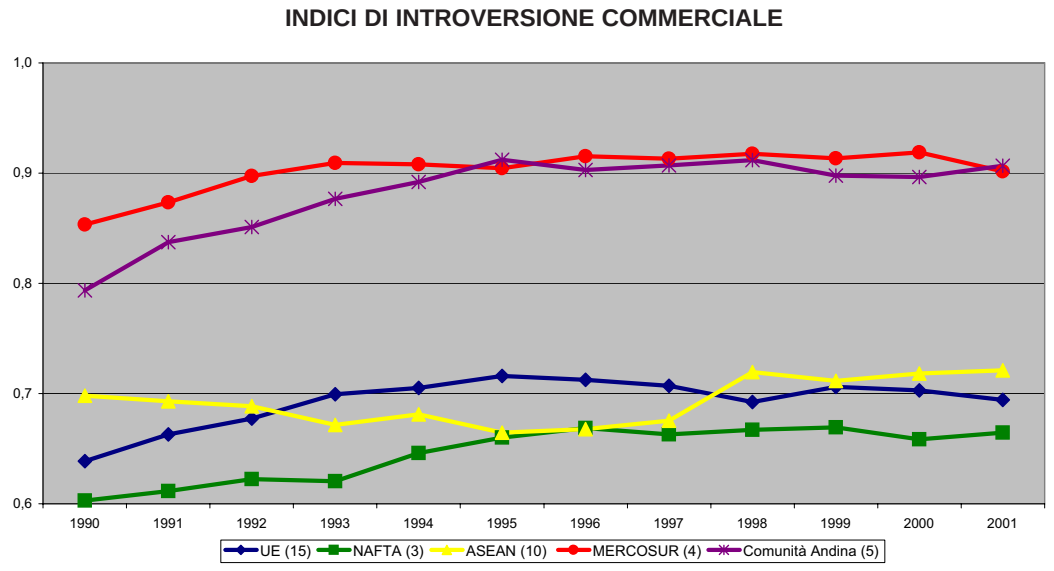
Grafico 5

Dalla figura appare anche che il grado di orientamento intraregionale degli scambi è influenzato negativamente dalle dimensioni del paese considerato. Il Brasile e, in misura minore, l'Argentina risultano relativamente meno legati del Paraguay e dell'Uruguay al mercato regionale. Si può ipotizzare che le maggiori dimensioni economiche abbiano consentito ai due paesi principali una maggiore diversificazione dei loro modelli di specializzazione internazionale, alimentando flussi di commercio intraindustriale con il resto del mondo, al di là di quanto attribuibile alla specializzazione tradizionale basata sulle differenze nelle dotazioni fattoriali. Ma non va trascurato il fatto che la posizione geografica del Brasile appare meno decentrata di quella degli altri paesi, i cui confini sono, nella parte più rilevante, interni alla regione.

[16] *Sugli investimenti anticipati in preparazione degli accordi di integrazione regionale cfr. C. L. Freund e J. McLaren, "On the Dynamics of Trade Diversion: Evidence from Four Trade Blocs", Board of Governors of the Federal Reserve System, International Finance Discussion Papers, n. 637, giugno 1999; cfr. anche G. Basevi, "(An) European vision of MERCOSUR and bi-regional relations", lavoro presentato al Policy Forum "New Challenges for Regional Integration", IDB-BID, Buenos Aires, 2-3 Ottobre 2002.*

La crisi degli ultimi anni sembra aver leggermente accentuato il grado di orientamento intraregionale degli scambi in tutti i paesi del Mercosur, tranne il Brasile.

Il grado di introversione commerciale raggiunto dal Mercosur negli anni novanta è particolarmente elevato anche a confronto con quello delle altre principali aree di integrazione regionale. La figura 6 mostra che esso si è collocato su livelli simili a quelli raggiunti dall'altro accordo preferenziale dell'America meridionale (la Comunità Andina), ma ha superato nettamente non soltanto quello delle aree più sviluppate (Unione Europea e NAFTA), ma anche quello dell'ASEAN. Una possibile e comunque parziale spiegazione di questi divari sta nel fatto che le regioni relativamente meno sviluppate tendono ad avere politiche commerciali più chiuse e talvolta sono colpite più intensamente di altre dal protezionismo dei paesi avanzati. Inoltre, la somiglianza tra il livello di introversione delle due aree latino-americane fa pensare a fattori comuni legati alla maggiore distanza geografica dai principali nodi del commercio internazionale, o ad altri tipi di barriere agli scambi.



Fonte: elaborazioni su dati OMC Grafico 6

La tabella 2 consente di evidenziare i riflessi della crisi del Mercosur sui dati relativi agli scambi di merci e servizi dell'Italia. L'importanza della regione come area di sbocco per le esportazioni italiane di merci, che ancora nel 1998 era nettamente superiore al suo peso negli scambi mondiali, si è più che dimezzata nel 2002. La flessione di peso si riscontra non soltanto nel valore, ma anche nel numero di imprese presenti con le proprie esportazioni nei paesi del Mercosur, e in particolare in Argentina e in Uruguay, segno di un forte indebolimento della rete di relazioni commerciali con quei paesi.

Se ne ha un riscontro evidente nella posizione competitiva dei prodotti italiani. Almeno fino al 1998, malgrado la grande distanza e le rilevanti barriere agli scambi, la quota di mercato delle esportazioni italiane nei paesi del Mercosur, tranne il Paraguay, era nettamente superiore alla loro media mondiale e anche alla quota detenuta dall'Italia in diversi paesi dell'Unione Europea. Evidentemente la forza dei legami economici, sociali e culturali creati dalle grandi ondate migratorie del passato prevaleva sui fattori geografici e sugli effetti delle politiche di integrazione regionale. Una delle ripercussioni commerciali più vistose della recente crisi sembra pro-

prio l'inaridirsi di questo legame preferenziale di origine migratoria. L'Italia, come è noto, ha subito negli ultimi anni un declino generalizzato delle sue quote di mercato, ma nel Mercosur la caduta è stata particolarmente forte, tanto da portare la quota al di sotto della sua media mondiale. Va sottolineato che, mentre in Argentina la perdita di posizioni ha coinvolto diversi paesi europei e vi ha fatto riscontro una forte espansione delle quote di altri paesi dell'America Latina, in Brasile l'Italia è l'unico grande paese europeo che ha subito un indebolimento, a vantaggio soprattutto dei concorrenti asiatici.

D'altra parte anche la quota del Mercosur sulle importazioni italiane si è ridotta negli ultimi anni, sia pure in misura assai inferiore a quella sulle esportazioni. La migliore tenuta può essere in parte attribuita al guadagno di competitività generato dal deprezzamento delle monete locali. Tuttavia, va rilevato che la quota del Brasile sulle importazioni italiane è comunque diminuita e quella dell'Argentina è cresciuta solo marginalmente. Sembra dunque che gli effetti di sostituzione stimolati dalle variazioni dei cambi reali siano di entità modesta, non sempre sufficiente a compensare il loro impatto nominale negativo sulle quote di mercato a prezzi correnti.

Per completare il quadro si rileva che anche l'incidenza dell'Argentina e del Brasile sugli scambi di servizi dell'Italia è caduta in misura notevole negli anni della crisi, seguendo una tendenza analoga a quella osservata su scala mondiale nella figura 1.

TAV. 2 - LE RELAZIONI COMMERCIALI TRA L'ITALIA E IL MERCOSUR
(percentuali)

Scambi di merci	1995	1998	2002
Peso sul valore delle esportazioni italiane			
Argentina	0,57	0,68	0,12
Brasile	1,35	1,35	0,76
Paraguay	0,03	0,04	0,02
Uruguay	0,10	0,11	0,03
MERCOSUR	2,06	2,17	0,92
Peso sul numero delle imprese esportatrici italiane			
Argentina	3,83	4,81	1,72
Brasile	4,40	5,37	4,64
Uruguay	1,41	1,77	0,87
Quote di mercato delle esportazioni italiane			
Argentina	6,44	5,10	3,48
Brasile	5,78	5,55	3,72
Paraguay	2,12	2,24	1,90
Uruguay	5,16	4,63	2,97
MONDO	4,53	4,48	3,92
Peso sul valore delle importazioni italiane			
Argentina	0,42	0,37	0,42
Brasile	0,99	0,98	0,84
Paraguay	0,02	0,01	0,02
Uruguay	0,04	0,04	0,04
MERCOSUR	1,46	1,40	1,32
Scambi di servizi	**1995**	**1998**	**2002**
Peso sul valore delle esportazioni italiane			
Argentina	0,26	0,52	0,15
Brasile	0,52	0,99	0,64
Peso sul valore delle importazioni italiane			
Argentina	0,26	0,46	0,16
Brasile	0,64	1,60	1,04

Fonte: elaborazioni su dati Istat, UIC, OMC, FMI e ICE-GTI.

Tavola 2

3.3 Gli investimenti diretti esteri[17]

Gli anni novanta sono stati per il Mercosur un periodo caratterizzato da ingenti afflussi di investimenti diretti esteri, attratti prevalentemente dalle prospettive di crescita del mercato regionale, dalle possibilità di sfruttamento delle risorse naturali, in particolare nel settore energetico, e soprattutto dalle opportunità offerte dalle privatizzazioni. Le altre riforme strutturali, tra cui le politiche di liberalizzazione degli scambi e degli IDE, la stabilità macroeconomica e gli incentivi di vario tipo offerti agli investitori esteri, hanno contribuito a sostenere il processo.

Alla fine del decennio lo stock di IDE in Argentina e Brasile aveva raggiunto un livello pari a circa il 22 per cento del PIL, mentre nel 1990 si collocava rispettivamente al 6,4 e all'8 per cento. Circa tre quarti di tale stock erano concentrati in Brasile, ma la quota dell'Argentina è salita dal 19 al 27 per cento nel corso del decennio, anche a scapito di quella dei paesi minori.

La maggior parte dei flussi proveniva dagli Stati Uniti e, in misura minore, dall'Unione Europea, con una posizione di particolare rilievo della Spagna. La quota dell'Italia si collocava al 4,5 per cento in Argentina (1992-2000), superata soltanto da quelle della Spagna, degli Stati Uniti e della Francia, mentre si fermava all'1,5 per cento in Brasile (1996-99). La quota di IDE intraregionali era pari ad appena l'1 per cento in Argentina e Brasile, ma raggiungeva il 40 per cento in Paraguay e il 20-25 per cento in Uruguay, a conferma della maggiore dipendenza dei paesi più piccoli dalle relazioni economiche regionali, già constatata nei dati sugli scambi di merci. Una quota significativa di IDE affluiva anche dal Cile, in evidente collegamento con l'accordo di associazione del 1996.

Gran parte degli afflussi si è concentrata nel settore dei servizi, dove i processi di privatizzazione hanno radicalmente trasformato l'assetto dei mercati. In Brasile la quota del terziario raggiungeva l'80 per cento nella media del 1996-99, con un peso prevalente dei servizi alle imprese e delle telecomunicazioni, e il resto era quasi esclusivamente costituito da investimenti nell'industria manifatturiera, in particolare nei mezzi di trasporto e nella chimica. In Argentina gli IDE nei servizi rappresentavano il 43 per cento del totale nel periodo 1992-2000, concentrati soprattutto nel settore della distribuzione di energia, gas e acqua e in quello finanziario, ma una quota rilevante si indirizzava anche verso il settore primario (35 per cento), in particolare nell'estrazione di petrolio. Alimentari, chimica e mezzi di trasporto assorbivano il restante 22 per cento. Il settore automobilistico è quello nel quale sembra che si siano avvertiti maggiormente gli effetti del processo di integrazione regionale come fattore di attrazione degli IDE.

La fase di instabilità iniziata nel 1999 ha alterato radicalmente queste tendenze, facendo venire meno molti dei fattori che le sostenevano. La figura 1 mostra che la quota del Mercosur sugli afflussi di IDE mondiali aveva iniziato a scendere già nel 1997, ma a partire dalla crisi brasiliana la caduta si è manifestata anche nei valori, scesi dai 53 miliardi di dollari del 1999 ai 18 del 2002. La caduta ha coinvolto gli IDE statunitensi molto più intensamente di quelli dell'Unione Europea e ne hanno risentito soprattutto gli investimenti destinati al mercato locale.

In Brasile la flessione degli IDE si è accompagnata ad un marcato mutamento della loro composizione settoriale. La quota dei servizi è scesa al 60 per cento, a vantaggio del settore manifatturiero, nel quale è più elevata la componente degli IDE

[17] *Gran parte dei dati e delle informazioni riportate in questo paragrafo sono state tratte da REDINT (Red de Centros de Investigación en Integración), Integración regional e Inversión Extranjera Directa: El caso del MERCOSUR, IADB-BID, Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe, Buenos Aires, 2002, http://www.iadb.org/intal/ e da ECLAC, Foreign Investment in Latin America and the Caribbean, 2002 Report, United Nations, Economic Commission for Latin America and the Caribbean, 2003, http://www.eclac.cl/ .*

green field rispetto alle fusioni e acquisizioni di imprese già esistenti. Gli afflussi di IDE nel terziario sono stati scoraggiati, tra l'altro, dal forte indebitamento delle imprese nei servizi di pubblica utilità e dalla concorrenza delle banche locali nel settore finanziario. I nuovi investimenti manifatturieri si sono indirizzati prevalentemente nel settore automobilistico, dove ha iniziato ad affermarsi una tendenza a orientare la produzione verso le esportazioni extraregionali, in particolare in Messico. Più in generale, sembra in atto una tendenza a inserire meglio le affiliate estere presenti in Brasile nelle reti di produzione globale delle multinazionali.

In Argentina la crisi ha assunto dimensioni ancora più gravi, mostrando i limiti della miscela di misure di liberalizzazione finanziaria e incentivazione degli IDE adottata negli anni precedenti. La svalutazione del peso ha reso insostenibile il debito accumulato dalle imprese e la crisi del sistema finanziario ha riportato molte banche sotto il controllo pubblico. Il sistema di indicizzazione delle tariffe pubbliche adottato per garantire gli investitori esteri è stato sospeso, nel contesto di una serie di misure di emergenza introdotte per fronteggiare il caos economico e politico in cui è piombato il paese.

La crisi del Mercosur ha avuto riflessi evidenti anche sugli IDE italiani nella regione. Quelli diretti verso l'Argentina, che avevano toccato una punta di 616 milioni di euro nel 2000, sono crollati a 75 nel 2002, pari ad appena lo 0,4 per cento degli IDE italiani nel mondo. Quelli verso il Brasile, che avevano resistito discretamente alla crisi del 1999, sono scesi da 910 a 325 milioni di euro (1,8 per cento del totale italiano) tra il 2001 e il 2002.

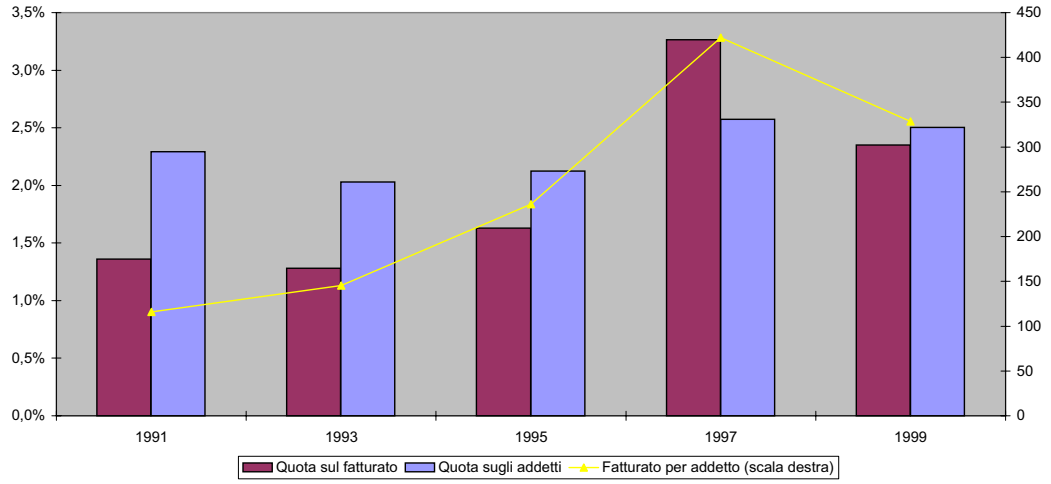
Come è noto, i dati valutari sugli IDE presentano seri problemi di rilevazione e di interpretazione, che ne limitano la capacità di descrivere adeguatamente il fenomeno dell'internazionalizzazione. Informazioni più significative sulle attività produttive internazionali delle imprese possono essere tratte soltanto da specifiche indagini statistiche sulle affiliate estere. Le figure 7 e 8 contengono questo tipo di informazioni, anche se purtroppo sono aggiornate soltanto fino al 1999 e si limitano alle partecipazioni di controllo nell'industria manifatturiera. Da esse si vede chiaramente che l'importanza dell'Argentina e del Brasile per le attività internazionali delle imprese italiane è andata aumentando fino al 1997, sia in termini di addetti che di fatturato, toccando quote molto rilevanti. Il fatturato medio per addetto, pur essendo sensibilmente cresciuto, è rimasto quasi sempre inferiore alla media delle affiliate estere di imprese italiane.

Le poche informazioni già disponibili sul 2001 si riferiscono all'insieme delle partecipazioni di controllo, incluse quelle nel settore dei servizi, e dunque non sono perfettamente comparabili con i dati delle figure 7 e 8. Le imprese argentine controllate da imprese italiane fatturavano circa 3.300 milioni di euro (1,6 per cento del fatturato totale delle imprese estere controllate da imprese italiane) e impiegavano quasi 15.000 addetti (1,8 per cento del corrispondente totale mondiale). In Brasile questi dati erano rispettivamente 11.900 milioni di euro (5,7 per cento) e 73.500 addetti (8,9 per cento).

Malgrado la cautela imposta dalla disomogeneità dei dati, il confronto tra il 2001 e il 1999 mostra chiaramente che la crisi del Mercosur ha provocato un netto ridimensionamento della sua importanza anche come area di internazionalizzazione produttiva delle imprese italiane.

MULTINAZIONALI ITALIANE IN ARGENTINA

(quote percentuali sul fatturato e sugli addetti delle multinazionali italiane nel mondo e fatturato per addetto in milioni di lire

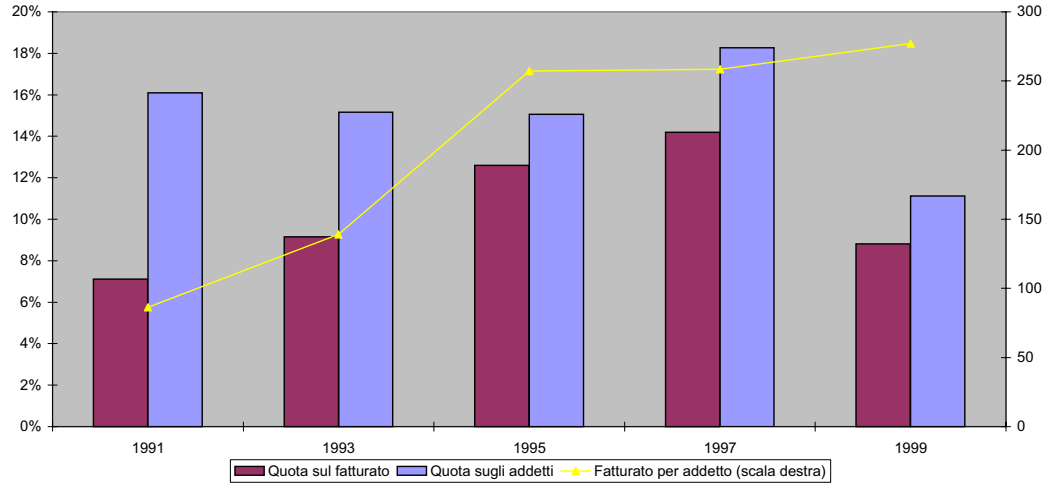


Fonte: elaborazioni su dati Reprint tratti da OECO, Measuring Globalization, 2001

Grafico 7

MULTINAZIONALI ITALIANE IN BRASILE

(quote percentuali sul fatturato e sugli addetti delle multinazionali italiane nel mondo e fatturato per addetto in milioni di lire



Fonte: elaborazioni su dati Reprint tratti da OECO, Measuring Globalization, 2001

Grafico 8

4. Conclusioni: le prospettive dell'accordo Mercosur e le sue relazioni con l'Unione Europea

È troppo presto per dire se le nuove amministrazioni presidenziali in Brasile e in Argentina saranno effettivamente in grado, al di là delle dichiarazioni di intenzioni politiche, di rilanciare il Mercosur[18].

Il suo rilancio si scontra, all'interno, con la necessità del Brasile di dare priorità al consolidamento della fiducia degli ambienti finanziari internazionali nella serietà del proprio programma di risanamento fiscale e nella propria solvibilità esterna. Quanto all'Argentina, il nuovo presidente non potrà che dare priorità al sostegno dell'occupazione e dei redditi, fortemente compressi dalla gravissima crisi finanziaria e politica dalla quale il paese sta lentamente uscendo. Il forte deprezzamento del peso, unito ad un'inflazione peraltro contenuta, ha tuttavia posto le basi per un recupero dell'economia tramite la domanda estera. Il miglioramento della congiuntura internazionale non potrà che favorire tale base di ripresa.

Un rilancio del Mercosur dovrà comunque privilegiare gli aspetti di integrazione reale piuttosto che finanziaria. Purtroppo, la recente dichiarazione dei due nuovi presidenti sembra riportare in primo piano progetti di unificazione monetaria che, almeno per il momento, appaiono prematuri.

Sul piano esterno, il Mercosur rischia di fronteggiare, da un lato la possibile ripresa dell'offensiva commerciale degli Stati Uniti, interessati ad allargare a tutto il continente americano la propria area di libero scambio con Canada e Messico, dall'altro la relativa distrazione, se non la colpevole lentezza, con cui l'Unione Europea gestisce il progetto di accordo di associazione inter-regionale con il Mercosur.[19]

Un accordo-quadro mirato a tale associazione fu firmato nel dicembre 1995. Le negoziazioni iniziarono nel novembre 1999 e, da allora, si sono succeduti ben dieci incontri,[20] *l'ultimo nel giugno 2003. Tali trattative tuttavia non sembra riusciranno a dare frutti significativi fino a quando l'Unione Europea non sarà in grado di fare sostanziali offerte in campo agricolo, alla luce di una problematica revisione della propria Politica Agricola Comune e in vista delle più ampie negoziazioni in ambito OMC.*

I gravi problemi che l'UE deve risolvere al suo interno, a seguito dell'allargamento ai nuovi dieci membri, per non parlare dello scontro politico-istituzionale sul progetto di "carta costituzionale" preparato dalla Convenzione Giscard d'Estaing, fanno temere che l'attenzione europea sia ulteriormente distolta dai problemi dell'America Latina, e del Mercosur in particolare, con il rischio di perdere ulteriormente le posizioni che l'Europa ha da tempo acquisite – ma che sono lungi dall'essere consolidate – nella struttura produttiva e del commercio estero di un'area ad essa profondamente legata.

[18] *Si veda quanto riportato alla nota 3. Si tenga anche conto che un nuovo incontro ufficiale dei capi di stato e di governo del Mercosur si terrà il 18 giugno ad Asunción, al fine di formalizzare i punti principali dell'intesa programmatica raggiunta dai presidenti di Argentina e Brasile. Tale intesa prevede, fra l'altro, la costituzione di un Parlamento del Mercosur eletto a voto popolare diretto, la trasformazione del Mercosur in vero e proprio mercato comune, un'integrazione a due velocità secondo la quale Argentina e Brasile procederebbero ad integrarsi in modo più profondo e rapido rispetto agli altri partner, il possibile allargamento del Mercosur a Perù e Venezuela ed eventualmente agli altri paesi della Comunità Andina, e, last but not least, la creazione di un Istituto Monetario, per "intensificare i lavori di coordinamento macroeconomico nel Mercosur, in vista della possibile creazione di una moneta comune" (punto 24 della dichiarazione riportata al sito: http://www.radiobras.gov.br/integras/03/integra_110603_03.htm)*

[19] *È per altro possibile che il Mercosur, sotto la nuova spinta di Argentina e Brasile, riesca a volgere a proprio vantaggio le strategie in parte competitive degli Stati Uniti (NAFTA) e dell'Europa (UE), ottenendo accordi di libero scambio con entrambi i blocchi.*

[20] *Si consulti, in proposito, il sito http://www.europa.eu.int/comm/external_relations/mercosur/intro/index.htm#2*

LA TASSAZIONE DEL COMMERCIO ELETTRONICO

*di Mauro Marè**

1. La tassazione del commercio elettronico

Lo sviluppo del commercio elettronico è stato senza dubbio uno dei fenomeni più rilevanti degli ultimi anni. Questo sviluppo, oltre ad avere avuto effetti positivi sulla crescita economica, avrà in futuro rilevanti implicazioni sui sistemi fiscali, sulla loro equità e capacità di produrre gettito.

Lo spostamento delle attività tradizionali in transazioni realizzate per il tramite di Internet potrà avere effetti, in primo luogo, sul gettito delle imposte sulle vendite e delle accise; in secondo luogo, influenzerà la tassazione delle persone fisiche e delle imprese, per le rispettive imposte sui redditi. La questione può avere perciò implicazioni importanti anche sul livello della spesa pubblica e sulla sua composizione – ad esempio, sul profilo redistributivo dell'azione pubblica.

Sono state avanzate diverse proposte in sede accademica[1] e da parte delle organizzazioni internazionali per cercare di risolvere il problema della tassazione del commercio elettronico. Tuttavia, la possibilità di raggiungere un accordo su questa materia è fortemente limitata dalla diversità di impostazione e di approccio al problema che esiste tra Stati Uniti e Unione Europea e dalle difficoltà pratiche di definire e realizzare concretamente un'effettiva tassazione del commercio elettronico.

1.1 Commercio elettronico diretto e indiretto

Secondo l'OCSE, il commercio elettronico comprende "tutte quelle categorie di transazioni commerciali che coinvolgono sia organizzazioni sia individui, basate sul trattamento e sulla trasmissione di informazioni digitalizzate e che includono testo, suono, immagini"[2]. La Commissione Europea invece ha definito il commercio elettronico come "l'attività di contrattazione elettronica di beni e servizi, la distribuzione di contenuti digitali in rete, il trasferimento elettronico di fondi, azioni e polizze elettroniche, le aste commerciali in rete, i servizi post-vendita, gli appalti pubblici, le attività di vendita diretta al consumatore"[3].

E' innanzitutto importante distinguere tra due forme di commercio elettronico poiché le regole di applicazione delle imposte nei due casi divergono. Si ha commercio elettronico indiretto quando l'atto di vendita avviene on line ma la consegna fisica del bene tra le parti segue i canali normali: ovvero, essa viene realizzata per posta, per il tramite di un corriere privato, ecc. In questo caso il bene conserva una sua materialità, la transazione lascia tracce che permettono, almeno sul piano potenziale, di ricostruire l'entità della transazione e i soggetti coinvolti.

Il commercio elettronico diretto si ha invece quando, oltre alla transazione per il pagamento, anche la consegna del bene avviene on line[4]. E questo il caso della com-

**Università della Tuscia, Viterbo*

[1] *Si veda, ad esempio, tra i lavori più recenti, Hellerstein (1997), McLure (1997), Fox-Murray (1997), Goolsbee (1998), Goolsbee-Zittrain (1999), Soete (1999), Maguire (2000), Varian (2000), Goolsbee (2001), McLure (2001), Yang Lester (2001), Nellen (2001), CBO (2001), McLure (2002),*

[2] *OCSE (1997).*

[3] *Commissione Europea, COM(97) 157.*

[4] *Rilevano non le modalità di pagamento – che naturalmente nel caso dell'ecommerce saranno prevalentemente on-line ma anche di tipo tradizionale, come il bonifico bancario, il pagamento postale, ecc. – ma quelle di consegna del bene.*

pravendita di file musicali (MP3), di e-books, di documenti elettronici, dell'acquisto di software che può essere realizzato dall'acquirente direttamente on line. In questo caso, la transazione non lascia traccia – se si eccettuano i movimenti bancari: carta di credito, ecc. – ed è molto difficile, se non impossibile, ricostruire i dati della transazione e chi l'ha effettuata.

Un'ulteriore distinzione è quella basata sulle possibili relazioni elettroniche tra consumatori, imprese e governo. Una matrice (Tavola 1) può descrivere le relazioni che la rete può stabilire tra questi tre soggetti. I casi più interessanti, sia per lo sviluppo del commercio elettronico, sia per la tassazione, sono il B2B (business-to-business) e il B2C (business-to-consumer) che sono i settori dove secondo le previsioni maggiore sarà la crescita.

	G	**B**	**C**
G	*G2G*	*G2B*	*G2C*
B	*B2G*	*B2B*	*B2C*
C	*C2G*	*C2B*	*C2C*

Tavola 1

I principali ostacoli che si incontrano nell'estendere la normativa vigente al commercio elettronico sono[5]:

a) la difficoltà di identificare sempre e in modo certo il luogo effettivo di attività degli operatori coinvolti nelle transazioni e quello in cui avviene l'atto di consumo finale[6];
b) la difficoltà di identificare il titolare di un sito web e quindi gli operatori economici;
c) la dematerializzazione di molti beni in informazioni digitali;
d) la disintermediazione finanziaria, che permette un rapporto diretto tra utente e fornitore. Ciò fa venir meno i cd. "taxation points" che hanno un ruolo cruciale nella riscossione delle imposte;
e) le difficoltà – alle volte l'impossibilità – di adempiere l'obbligo fiscale di registrazione nei libri contabili;
f) la diffusione dei pagamenti elettronici, con lo spostamento di fondi e l'effettuazione di investimenti finanziari on line, che garantiscono in genere l'anonimato[7].

2. La posizione delle organizzazioni internazionali

L'OCSE, l'Unione Europea e la WTO hanno sempre manifestato una posizione comune affermando che il commercio elettronico dovrebbe essere libero di prosperare senza essere ostacolato da forme distorsive o inopportune di tassazione. Una posizione comune è stata anche espressa contro le proposte di introduzione di forme specifiche di tassazione delle transazioni on line – bit tax, ecc – e dei beni ad esse collegati (tassazione dei modem, delle linee telefoniche dedicate ai server, ecc.).

[5] *Si veda la discussione in Santoro (1999a, 1999b, 1999c, 2000).*
[6] *Non è possibile inoltre risalire alla residenza fiscale degli operatori in base alla registrazione dei siti web, potendo avvenire quest'ultima in un luogo completamente diverso da quello in cui è svolta l'attività economica. Di solito, le aziende di piccole dimensioni non hanno un server personale, né l'uso di una connessione riservata con un provider; esse di solito ricorrono all'hosting, ovvero all'affitto di uno spazio sul disco di un server.*
[7] *Recentemente l'Economist ha rappresentato questa situazione parlando di un "vanishing taxpayer".*

Tuttavia, anche se sul piano dei principi questa posizione è condivisa dai governi occidentali, a preoccupare è la possibilità che lo sviluppo del commercio elettronico possa arrecare danni gravissimi ai sistemi fiscali e quindi ai bilanci statali; perciò, è stata avviata una riflessione per monitorare le conseguenze dello sviluppo del commercio elettronico sulle principali forme di imposizione. I lavori svolti dall'OCSE costituiscono un importante punto di riferimento nella definizione di principi internazionalmente validi da un punto di vista economico e condivisi dalle diverse autorità fiscali nazionali su cui improntare la disciplina fiscale del commercio elettronico.

L'iniziativa principale è stata il Rapporto Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions, del Comitato Affari Fiscali del 30 giugno 1998[8] (OCSE, 1998b), in cui si sono delineati i principi generali di tassazione che dovrebbero essere applicati al commercio elettronico. Essi riaffermano la necessità della: a) neutralità. Il sistema fiscale deve garantire una tassazione omogenea tra le diverse forme di commercio elettronico e tra queste e le forme tradizionali di commercio per applicare ai contribuenti identici livelli d'imposizione; b) efficienza. I costi di adempimento tributario e amministrativo devono essere ridotti al minimo; c) certezza e semplicità. Le regole devono essere chiare e di facile comprensione; d) efficacia ed eguaglianza. Il rischio di evasione deve essere minimizzato e va garantito un adeguato riparto delle basi imponibili tra i paesi.

3. La tassazione del commercio elettronico negli USA

La tassazione dell'ecommerce è stata oggetto inizialmente di due documenti del Tesoro statunitense: Selected Tax Policy Implications of Global Electronic Commerce (novembre 1996) e Framework for Global Electronic Commerce (maggio 1997) in cui si sono sottolineati i rischi di conflitti tra le diverse amministrazioni fiscali in presenza di transazioni transfrontaliere realizzate con le nuove tecnologie e si è proposto di rendere sostanzialmente tax-free le transazioni effettuate in rete.

L'intervento più significativo si è avuto però con l'emanazione da parte del Congresso dell'Internet Tax Freedom Act (IFTA)[9], approvato il 21 ottobre 1998. Si è nei fatti disposta una moratoria fiscale di tre anni, in base alla quale nessuna imposta poteva essere introdotta fino al 21 ottobre 2001 sulle transazioni on-line. E' stata anche istituita un'apposita commissione, l'Advisory Commission on Electronic Commerce (ACEC), con il compito di formulare raccomandazioni.

Negli USA la tassazione dei consumi viene realizzata con un'imposta monofase al dettaglio, la Retail Sales Tax, gestita autonomamente dagli Stati. La base imponibile dell'imposta è costituita essenzialmente dalle cessioni di beni materiali ai consumatori finali all'interno degli Stati, con esclusione pressoché totale di beni immateriali e servizi; le vendite "remote", effettuate cioè da operatori non residenti, sono invece colpite dalla Use Tax, identica alla Sales Tax nelle aliquote e nella base imponibile.

Con l'Use Tax, i venditori non residenti hanno l'obbligo di riscuotere l'imposta per conto dello Stato di residenza del consumatore finale; il caso più noto di applicazione di tale imposta sono le vendite per corrispondenza, realizzate da società di mail order. La loro tassazione è stata oggetto di numerosi interventi giurisprudenziali che hanno subordinato il diritto degli Stati di tassare gli acquisti interstatali effettuati nel proprio territorio all'esistenza di un nexus, ossia alla presenza fisica della società di mail order nello Stato che effettua l'imposizione.

La disciplina USA consente la tassazione di un numero piuttosto limitato di transazioni elettroniche. Le operazioni on-line sono automaticamente esentate; ma

[8] *Si veda anche OCSE (1997, 1998a, 1999, 2000, 2001).*
[9] *U.S. House of Representatives (1997).*

anche nel caso di cessioni off-line, si è in grado di colpire quasi esclusivamente quelle realizzate in ambito locale, per la difficoltà di identificare il "nesso". Di fatto, quindi, la maggior parte delle transazioni elettroniche si sottrae tanto alla Sales Tax che alla Use Tax.

L'Internet Tax Freedom Act del 1998 ha di fatto creato un'esenzione delle transazioni con l'e-commerce tra i diversi stati; essa è stata estesa, nel dicembre 2001, fino al 2003 e vi sono già forti pressioni affinché essa sia ulteriormente estesa al 2006. Un bene venduto tramite un brick and mortar store sopporta la sales tax; se invece è ceduto attraverso Internet a un individuo o a un'impresa residente in un altro stato, la sua vendita è esente da imposizione, eccetto quando il venditore ha una presenza fisica (un nexus) nel territorio dello stato in questione (ad es., Wal-Mart presente in quasi tutti gli stati americani).

La legge americana in materia di sales tax assimila quindi i beni venduti on line alle vendite mediante catalogo o corrispondenza. Ogni società che non dispone di una presenza fisica in uno stato – nexus – è di fatto esentata dalla riscossione delle sales tax sulle vendite a un consumatore residente in quello stato, come anche dalla use tax[10].

4. La tassazione del commercio elettronico nell'Unione Europea

Negli ultimi anni, l'Unione Europea ha preso posizione sull'ecommerce con diversi documenti (COM (1997), COM (1998) e COM (2000). Essa ha ribadito, in conformità alla posizione OCSE, che lo sviluppo di Internet non dovrebbe implicare l'introduzione di nuove imposte. Nei documenti v'è innanzitutto la preoccupazione di non ostacolare lo sviluppo del commercio elettronico, che potrebbe arrecare all'Europa importanti benefici sul piano della crescita economica e dell'integrazione commerciale.

La Commissione ha ribadito che le norme di regolamentazione del commercio elettronico dovranno essere funzionali al conseguimento di due obiettivi essenziali: a) creare fiducia nelle transazioni, rendendo certe e sicure le operazioni che avvengono per via telematica; b) evitare che le diverse norme producano distorsioni al funzionamento del mercato unico. La posizione della Commissione a tal riguardo è molto netta: essa afferma che il commercio elettronico è "a pieno titolo soggetto all'IVA". Essa, nell'affermare il rifiuto all'introduzione di nuove imposte, ha ribadito che l'IVA si applica a tutte le cessioni di beni e prestazioni di servizi destinate al consumo all'interno "indipendentemente dai mezzi di comunicazione o dalle forme di commercio utilizzate per effettuare tali operazioni"[11].

Inizialmente si era deciso di considerare tutti i casi di commercio elettronico diretto – transazioni on-line – alla stregua della prestazione di servizi[12]*: la tassazione di siffatte operazioni doveva avvenire nel paese di residenza del prestatore, senza essere soggetto alle imposte doganali. Questa normativa ha generato una situazione per cui, di fatto, la maggior parte dei servizi prestati a committenti europei da ope-*

[10] *A titolo di esempio, se un consumatore residente nello stato di New York compra un libro (o un Cd) da Amazon.com – impresa residente nello Stato di Washington – lo stato di New York non può obbligare l'impresa in questione (Amazon) a riscuotere l'imposta sulle vendite se questa non ha un nexus nello stato di New York. Il consumatore in teoria sarebbe obbligato a versare nelle casse dello stato di New York la use tax, ma a questo fine lo stato può solo contare sulla buona fede e sul self-reporting del consumatore. Di fatto, l'applicazione dell'imposta non avrà luogo, eccetto che in alcuni casi particolari, come quello delle autovetture che devono essere registrate nello stato di residenza del consumatore.*

[11] *COM(98) 374.*

[12] *La Commissione stabiliva infatti che "un'operazione il cui risultato è che un prodotto viene messo a disposizione del destinatario in forma digitale per il tramite di una rete elettronica, va trattata, ai fini IVA, come una prestazione di servizi" COM (98).*

ratori extraeuropei, non assoggettati a imposta, non veniva tassata; contemporaneamente, le stesse prestazioni fornite da operatori europei erano soggette ad imposta, a prescindere dalla residenza dei destinatari. Perciò in Europa, qualsiasi cosa venduta per il tramite di Internet, compresi i libri, i software, ecc., è stata, fino a qualche tempo fa, considerata come un servizio.

Questa soluzione ha creato una delicata asimmetria tra vendite all'interno di un paese, vendite intracomunitarie e vendite a paesi non UE[13]*. A titolo di esempio, se un individuo comprava un libro da Amazon.fr pagava l'IVA; se invece comprava il libro da Amazon.com (con residenza nello stato di Washington, USA), questa vendita era esente da imposizione. Ciò poneva l'Europa in una situazione chiaramente di svantaggio nei confronti, non solo dei paradisi fiscali, ma anche dei nostri partner commerciali d'oltreoceano. Questa situazione era per certi versi monitorabile se la vendita riguardava beni fisici (commercio elettronico indiretto), che inevitabilmente lasciano tracce (movimenti postali o bancari) e sui quali quindi potevano essere escogitate misure ad hoc; essa diventava molto complessa se l'acquisto concerneva invece prodotti digitali (e-books, software, ecc.), dove non v'è di fatto consegna fisica.*

Nel giugno 2001, la Commissione Europea ha avanzato una proposta di Direttiva per cercare di ovviare a queste asimmetrie. Essa prevede che le imprese USA (con un fatturato superiore ai 100.000 Euro) per operare in Europa debbano registrarsi almeno in uno stato membro e pagare in questo stato l'imposta sulle vendite. La proposta ha suscitato vivaci reazioni negli USA, in particolare da parte del Department of Commerce che ha sostenuto che essa sia distorsiva per il commercio internazionale e lesiva degli interessi americani e che presenti difficoltà di applicazione ed evidenti costi di compliance per le imprese. La critica principale riguarda il fatto che le misure proposte costringerebbero le aziende straniere a diventare esattrici delle imposte dei paesi dell'Unione; l'amministrazione Clinton, attraverso l'allora vice-ministro del Tesoro Stuart E. Eizenstat, manifestò inoltre "serie riserve" sulle modalità di attuazione del criterio proposto, accusato di provocare oneri eccessivi soprattutto per le piccole imprese.

Al di là delle reazioni americane, si devono considerare le difficoltà di applicazione in Europa. Infatti, è evidente che le imprese USA non sarebbero neutrali nella scelta del paese europeo nel quale effettuare la registrazione e potrebbero essere guidate dal livello delle aliquote e dai diversi sistemi tributari nazionali. Ciò potrebbe scatenare una tax competition tra i diversi governi. Inoltre, l'imposta sui consumi verrebbe ad essere versata nel paese di residenza scelto dall'impresa USA che non è evidentemente, nella maggior parte dei casi, quello in cui si verifica l'atto di consumo finale. Lo spostamento di attività tradizionali di vendita in cessioni on line potrà perciò avere effetti rilevanti sul gettito derivante dalle imposte sulle vendite.

I consumatori pertanto, potrebbero essere indotti a convogliare i loro acquisti verso paesi a bassa fiscalità – o addirittura verso prestatori con sede nei paradisi fiscali – e ciò potrebbe accentuare la concorrenza fiscale tra i diversi governi e produrre per alcuni paesi contrazioni di gettito. Tuttavia, in un mondo che non vive solo di CD, di libri e di software, i costi di trasporto resteranno ancora per molto tempo un fattore decisivo nel decidere i flussi commerciali e quindi l'assenza di tassazione sarà mitigata dai costi di trasporto e in un certo senso ridurrà il vantaggio competitivo degli acquisti offshore.

Uno sviluppo ulteriore e decisivo dell'intera vicenda si è avuto il 12 febbraio 2002 quando il Consiglio Europeo ha adottato, sulle linee della proposta fatta nel giugno 2001, una Direttiva sulla tassazione del commercio elettronico (sui prodotti

[13] *Gli operatori europei erano tenuti ad applicare l'IVA, oltre che alle proprie prestazioni destinate al consumo all'interno della Comunità, anche sui servizi prestati ai paesi esterni all'UE; contemporaneamente, le medesime prestazioni fornite da paesi esteri e dirette all'interno dell'Unione non erano soggette all'imposta. Si veda Cassano (1999).*

"offerti elettronicamente") che cambia nelle direzione sopra indicata la disciplina in essere, anche se con una differenza sostanziale. La direttiva si prefigge giustamente di rimuovere lo svantaggio competitivo delle imprese europee rispetto a quelle non europee modificando sostanzialmente non tanto il commercio tra imprese o soggetti passivi di imposta, ma quello tra imprese e consumatori finali.

Essa prevede, in primo luogo, che l'imposta sui consumi di beni digitali venga applicata all'interno dell'Unione Europea nel luogo in cui effettivamente avviene il consumo – secondo l'aliquota del paese in cui risiede il consumatore – ma riscossa dall'impresa venditrice nel paese dove quest'ultima risiede. Questo significa che in futuro una vendita effettuata da un'impresa europea a un consumatore americano non sarà più soggetta ad IVA, ripristinando la simmetria tra Europa e USA in relazione alla tassazione del consumo di prodotti elettronici. In secondo luogo, essa prevede che qualsiasi operatore non comunitario – ad esempio, statunitense – per vendere beni digitali a consumatori europei debba registrarsi in uno dei paesi dell'Unione e riscuotere l'Iva sulle vendite di prodotti digitali secondo l'aliquota del paese di residenza del consumatore del bene. Tuttavia la riscossione verrà effettuata dall'impresa che effettua l'operazione di vendita e il gettito sarà versato al paese di residenza dell'impresa. Solo in un secondo momento si prevede la restituzione del gettito da parte del paese dove risiede l'impresa a quello dove si trova il consumatore e dove in effetti avviene l'atto di consumo.

L'operatore non-UE dovrà identificarsi, ai fini IVA, in uno stato membro che sarà automaticamente quello nel quale realizza la prima operazione B2C tassabile. Esso dovrà comunicare il proprio codice di registrazione allo stato di residenza e dare luogo all'apertura di una posizione IVA. Le prestazioni che l'operatore realizza verso consumatori di altri stati UE dovranno essere documentate da fatture con l'addebito al cliente dell'IVA. Infine, punto molto rilevante per gli effetti economici che può avere la tassazione, l'aliquota applicata sarà sempre quella ordinaria vigente nel paese di residenza del consumatore. Così, a titolo di esempio, un'impresa statunitense che decida di aprire una posizione IVA in Olanda e che si trovi a vendere a consumatori svedesi e italiani dovrà sempre applicare sulle vendite l'IVA rispettivamente del 25 e del 20 per cento. Trimestralmente l'operatore effettuerà il versamento dell'imposta e una dichiarazione allo stato di identificazione, nella quale verranno distinte le operazioni per ogni stato membro, per ammontare e per imposta applicata. Lo stato di identificazione provvederà poi a restituire ad ogni singolo stato l'ammontare dell'imposta spettante e i dati della dichiarazioni.

Per quanto riguarda infine le vendite B2B, niente cambia di fatto rispetto alle regole precedenti: un'impresa non-UE dovrà vendere a un'altra impresa UE solo con l'emissione di una fattura, senza applicare nessuna imposta, in accordo con il principio di destinazione. Se il bene oggetto di scambio è tassato nell'UE, allora l'impresa comunitaria che lo importa dovrà effettuate l'autotassazione e la dichiarazione alle autorità fiscali.

Infine, il 7 maggio 2002, nella riunione del Consiglio Ecofin, i ministri economici e finanziari hanno definitivamente approvato la Direttiva (2002/38/Ce) che modifica la tassazione in materia d'IVA su certi servizi forniti per il tramite elettronico – prodotti digitali. Essa dovrà entrare in vigore nelle rispettive leggi nazionali entro il 1° luglio del 2003.

La proposta, anche se condivisibile nello spirito di eliminare la posizione di svantaggio competitivo delle imprese europee, appare complicata e di non facile applicazione; essa ha comunque sollevato ulteriori e vibranti proteste da parte dei rappresentanti del Ministero del Commercio statunitense e della nuova amministrazione Bush che ha sottolineato il carattere protezionistico della misura e paventato il rischio di ritorsioni e guerre commerciali. Le ultime dichiarazioni provenienti dagli USA evidenziano l'intenzione dell'amministrazione americana di portare l'intera questione in seno all'Organizzazione Mondiale del Commercio con evidenti ripercussioni sugli altri accordi e negoziati in corso.

Va evidenziato che la nuova direttiva accresce inevitabilmente il numero e il tipo di formalità che si richiedono agli operatori, con la richiesta di registrazione e la distinzione per i 15 paesi – tra poco 25 – delle diverse operazioni effettuate e delle imposte prelevate. Essa accresce anche gli oneri amministrativi: infatti la direttiva riapre tutti i problemi del regime definitivo IVA e in particolare quello della stima della base imponibile "consumi" necessaria per far funzionare il meccanismo di clearing ed effettuare la redistribuzione del gettito tra paese che lo ha riscosso e quello a cui va attribuito, quello cioè in cui effettivamente avviene l'atto di consumo. Last but not least, va segnalato come essa non permetta di eliminare la possibilità di frodi, di evasioni e di aggiramenti degli obblighi tributari. Un consumatore UE potrebbe facilmente nascondersi dietro un sito web di un altro paese e tramite questo effettuare un acquisto di beni digitali in completa esenzione di imposta. D'altro canto la struttura stessa della rete e la possibilità di anonimato che essa permette, rende questo problema difficilmente superabile.

L'Europa, perdurando la posizione americana di esenzione del commercio elettronico da ogni forma di imposizione, può fare ben poco. Essa può tentare misure di second best, come quelle previste nella recente Direttiva che sanciscono l'obbligo di registrazione delle imprese americane almeno in uno stato membro. Queste misure, oltre a non essere accettate dagli USA, presentano diverse imperfezioni e complicazioni amministrative. Inoltre esse lasciano del tutto irrisolto il problema della compliance e soprattutto del monitoraggio delle imprese non europee sul rispetto della normativa prevista nella direttiva.

In alternativa, l'Europa può "fare il tifo" per gli stati americani, nella speranza che lo sviluppo del commercio elettronico determini, a breve termine, perdite di gettito così rilevanti da suscitare reazioni che pongano fine all'esenzione delle transazioni on-line; oppure, può partecipare al tax competition game e decidere di esentare, seguendo l'esempio americano, le forme di vendite realizzate per il tramite di Internet. Da una parte, quest'ultima soluzione riporterebbe l'Europa su di un piano di parità con gli USA, ma avrebbe ovvie e rilevanti conseguenze sul gettito tributario degli stati europei e sull'equità e la neutralità dei sistemi di imposizione. In definitiva, non pare esservi alternativa allo sforzo diplomatico, al negoziato e alla ricerca di un compromesso che sarà lungo e faticoso.

Riferimenti Bibliografici

Cassano, F. (1999), "Internet: criteri di classificazione delle operazioni di commercio elettronico diretto", Il Fisco, n.39.

CBO (2001), "Economic Analysis of Taxing Internet and Other Remote Sales", CBO Testimony, August, 1.

Commissione Europea (1997), Un'iniziativa Europea in Materia di Commercio Elettronico, COM (97) 157 def. 15 aprile 1997, Bruxelles.

Commissione Europea (1998), Commercio elettronico e imposizione indiretta , COM (98) 374 def. 17 giugno 1998, Bruxelles.

Commissione Europea (2000), Strategia volta a migliorare il funzionamento del regime IVA nel Mercato Interno, COM (2000) 349 def. 7 giugno 2000, Bruxelles.

Fox, W.-Murray, M. (1997) "The Sales Tax and Electronic Commerce: So What's New", National Tax Journal, vol. 50, n.3, September.

Goolsbee, A (1998) "In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce", NBER Working Paper, n. 6863, December.

Goolsbee, A. (2001) "The Implications of Electronic Commerce for Fiscal Policy", Journal of Economic Perspective, n. 1, Winter.

Goolsbee, A.-Zittrain, J. (1999), "Evaluating the Costs and Benefits of Taxing Commerce", National Tax Journal, vol. 52, n. 3, September.

Hellerstein, W. (1997), "Transaction Taxes and Electronic Commerce: Designing State Taxes That Work in an Interstate Environment", National Tax Journal, vol. 50, n 3, September.

Maguire, S. (2000) "Internet Transactions and the Sales Tax", CRS Report for Congress, December 12.

McLure, C. (1997), "Electronic Commerce, State Sales Taxation, and Intergovernmental Fiscal Relations", National Tax Jounral, vol. 50, n. 4, December.

McLure, C. (2001) "Taxation of Electronic Commerce in the European Union", mimeo,

McLure, C. (2002) "Thinking Straight About the Taxation of Electronic Commerce: Tax Principles, Compliance Problems, and Nexus", NBER Working Paper, n. , February.

Nellen, A. (2001) "E-Commerce: To Tax or Not To Tax? That Is the Question .. Or Is It?", mimeo, San José State University, June 29.

OCSE (1997), Electronic Commerce: the challenges to tax authorities and taxpayers, Turku, novembre.

OCSE (1998a), Electronic Commerce: a discussion paper on taxation issues, Ottawa, ottobre.

OCSE (1998b), Electronic Commerce: taxation framework conditions, ottobre.

OCSE (1999), Workshop on: Defining and Measuring Electronic Commerce, Parigi, aprile

OCSE (2000), Report by the consumption tax technical advisory group (TAG), dicembre.

OCSE (2001), Consumption Tax aspects of electronic commerce. A report from Working Party No.9 on consumption taxes to the Committee on fiscal affairs, febbraio.

Santoro, F. (1999a), "Imprese Virtuali o effettive?", Il Fisco, n.14.

Santoro, F. (1999b), "Commercio Elettronico: Primi Problemi Pratici", Il Fisco, n.44.

Santoro, F. (1999c), "Importazioni di beni ed acquisti intracomunitari da Internet", Il Fisco, n.26.

Santoro, F. (2000), "Il controllo delle Transazioni via Internet", Il Fisco, n.9.

Soete, L. (1999), Positive and Negative Aspects of Taxing Transmissions", Taxing Cyberspace, Merit, http://meritbbs.unimaas.nl/cybertax/aspects.html

U.S. House of Representatives (1997), Internet Tax Freedom Act (ITFA), HR 1054

Varian, H. (2000), "Taxation of Electronic Commerce", mimeo, IPI, April., http://www.internetpolicy.org/briefing/4_00_story.html

Yang Lester, B. (2001) "Is a Sales Tax a Good Idea for Internet Commerce", mimeo, Drexel University, Philadelphia, May 25-26.

3. IL COMMERCIO ESTERO E LA POLITICA COMMERCIALE DELL' UNIONE EUROPEA*

Sintesi

La tendenza al miglioramento del disavanzo che l'Unione Europea[1] aveva manifestato nel 2001 si è mantenuta anche nell'anno appena conclusosi, permettendo al saldo commerciale di tornare a valori positivi (6,5 miliardi di euro).

Il clima di incertezza internazionale e le perplessità circa l'evoluzione della situazione interna dei vari paesi dell'Unione hanno provocato un marcato rallentamento della domanda interna; il conseguente calo del valore in euro delle importazioni (-4%) è stato alla base del risultato raggiunto dal saldo.

Nonostante il non favorevole contesto internazionale, l'UE ha ripreso a guadagnar peso come esportatore mondiale dal 2001, grazie alla combinazione della ripresa del commercio internazionale nei settori in cui è specializzata con l'impatto dell'apprezzamento della moneta unica nel 2002.

Tra il 1997 e il 2002 si osserva qualche variazione nella posizione delle due principali direttrici dell'interscambio UE: il Nord America e l'Asia centrale e orientale.

Il Nord America diviene il primo destinatario delle esportazioni europee nei settori più rilevanti: prodotti della meccanica, apparecchi elettrici e strumenti di precisione. Il peso degli Stati Uniti nei prodotti chimici e farmaceutici, per i quali rappresentavano già il principale mercato di sbocco, si è ulteriormente incrementato.

Dal lato delle importazioni, l'Asia centrale ed orientale rappresenta stabilmente il più importante fornitore di prodotti ICT (più del 60% dell'importazioni europee del settore).

Occorre sottolineare il crescente peso dell'interscambio con l'Europa centro orientale, dove si situano 8 dei paesi che entreranno a far parte dell'Unione nel maggio 2004.

L'area è destinataria prevalentemente dei prodotti della meccanica (anche se in calo come quota sul totale rispetto al 1997) e degli apparecchi elettrici, per i quali, grazie al continuo incremento degli ultimi anni, costituisce il secondo mercato di sbocco.

L'Europa centrale ed orientale è stabilmente il principale mercato di approvvigionamento dei prodotti della siderurgia ed il suo peso è notevolmente aumentato nella fornitura sia di apparecchi elettrici che di autoveicoli.

E' possibile supporre che l'interscambio con l'area sia destinato a crescere ancora, soprattutto dal lato delle esportazioni dell'UE sulle quali gravano ancora restrizioni commerciali superiori a quelle applicate alle importazioni provenienti dai prossimi Stati membri.

La specializzazione settoriale dell'UE, particolarmente intensa nei settori ad offerta specializzata, è rimasta sostanzialmente immutata negli ultimi anni.

---

* Redatto da Eleonora Iacorossi – ICE Area Studi, Statistica e Documentazione – con la supervisione del prof. Gianfranco Viesti.

[1] L'Unione Europea è intesa nell'intero capitolo come un'unica entità economica. Ne consegue che iI dati relativi al commercio estero si riferiscono ai soli flussi extra-UE.

Si nota invece un'interessante variazione nei settori di despecializzazione: mentre sino al 1997 l'intensità di despecializzazione era più alta nei settori *science based* che nei settori tradizionali, dal 1998 questi ultimi diventano il principale comparto di despecializzazione a causa della concorrenza esercitata dai paesi del Sud-Est asiatico e, soprattutto, dai nuovi membri dell'OMC (Cina e Taiwan).

Dal punto di vista delle politiche commerciali, l'UE ha confermato il suo attivismo internazionale rafforzando i legami politico-economici con tutti i suoi partners. Da sottolineare l'elaborazione di un nuovo Sistema di Preferenze Generalizzate per il periodo 2002-2004 nel quale il Pakistan, per ragioni politiche connesse alla strategia contro il terrorismo, ha ricevuto un trattamento ancor più favorevole.

Motivi di controversia permangono nei confronti degli Stati Uniti. Finita la "guerra delle banane", è iniziata quella sui dazi compensativi in merito alla quale l'OMC si è pronunciata in favore dell'UE, mentre rimangono in corso di svolgimento quelle sull'acciaio e sul commercio di prodotti transgenici.

3.1 LA COLLOCAZIONE DELL'UNIONE EUROPEA NEL COMMERCIO MONDIALE

Anche quest'anno, l'economia europea ha manifestato un rallentamento della crescita: il PIL ha fatto registrare un incremento ancor più basso del 2001, fermandosi all'1,1% (e allo 0,9% nell'area euro). La contrazione dell'economia è stata particolarmente marcata nell'ultimo trimestre dell'anno, quando gli elementi di incertezza relativi in particolare al contesto internazionale hanno cominciato a pesare maggiormente.

La debolezza della domanda interna è stata nutrita dai dubbi circa l'evoluzione del sistema pensionistico, accompagnati dalla riduzione del valore dei fondi pensione e delle azioni in generale; dal deterioramento delle finanze pubbliche in diversi Stati membri; da un seppur lieve aumento della disoccupazione e da un'inflazione più alta del previsto.

IL COMMERCIO ESTERO MONDIALE
(miliardi di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

	ESPORTAZIONI			IMPORTAZIONI			SALDI		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Mondo[1]	5.395,0	5.294,0	5.203,0	5.694,0	5.612,0	5.475,0			
	34,5	**-1,9**	**-1,7**	**35,4**	**-1,4**	**-2,4**			
Unione Europea	942,0	985,3	990,7	1.033,0	1.028,0	984,2	-91	-42,6	6,5
	24,0	**4,6**	**0,5**	**32,6**	**-0,5**	**-4,3**			
Stati Uniti	845,4	813,7	733,1	1.362,9	1.316,0	1.271,1	-517,5	-502,3	-538,0
	30,1	**-3,7**	**-9,9**	**37,1**	**-3,4**	**-3,4**			
Giappone	518,7	450,3	439,7	410,7	389,6	355,6	107,9	60,7	84,1
	31,8	**-13,2**	**-2,4**	**40,7**	**-5,1**	**-8,7**			

(1) Esclusi gli scambi intra-UE.

Fonte: OMC e EUROSTAT-COMEXT

Tavola 3.1

Il commercio estero ne è stato influenzato, soprattutto sul fronte delle importazioni. Il saldo della bilancia commerciale dell'UE, infatti, dopo il miglioramento del deficit nel 2001, è passato a valori positivi nel 2002, raggiungendo circa 6,5 miliardi di euro (tavola 3.1). L'area euro, che già vantava un surplus nel 2001, ha raddoppiato l'avanzo, superando i 100 miliardi di euro.

I risultati ottenuti non possono, tuttavia, attribuirsi al dinamismo delle esportazioni, essendo queste ultime aumentate meno dell'1% in valore, quanto alla riduzione del valore delle importazioni (-4%), trascinate al ribasso dalle condizioni della domanda interna.

Il calo della domanda estera dell'Unione Europea, affiancata da quella ancor più marcata del Giappone, si rispecchia nella riduzione del 10% circa del valore in euro delle esportazioni statunitensi. Nonostante la flessione delle importazioni USA, il forte calo delle esportazioni ha comportato un ulteriore peggioramento del deficit americano.

Al contrario il saldo giapponese è tornato a crescere; ma anche in questo caso, come in quello dell'UE, la forte contrazione del valore delle importazioni ne è stata alla base.

La quota sulle esportazioni mondiali delle tre principali economie, dal 1990 ad oggi, si è ridotta in misura superiore ai 7 punti percentuali (tavola 3.2).

QUOTE SUL COMMERCIO MONDIALE E SALDI COMMERCIALI

PAESI E AREE	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mondo[1] **(miliardi di ecu/euro)**													
Esportazioni	1.941	2.044	2.107	2.424	2.740	2.959	3.217	3.764	3.634	4.011	5.395	5.294	5.203
Importazioni	2.020	2.140	2.196	2.507	2.825	3.049	3.330	3.893	3.789	4.204	5.694	5.612	5.475
Unione Europea[1]													
Esportazioni (%)	21,4	20,0	19,8	19,3	19,3	19,6	19,7	19,2	20,1	18,9	17,5	18,6	19,0
Importazioni (%)	22,4	22,3	21,4	18,6	18,3	18,1	17,7	17,3	18,7	18,5	18,1	18,3	18,0
Saldo commerciale (md di ecu/euro)	-37,2	-68,8	-51,7	3,9	13,0	28,3	45,9	48,7	22,9	-19,6	-91,0	-42,7	6,5
Saldo commerciale normalizzato[2]	-4,3	-7,8	-5,8	0,4	1,2	2,5	3,8	3,5	1,6	-1,3	-4,6	-2,1	0,3
Stati Uniti													
Esportazioni (%)	15,9	16,7	16,5	16,4	15,8	15,3	15,5	16,2	16,7	16,2	15,7	15,4	14,1
Importazioni (%)	20,1	19,2	19,5	20,6	20,6	19,5	19,7	20,4	22,2	23,6	23,9	23,5	23,2
Saldo commerciale (md di ecu/euro)	-97,0	-70,1	-81,9	-118,5	-148,9	-143,9	-157,2	-186,1	-233,5	-344,0	-517,5	-502,3	-538,0
Saldo commerciale normalizzato[2]	-13,6	-9,3	-10,6	-13,0	-14,7	-13,7	-13,6	-13,2	-16,1	-20,9	-23,4	-23,6	-26,8
Giappone													
Esportazioni (%)	11,6	12,5	12,5	12,8	12,2	11,6	10,2	9,9	9,5	9,8	9,6	8,5	8,5
Importazioni (%)	9,2	9,0	8,2	8,2	8,2	8,5	8,4	7,7	6,6	6,9	7,2	6,9	6,5
Saldo commerciale (md di ecu/euro)	41,0	62,9	82,5	103,1	102,7	82,9	49,3	72,7	95,7	101,4	107,9	60,7	84,1
Saldo commerciale normalizzato[2]	10,0	14,1	18,6	20,0	18,1	13,8	8,1	10,8	16,1	14,8	11,6	7,2	10,6
Totale Triade													
Esportazioni (%)	49,0	49,1	48,8	48,5	47,3	46,5	45,4	45,3	46,4	45,0	42,7	42,5	41,6
Importazioni (%)	51,7	50,5	49,1	47,4	47,1	46,2	45,7	45,5	47,5	49,1	49,3	48,7	47,7

1) Esclusi gli scambi intra-UE.

2) Rapporto percentuale tra saldo commerciale e somma di esportazioni e importazioni.

Fonte: elaborazioni ICE su dati OMC e EUROSTAT-COMEXT

Tavola 3.2

Il Giappone ha subito un calo molto sensibile (3,1 punti percentuali), soprattutto tenendo conto del livello di partenza relativamente più basso.

La quota dell'UE, sebbene anch'essa tendenzialmente decrescente, mostra vari momenti di recupero, uno dei quali interessa l'ultimo biennio.

Gli Stati Uniti, che avevano riguadagnato terreno tra il 1996 e il 1998, hanno poi ricominciato a perdere quote sulle esportazioni mondiali, tanto da toccare nell'anno conclusosi la quota più bassa a partire dal 1990.

Il peso delle tre aree sul commercio mondiale si è ridotto anche dal lato delle importazioni. La contrazione dell'UE è stata di 4,4 punti percentuali rispetto al 1990, ma con una sostanziale stabilità intorno al 18% delle importazioni mondiali a partire dal 1993-94. Più sensibile il calo del Giappone, che è passato dal 9,2% del 1990, a valori intorno al 8,5% nel 1995-96 e poi, con una continua flessione, sino al 6,5% del 2002.

Inversamente, gli Stati Uniti hanno incrementato la propria quota di importazioni di oltre 3 punti percentuali. Particolarmente interessante appare il periodo 1995-2000, nel quale la crescita delle quote statunitensi è stata decisamente accentuata, trovandosi il paese nella fase ascendente del ciclo economico e conquistando le quote perse dai paesi investiti dalle diverse crisi internazionali. Tale quota si mantiene storicamente alta (è al 23,2% nel 2002), anche con il recente rallentamento.

Il forte incremento delle importazioni statunitensi, non accompagnato da un andamento di pari segno delle esportazioni, ha determinato il progressivo deterioramento del saldo normalizzato il quale, nel 2002, ha superato il 26% dell'interscambio.

3.2 L'ORIENTAMENTO GEOGRAFICO DEL COMMERCIO ESTERO DELL'UNIONE EUROPEA

Dopo il disavanzo commerciale registrato negli anni 1999-2001, nel 2002 il saldo UE è dunque tornato a valori positivi. Ciò è avvenuto grazie ad un miglioramento della posizione netta nei confronti di quasi tutte le aree partner, ad eccezione della Cina, delle EDA e del Mercosur (tavola 3.3).

A partire dal 1999, il principale contributo positivo al saldo commerciale dell'UE deriva dagli scambi con il Nord America; l'avanzo commerciale nei confronti dell'area ha superato i 60 miliardi di euro nel 2002.

L'avanzo registrato nei confronti dell'Europa centro orientale, pur più contenuto rispetto ai valori del 1997-98, è tornato a crescere dal 2001, in un quadro di continuo incremento dell'interscambio con l'area: la crescita nel quinquennio 1997-2002 è di oltre il 60%.

Negli scambi assai più contenuti con il continente africano, dopo il pesante peggioramento del saldo nel 2000, dovuto all'incremento di oltre il 40% del valore delle importazioni, generato dall'aumento del prezzo sui mercati internazionali delle materie prime ed amplificato dal deprezzamento dell'euro, la situazione sembra ora invertirsi: nel 2002, la riduzione del prezzo delle materie prime (non combustibili), accompagnata dall'apprezzamento dell'euro, ha dimezzato il risultato negativo dell'anno precedente.

L'avanzo commerciale negli scambi con l'America centro meridionale si è sempre più contratto dal 1997, a causa della debolezza della domanda provocata dalla

SALDO COMMERCIALE E SALDO COMMERCIALE NORMALIZZATO DELL' UE PER AREE GEOGRAFICHE E PAESI

(valori in miliardi di ecu/euro e rapporti percentuali tra saldo commerciale e somma di esportazioni e importazioni)

	1997	1998	1999	2000	2001	2001 gen-ott	2002 gen-ott
Europa centro orientale	29,7	28,9	13,1	1,8	9,1	4,8	10,7
	15,0	*13,5*	*5,9*	*0,6*	*2,8*	*1,8*	*3,7*
Altri paesi europei	13,2	18,4	13,9	11,6	2,9	3,0	5,7
	6,8	*9,1*	*6,6*	*4,5*	*1,1*	*1,4*	*2,7*
Africa settentrionale	-1,4	5,0	2,4	-9,0	-6,3	-6,4	-3,5
	-2,9	*9,8*	*4,6*	*-12,6*	*-8,8*	*-10,6*	*-6,1*
Altri paesi africani	-1,9	1,5	-1,6	-5,8	-7,4	-7,1	-3,8
	-3,5	*2,6*	*-2,9*	*-8,1*	*-9,3*	*-10,6*	*-6,1*
America settentrionale	4,3	11,6	24,8	35,4	47,3	38,4	57,4
	1,4	*3,4*	*6,7*	*7,7*	*10,0*	*9,6*	*15,3*
Stati Uniti	2,8	9,5	21,7	33,2	43,3	35,6	52,0
	1,0	*3,1*	*6,4*	*7,8*	*10,1*	*9,7*	*15,1*
America centro meridionale	10,2	14,7	9,8	7,8	9,4	7,1	1,6
	11,7	*16,0*	*10,7*	*6,9*	*8,0*	*7,2*	*1,7*
Medio oriente	20,2	24,7	16,6	5,8	18,8	13,3	21,4
	25,2	*33,9*	*20,9*	*5,3*	*17,1*	*14,4*	*24,0*
Asia centrale e orientale	-38,2	-89,0	-103,1	-128,7	-110,0	-93,3	-89,9
	-10,8	*-25,4*	*-27,3*	*-26,6*	*-23,0*	*-23,2*	*-23,0*
Cina	-21,3	-24,7	-30,2	-44,3	-45,8	-38,2	-39,3
	-40,0	*-41,8*	*-44,2*	*-47,1*	*-43,5*	*-43,7*	*-41,7*
Giappone	-24,5	-34,7	-36,8	-42,0	-32,0	-28,0	-22,0
	-25,9	*-36,0*	*-34,8*	*-32,5*	*-26,7*	*-27,5*	*-24,1*
Oceania	6,8	5,1	6,9	6,9	6,7	5,4	6,7
	27,2	*19,6*	*26,0*	*22,5*	*20,8*	*19,8*	*24,5*
SALDO COMPLESSIVO	42,8	20,8	-17,3	-74,0	-29,5	-34,8	6,3
	3,2	1,5	-1,2	-3,9	-1,5	-2,1	0,4
Prossimi paesi membri(1)	23,0	23,0	17,9	17,7	15,1	12,5	14,1
	18,4	*15,7*	*11,4*	*9,1*	*7,0*	*6,9*	*7,4*
Mercosur(2)	5,8	6,1	2,4	-0,1	-0,6	-0,5	-5,3
	14,6	*14,4*	*6,1*	*-0,3*	*-1,2*	*-1,3*	*-14,9*
EDA(3)	8,5	-17,8	-22,4	-24,5	-13,7	-11,0	-11,5
	6,0	*-13,2*	*-15,7*	*-13,5*	*-7,9*	*-7,5*	*-8,3*
OPEC(4)	0,6	7,8	-3,1	-28,8	-9,8	-11,1	2,2
	0,6	*9,2*	*-3,4*	*-21,4*	*-7,2*	*-9,7*	*2,0*

Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.
(1) Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Slovenia, Cipro, Malta, Lituania, Lettonia, Estonia.
(2) Argentina, Brasile, Uruguay, Paraguay.
(3) Economie Dinamiche Asiatiche: Singapore, Taiwan, Hong Kong, Corea del Sud, Thailandia, Malaysia.
(4) Emirati Arabi Uniti, Algeria, Indonesia, Iraq, Iran, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar, Arabia Saudita, Venezuela.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.3

situazione interna dei paesi dell'area. In particolare, con il Mercosur, a partire dal 2000, anno di manifestazione concreta della crisi argentina, il saldo commerciale dell'UE è stato negativo.

Con il Medio Oriente, dopo la marcata riduzione dell'avanzo nel 2000, causata da motivi analoghi al peggioramento verificatosi nel saldo con l'Africa, la posizione netta dell'UE nell'ultimo biennio è migliorata.

Il mercato asiatico rappresenta l'area mondiale con cui il commercio dell'UE mostra tradizionalmente saldi molto negativi. A partire dal massimo raggiunto nel 2000 (con un deficit commerciale di quasi 130 miliardi di euro), nell'ultimo biennio il saldo è andato lievemente migliorando. Rispetto alla sola Cina, invece, il disavanzo UE è rimasto costante dal 2000 intorno ai 45 miliardi di euro. In miglioramento il disavanzo commerciale con il Giappone, che si è ulteriormente attenuato nel 2002.

Le esportazioni dell'Unione Europea per aree e paesi

Tra le destinazioni geografiche delle esportazioni dell'Unione Europea, il resto d'Europa rappresenta l'aggregato principale, assorbendo più del 30% delle esportazioni (tavola 3.4).

Tale cifra è data dalla somma delle esportazioni verso l'Europa Orientale, che pesa per il 18% circa, e verso gli altri paesi non-UE (13% circa). A partire dal 1999, l'andamento delle quote di esportazione verso i due gruppi di paesi ha assunto andamenti divergenti. Ha continuato a crescere significativamente il peso dell'Europa Orientale, che come è noto comprende 8 dei prossimi membri dell'UE e i due paesi rinviati alla valutazione del 2007 (Romania e Bulgaria)[2]. Gli altri paesi europei, viceversa, hanno mostrato una lieve flessione.

Circa il 27% delle esportazioni dell'UE è destinato al mercato Nord americano (all'interno del quale gli Stati Uniti pesano per circa il 25%). Dopo un sensibilissimo incremento della quota, già elevata, dal 22% del 1997 al 27% del 2000, nell'ultimo triennio l'importanza di quest'area di sbocco si è mantenuta costante.

STRUTTURA DELLE ESPORTAZIONI DELL' UE PER AREE GEOGRAFICHE E PAESI
(composizione percentuale)

	1997	1998	1999	2000	2001	2001 gen-ott	2002 gen-ott
Europa centro orientale	16,4	17,0	15,9	15,9	17,5	17,3	18,7
Altri paesi europei	14,9	15,4	15,3	14,8	13,5	13,6	13,5
Africa settentrionale	3,5	3,9	3,8	3,4	3,4	3,4	3,3
Altri paesi africani	3,9	4,2	3,8	3,6	3,7	3,7	3,7
America settentrionale	22,0	24,5	26,8	27,5	27,1	27,3	27,1
Stati Uniti	20,0	22,4	24,6	25,2	24,8	25,1	24,7
America centro meridionale	7,0	7,5	6,9	6,7	6,6	6,7	5,8
Asia centrale e orientale	22,8	18,4	18,7	19,6	19,2	19,3	18,8
Cina	2,3	2,4	2,6	2,7	3,1	3,1	3,4
Giappone	5,1	4,3	4,7	4,8	4,6	4,6	4,3
Medio Oriente	7,2	6,9	6,5	6,4	6,7	6,6	6,9
Oceania	2,3	2,2	2,3	2,1	2,0	2,0	2,1
TOTALE miliardi di ecu/euro	694,3	710,9	734,3	906,3	954,8	799,8	800,7
Prossimi paesi membri(1)	10,7	11,9	11,9	11,7	12,1	12,1	12,8
Mercosur(2)	3,3	3,4	2,9	2,6	2,5	2,5	1,9
EDA(3)	10,8	8,2	8,2	8,7	8,4	8,4	8,0
OPEC(4)	7,2	6,5	5,9	5,8	6,6	6,5	6,9

Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.
(1) Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Slovenia, Cipro, Malta, Lituania, Lettonia, Estonia.
(2) Argentina, Brasile, Uruguay, Paraguay.
(3) Economie Dinamiche Asiatiche: Singapore, Taiwan, Hong Kong, Corea del Sud, Thailandia, Malaysia.
(4) Emirati Arabi Uniti, Algeria, Indonesia, Iraq, Iran, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar, Arabia Saudita, Venezuela.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.4

[2] Le negoziazioni con Cipro, la Repubblica Ceca, l'Estonia, l'Ungheria, la Polonia e la Slovenia sono state avviate nel marzo del 1998 e le negoziazioni con la Bulgaria, la Lettonia, la Lituania, Malta, la Romania e la Repubblica Slovacca nel febbraio del 2000. Il 12 dicembre 2002, al Consiglio Europeo di Copenaghen, 10 di questi 12 paesi sono stati giudicati in grado di soddisfare i criteri stabiliti dal Consiglio Europeo di Copenaghen nel 1993 (istituzioni democratiche, esistenza di un'economia di mercato sostenibile, adozione dell' *acquis communautaire*). Il trattato di adesione è stato firmato ad Atene il 16 aprile 2003 e i nuovi paesi membri entreranno nella fase transitoria di adesione il 1 maggio 2004.

A differenza di quanto avvenuto sul mercato statunitense, la quota delle esportazioni verso l'Asia centro orientale è diminuita rispetto al 1997. La pesante riduzione incorsa tra tale anno e il 1998 può attribuirsi alla forte crisi esplosa nel periodo.

Il risultato registrato dal 1998 in poi ha riflesso andamenti contrapposti nei diversi paesi dell'area. Infatti, mentre la quota delle esportazioni verso il Giappone si è ridotta nel tempo, in seguito alla contrazione della domanda interna del paese, quella in Cina ha seguito un andamento crescente, parallelamente all'incremento dell'importanza del paese nel commercio mondiale.

Andamenti contrastanti si verificano anche per quanto riguarda le esportazioni destinate alle EDA; il peso della Corea del Sud sul totale delle esportazioni UE resta costante, mentre gli altri paesi perdono quota. Il peso complessivo dell'area si è mantenuto a partire dal 1998 appena al di sopra dell'8%.

Mentre le quote delle esportazioni verso l'Africa, il Medio Oriente e l'Oceania non mostrano forti oscillazioni, l'America centro meridionale riduce sempre più la propria importanza relativa. Il contesto di crisi dell'area, a partire dalla svalutazione brasiliana e dal *default* argentino, sino ai problemi bancari uruguayani e politici venezuelani hanno via via reso l'area meno attraente, come confermato dall'andamento delle quote delle esportazioni verso il Mercosur.

Le importazioni dell'Unione Europea per aree e paesi

Dal lato delle importazioni (tavola 3.5), l'aggregato resto d'Europa lascia da sempre il primo posto all'Asia centro orientale. Le importazioni provenienti da tale

STRUTTURA DELLE IMPORTAZIONI DELL' UE PER AREE GEOGRAFICHE E PAESI
(composizione percentuale)

	1997	1998	1999	2000	2001	2001 gen-ott	2002 gen-ott
Europa centro orientale	12,9	13,4	13,8	14,5	16,1	16,0	17,5
Altri paesi europei	13,9	13,2	13,1	12,5	12,8	12,7	12,9
Africa settentrionale	3,9	3,3	3,4	4,1	3,9	4,0	3,8
Altri paesi africani	4,4	4,1	3,9	4,0	4,4	4,4	4,2
America settentrionale	22,8	23,6	22,9	21,8	21,5	21,6	20,1
Stati Uniti	20,8	21,7	21,1	19,9	19,7	19,8	18,4
America centro meridionale	5,9	5,6	5,4	5,4	5,5	5,5	5,7
Medio oriente	4,6	3,5	4,2	5,3	4,6	4,7	4,3
Asia centrale e orientale	30,2	31,8	32,0	31,2	29,8	29,7	30,3
Cina	5,7	6,1	6,6	7,1	7,7	7,5	8,4
Giappone	9,1	9,5	9,5	8,7	7,7	7,8	7,1
Oceania	1,4	1,5	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3
TOTALE miliardi di ecu/euro	651,5	690,1	751,6	980,3	984,3	834,6	794,3
Prossimi paesi membri(1)	7,9	8,9	9,2	9,0	10,2	10,1	11,2
Mercosur(2)	2,6	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5	2,6
EDA(3)	10,2	11,1	11,0	10,6	9,5	9,4	9,5
OPEC(4)	7,6	5,6	6,2	8,3	7,4	7,5	6,7

Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.
(1) Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Slovenia, Cipro, Malta, Lituania, Lettonia, Estonia.
(2) Argentina, Brasile, Uruguay, Paraguay.
(3) Economie Dinamiche Asiatiche: Singapore, Taiwan, Hong Kong, Corea del Sud, Thailandia, Malaysia.
(4) Emirati Arabi Uniti, Algeria, Indonesia, Iraq, Iran, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar, Arabia Saudita, Venezuela.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.5

area nel periodo 1997-2002 (espresse come quota rispetto al totale dell'Unione Europea) hanno costantemente oscillato intorno al 30%. Dopo il picco raggiunto nel 1999, l'importanza relativa dell'area ha iniziato a decrescere, seppur lievemente; al suo interno è diminuita la quota delle importazioni provenienti dalle EDA, accompagnando il calo del commercio internazionale dei prodotti ICT.

Anche dal lato delle importazioni, Cina e Giappone hanno modificato la loro posizione in modo inverso: la Cina, crescendo incessantemente; il Giappone, perdendo sempre più peso.

Il resto d'Europa è la seconda area di provenienza delle importazioni dell'UE in termini di importanza relativa. Anche dal lato delle importazioni, l'Europa centro orientale ha acquistato importanza, a testimonianza della crescente e ormai assai sensibile integrazione commerciale dell'Unione con i prossimi membri.

Il Nord America, origine di circa un quarto delle importazioni dell'UE, ha manifestato, sul periodo considerato, un andamento opposto a quello rilevato nelle esportazioni, perdendo più di 2,5 punti percentuali sul totale delle importazioni UE.

L'importanza relativa dei paesi africani e sudamericani come mercati di approvvigionamento resta costante e relativamente modesta mentre sempre altalenante è il peso sul totale delle importazioni provenienti dai paesi OPEC a causa sia delle variazioni del prezzo del petrolio che del cambio dollaro/euro.

L'intensità di specializzazione geografica del commercio estero dell'Unione Europea

L'indice di intensità di specializzazione geografica[3] mostra il livello di squilibrio del commercio estero di un paese, tanto maggiore quanto più ampia è la differenza (indipendentemente dal segno) tra i saldi con i singoli partner e il saldo medio.

Esso consente di osservare il grado di esposizione a variazioni della struttura geografica della domanda estera.

Tale indice per il commercio dell'Unione Europea ha attraversato nell'arco degli ultimi 10 anni fasi distinte (grafico 3.1): sono individuabili, infatti, una fase decrescente sino al 1995, crescente sino al 1999, nuovamente decrescente nel biennio 2000-2001 per accennare al rialzo nel 2002.

Tra i diversi contributi (la cui sommatoria determina il valore mostrato nel grafico) risulta determinante quello dell'Asia centro orientale lungo l'intera serie storica.

In particolare, il forte incremento registratosi nel 1998 è spiegabile quasi per intero dall'aumento del contributo asiatico da 3,7 a 6,7. D'altra parte, l'intensificarsi degli squilibri con l'area, generati dalla crisi prodottasi nell'anno considerato, si nota anche nel forte aggravamento del deficit (tavola 3.3).

---

[3] L'intensità di specializzazione geografica si calcola attraverso l'indice di polarizzazione dato da $\sum_{i=1}^{n}|z_i - Z|(x_i + mi) \Big/ \sum_{i=1}^{n}(x_i + m_i)$ dove z_i rappresenta il saldo normalizzato degli scambi con l'*i-esima* area, Z rappresenta il saldo normalizzato medio e x_i e m_i rappresentano rispettivamente le esportazioni verso e le importazioni dall'area *i-esima*.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI Grafico 3.1

Sebbene il livello dell'indice sia rimasto invariato nell'anno successivo, il 1999 ha visto passare il contributo degli Stati Uniti da un valore medio pari a 0,44 (nel periodo 1992-1998) ad un valore pari a 2. Nello stesso anno, l'avanzo dell'UE nei confronti dell'area più che raddoppia, contenendo il risultato netto negativo dell'anno nel suo complesso (tavola 3.3).

Dal 1999 in poi, il Nord America rafforza ulteriormente il suo contributo all'intensità di specializzazione geografica sino al valore 3,5 nel 2002.

Nonostante ciò, nell'anno appena conclusosi, lo squilibrio geografico del commercio estero dell'Unione Europea è inferiore a quello del 1999, a riflesso della compensazione della crescita del saldo attivo con il Nord America con la riduzione dei saldi con le altre aree e, soprattutto, con l'America centro meridionale, il resto d'Europa e l'Asia centro orientale.

3.3 LA COMPOSIZIONE SETTORIALE DEL COMMERCIO ESTERO DELL'UNIONE EUROPEA

L'avanzo commerciale con cui l'Unione Europea ha chiuso il 2002 è stato il risultato di un miglioramento generalizzato dei saldi nei singoli settori (tavola 3.6), soprattutto in quelli in cui l'UE gode di maggiori vantaggi comparati, quali i prodotti chimici e farmaceutici, le macchine ed apparecchi meccanici e i veicoli stradali.

Il rafforzamento dei vantaggi comparati europei nei prodotti chimici e farmaceutici emerge anche dal miglioramento dei saldi con tutte le aree e in particolare con l'America settentrionale (tavola 3.7).

Nel settore macchine ed apparecchi meccanici, i saldi sono in media più alti rispetto al settore chimico-farmaceutico ma sembra manifestarsi una tendenza al con-

SALDI COMMERCIALI DEL COMMERCIO ESTERO DELL' UE PER SETTORI
(valori in miliardi di ecu/euro)

	1997	1998	1999	2000	2001	2001 gen-ott	2002 gen-ott
Prodotti agricoli, dell'allevamento e della pesca	-25,3	-25,2	-22,5	-23	-24,1	-20,3	-19,9
Prodotti dell'industria estrattiva	-71,8	-52,9	-63,2	-116,8	-111,9	-96,4	-83,1
Alimentari, bevande tabacco	11,7	8,1	6,8	7,8	6,1	5,2	6,6
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	-19,3	-21,5	-24,8	-29,2	-29,6	-25,8	-25
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	-1,2	-1,7	-2,6	-2,9	-3,4	-3,1	-3,4
Calzature	-1	-1,1	-2,4	-2,8	-3,3	-2,9	-3,3
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	-4,2	-4,2	-4,6	-5,4	-4,5	-4	-3
Prodotti in carta, stampa ed editoria	8,1	7,3	7,4	8	9	7,1	9
Prodotti petroliferi raffinati	-2,3	-1,2	-2,2	-4,1	-7,2	-6,1	-6,1
Prodotti chimici e farmaceutici	27,5	27,6	34,9	41,8	48,2	40,3	46,3
Prodotti farmaceutici e medicinali	11,8	14,2	15,8	18,7	21,3	17,7	24,9
Articoli in gomma e plastica	3,9	3,5	2,8	3,4	4,1	3,3	4,2
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	7,9	7,4	6,7	7,2	7,2	6	6,3
Metalli e prodotti in metallo	-0,1	-9,3	-6,4	-12,8	-10,4	-10,3	-6,9
Prodotti della siderurgia	9,2	4,6	4,1	4,3	5,4	4,5	6,8
Prodotti finali in metallo	7,1	6,5	5,5	4,9	5,2	4,3	6,5
Macchine ed apparecchi meccanici	68,7	63	52,8	57,6	67	53,8	59,8
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	-22,8	-34,2	-43,1	-60,6	-44,7	-37,5	-30,6
Prodotti ICT	-29,7	-38,7	-44	-58,3	-48,1	-40,1	-40,8
Apparecchi e materiali elettrici	5,3	3,9	1,7	-1,3	2,9	3	4,5
Strumenti medicali e di precisione	1,6	0,6	-0,8	-1	0,5	0,4	5,7
Mezzi di trasporto	43,7	39	27,7	43,2	55,1	45,5	48,5
Veicoli stradali	36	31,9	25,8	39,2	44,4	36,6	42,7
Altri mezzi di trasporto	7,6	7,2	2	4	10,8	8,8	5,8
Mobili	2	1,2	0,1	-0,4	-0,8	-0,6	-1,4
Gioielleria e oreficeria	2,8	2,5	2,9	3,3	3,2	2,4	2,4
ALTRI PRODOTTI	13,6	11,5	10	8,8	7,1	5,8	2,6
TOTALE miliardi di euro/ecu	42,8	20,8	-17,3	-74	-29,5	-34,8	6,3

Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.6

tenimento dell'avanzo rispetto al 1997, come si nota sia nell'andamento del saldo complessivo che nei saldi con le singole aree.

Al contrario, nel settore dei mezzi di trasporto si legge una tendenza complessiva al miglioramento dei saldi, soprattutto nei confronti dell'America settentrionale ma con la forte, e non unica, eccezione dell'Asia centrale e orientale.

Attenuazioni significative del deficit si notano nei settori tradizionalmente in forte disavanzo: nell'industria estrattiva l'UE passa da -96 miliardi di euro nel periodo gennaio-ottobre 2001 a –83 nello stesso periodo del 2002 e nel settore dei prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione migliora la propria posizione netta da –37,5 miliardi di euro a –30,6.

In quest'ultimo settore, nonostante il miglioramento complessivo, vi è un forte peggioramento del saldo con l'Asia centrale ed orientale. Il disavanzo nell'interscambio con l'area aumenta sensibilmente anche nel tessile, dove arriva a spiegare quasi per intero il saldo deficitario complessivo del settore.

Nell'ambito dei prodotti agricoli, l'UE è un importatore netto, registrando il saldo maggiormente negativo con l'America centro meridionale (-8,2 nel periodo gennaio-ottobre 2002). Escludendo l'Europa centro orientale, l'UE sembra, tuttavia, ridurre i disavanzi di settore con le altre aree.

SALDI PER SETTORI E PER AREE DEL COMMERCIO ESTERO DELL'UE(*)
(valori in miliardi di ecu/euro)

	Africa		Europa centro orientale		Altri paesi europei		America settentrionale		America centro meridionale		Asia centrale e orientale		Medio Oriente		Oceania	
	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002
Prodotti agricoli, dell'allevamento e della pesca	-5,5	-4,6	-0,1	-0,9	-0,5	-0,4	-5,1	-3,0	-9,4	-8,2	-2,8	-1,5	-0,3	-0,2	-1,6	-1,1
Prodotti dell'industria estrattiva	-22,1	-26,3	-9,7	-18,3	-18,7	-16,6	-1,1	3,0	-4,8	-6,0	2,1	0,5	-15,5	-17,1	-2,2	-2,3
Alimentari, bevande e tabacco	0,8	0,2	6,6	3,5	0,2	0,3	3,2	6,4	-4,9	-6,9	3,7	1,8	3,3	2,7	-1,3	-1,5
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	-1,9	-2,2	0,1	-0,6	-1,5	-3,4	2,4	3,7	0,2	0,3	-19,3	-23,6	0,6	0,7	0,0	0,1
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	-0,3	-0,5	0,4	0,2	1,2	1,1	2,5	2,6	-0,8	-0,7	-4,4	-6,2	0,3	0,2	-0,1	-0,1
Prodotti in legno e sughero (esclusi mobili)	-0,1	-0,4	-2,3	-3,1	0,7	0,9	-1,5	0,3	-0,4	-0,5	-1,0	-0,7	0,3	0,3	0,1	0,1
Prodotti in carta, stampa ed editoria	1,3	1,4	3,1	2,9	1,9	1,8	-3,3	-1,4	0,7	0,3	2,3	2,1	1,1	1,2	1,0	0,8
Prodotti petroliferi raffinati	-1,9	-2,1	-3,2	-6,9	1,3	1,6	1,3	3,2	0,4	-0,2	0,3	-0,2	-0,5	-1,4	0,0	-0,1
Prodotti chimici e farmaceutici	4,6	5,3	6,8	11,4	-0,3	0,1	0,0	11,1	4,5	5,2	6,2	5,8	3,7	4,8	2,1	2,6
Prodotti farmaceutici e medicinali	1,9	2,4	2,6	4,7	-0,8	-0,8	1,3	5,4	1,7	2,3	3,3	3,9	1,0	1,5	1,0	1,4
Articoli in gomma e plastica	1,0	1,1	3,1	3,5	1,3	1,0	-0,3	0,7	1,0	0,9	-3,3	-4,0	0,6	0,5	0,4	0,4
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	0,8	0,7	0,6	0,8	0,8	0,5	2,2	2,9	0,7	0,6	1,2	-0,6	1,2	1,1	0,4	0,3
Metalli e prodotti in metallo	-1,2	-2,2	-5,9	-4,8	0,0	-2,1	1,7	3,5	-1,4	-2,1	2,9	-0,9	3,5	2,2	0,2	-0,5
Prodotti della siderurgia	0,7	0,4	-1,9	-1,6	1,8	1,1	3,6	2,6	0,5	0,0	3,1	2,2	1,2	0,9	0,2	0,0
Prodotti finali in metallo	1,3	1,5	1,1	0,8	1,2	1,0	0,9	1,8	1,3	1,1	-0,4	-2,2	0,7	0,2	0,4	0,4
Macchine ed apparecchi meccanici	8,1	7,4	13,1	13,0	4,6	3,6	7,9	9,2	9,9	7,3	15,8	7,9	6,5	8,8	2,8	2,7
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	5,7	7,1	8,6	6,5	4,9	5,1	-16,8	-7,3	5,9	2,7	-38,1	-54,2	4,8	7,9	2,2	1,7
Prodotti ICT	2,6	3,8	4,9	4,5	4,9	5,7	-12,4	-6,8	2,4	-0,4	-33,5	-49,1	0,5	1,5	1,1	0,7
Apparecchi e materiali elettrici	2,0	1,9	1,5	-0,1	1,0	1,1	-0,9	0,6	2,1	1,8	-4,8	-6,5	3,8	5,8	0,6	0,5
Strumenti medicali e di precisione	1,2	1,4	2,3	2,2	-1,0	-1,7	-3,5	-1,2	1,4	1,3	0,2	1,4	0,5	0,6	0,5	0,5
Mezzi di trasporto	5,3	6,2	5,3	2,1	11,7	8,2	10,8	21,7	6,1	7,3	-2,2	-6,7	4,6	6,8	2,1	2,9
Veicoli stradali	3,9	4,9	5,0	1,8	8,5	5,8	13,6	25,0	4,6	3,8	-4,5	-5,6	3,2	4,7	1,7	2,2
Altri mezzi di trasporto	1,4	1,3	0,3	0,2	3,2	2,4	-2,8	-3,2	1,5	3,5	2,3	-1,2	1,4	2,1	0,4	0,7
Mobili	0,0	-0,1	-0,8	-3,2	1,2	1,0	1,3	2,1	0,0	0,0	-0,4	-2,0	0,6	0,5	0,1	0,1
ALTRI PRODOTTI	2,1	1,7	3,8	4,5	4,5	3,0	-0,9	-1,2	2,5	1,6	-1,3	-7,5	5,2	2,5	0,4	0,5

(*) I dati del 2002 si riferiscono al periodo gennaio-ottobre.
Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.7

Le esportazioni settoriali dell'Unione Europea

La struttura delle esportazioni europee non ha subito grandi mutamenti nel corso degli ultimi 5 anni (tavola 3.8).

Più del 60% delle esportazioni europee è dato da quattro settori (i prodotti chimici e farmaceutici; le macchine e apparecchi meccanici; i prodotti ICT, elettrici e di precisione; i mezzi di trasporto, in particolare gli autoveicoli). Essi però manifestano andamenti diversi.

Mentre il chimico-farmaceutico, i mezzi di trasporto e l'ICT hanno accresciuto il loro peso sul totale, le macchine ed apparecchi meccanici hanno perso terreno sino al 2000, subendo gli effetti negativi delle crisi sui principali mercati di sbocco; dal 2000 in poi, al contrario, la meccanica ha cominciato a recuperare.

STRUTTURA DELLE ESPORTAZIONI DELL'UE PER SETTORE
(composizione percentuale)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002 gen-ott
Prodotti agricoli, dell'allevamento e della pesca	1,3	1,2	1,3	1,3	1,2	1,1
Prodotti dell'industria estrattiva	1,6	1,3	1,7	2,1	1,8	1,7
Alimentari, bevande tabacco	6,1	5,7	5,4	4,9	4,9	5,0
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	4,9	4,8	4,6	4,3	4,4	4,4
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	1,6	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5
Calzature	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7
Prodotti in legno e sughero (esclusi mobili)	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Prodotti in carta, stampa ed editoria	3,1	3,0	3,0	2,9	2,8	2,9
Prodotti petroliferi raffinati	1,5	1,2	1,4	2,0	1,6	1,6
Prodotti chimici e farmaceutici	11,3	11,7	12,7	12,4	13,2	14,3
Prodotti farmaceutici e medicinali	3,5	4,0	4,4	4,1	4,9	5,5
Articoli in gomma e plastica	2,3	2,4	2,4	2,3	2,3	2,5
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	2,0	1,9	1,9	1,7	1,7	1,7
Metalli e prodotti in metallo	7,1	6,8	6,3	6,5	6,3	6,2
Prodotti della siderurgia	2,7	2,5	2,0	2,2	2,1	2,2
Prodotti finali in metallo	2,7	2,8	2,7	2,5	2,5	2,6
Macchine ed apparecchi meccanici	16,1	15,8	14,5	13,6	14,0	14,1
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	16,6	17,4	18,2	19,6	18,9	17,5
Prodotti ICT	8,2	8,8	9,5	10,9	9,9	8,6
Apparecchi e materiali elettrici	4,5	4,6	4,6	4,5	4,6	4,4
Strumenti medicali e di precisione	3,8	4,0	4,1	4,2	4,4	4,6
Mezzi di trasporto	15,1	16,2	16,3	16,4	17,0	17,1
Veicoli stradali	9,6	9,8	9,6	9,9	10,2	11,1
Altri mezzi di trasporto	5,5	6,3	6,7	6,6	6,9	5,9
Mobili	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Gioielleria e oreficeria	1,4	1,3	1,3	1,4	1,4	1,3
ALTRI PRODOTTI	6,2	6,1	5,7	5,2	5,1	5,2
TOTALE miliardi di euro/ecu	694,3	710,8	734,3	906,3	954,7	800,6

Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.8

Il numero equivalente dell'indice di Herfindhal, indice utilizzato per calcolare il livello di concentrazione settoriale delle esportazioni europee[4], è lievemente peggiorato nei 6 anni considerati, passando da 8,2 nel 1997 a 7,5 nel 2002. Ciò deriva da un aumento della concentrazione delle esportazioni in alcuni settori, e in particolare nei settori in cui le quote di esportazione risultano essere le più significative.

Osservando la distribuzione per aree delle esportazioni (tavola 3.9), si nota che nei settori le cui quote di esportazione risultano maggiori (prodotti chimici e farmaceutici; macchine e apparecchi meccanici; prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione; mezzi di trasporto), le principali aree di destinazione sono l'America settentrionale e l'Asia centro orientale, confermando i risultati dell'indice di intensità di specializzazione geografica (par. 3.2) dal lato delle esportazioni.

Le esportazioni verso il Nord America sono aumentate in quasi tutti i settori.

Le variazioni più significative si sono riscontrate nel settore dei farmaceutici e negli strumenti medicali e di precisione.

Le esportazioni dei prodotti in metallo, invece, restano stabili, come frutto della compensazione tra la flessione della quota dei prodotti della siderurgia (anche in seguito alle restrizioni imposte dagli Stati Uniti su tali prodotti) e l'incremento della quota dei prodotti finali in metallo.

[4] Il numero equivalente dell'indice di Herfindhal è dato da, $1\Big/\sum_{i=1}^{n}\left(\frac{x_i}{X}\right)^2$ dove x_i rappresenta le esportazioni del settore *i-esimo* e X rappresenta le esportazioni totali. Lo stesso indice può calcolarsi anche dal lato delle importazioni.

STRUTTURA GEO-SETTORIALE DELLE ESPORTAZIONI DELL'UE(*)
(composizione percentuale)

	Africa		Europa centro orientale		Altri paesi europei		America settentrionale		America centro meridionale		Asia centrale e orientale		Medio Oriente		Oceania		Mondo
	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	
Prodotti agricoli, dell'allevamento e della pesca	14,1	14,7	26,6	17,8	19,0	26,6	10,6	12,5	4,1	4,1	15,8	16,0	9,2	7,3	0,7	1,0	100
Prodotti dell'industria estrattiva	2,7	2,6	5,1	4,2	10,3	3,0	22,1	39,8	0,8	0,5	35,9	33,8	22,8	15,9	0,3	0,1	100
Alimentari, bevande e tabacco	10,8	11,3	22,9	11,4	10,6	17,9	17,5	24,9	6,7	5,8	20,6	18,3	9,0	7,9	1,9	2,4	100
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	11,7	11,8	28,3	33,9	17,2	16,2	13,2	13,8	3,0	2,9	20,0	15,7	5,3	4,6	1,3	1,1	100
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	4,1	3,7	22,9	12,2	13,3	28,1	25,7	23,9	1,6	2,1	27,2	25,9	3,9	3,0	1,3	1,0	100
Prodotti in legno e sughero (esclusi mobili)	11,5	7,2	20,2	20,9	25,6	19,4	10,8	21,9	2,8	2,6	20,6	20,7	6,4	5,1	2,0	2,3	100
Prodotti in carta, stampa ed editoria	7,2	7,4	21,1	19,8	22,1	24,1	14,9	16,3	7,5	5,8	16,9	17,1	5,6	5,8	4,8	3,7	100
Prodotti petroliferi raffinati	12,6	12,5	18,0	24,8	26,0	13,1	23,6	34,7	6,5	4,4	7,9	6,7	5,1	3,7	0,3	0,2	100
Prodotti chimici e farmaceutici	7,5	5,8	14,7	14,8	16,0	14,8	23,0	32,4	7,8	6,1	21,3	17,2	6,7	6,3	2,9	2,6	100
Prodotti farmaceutici e medicinali	8,0	5,7	11,5	11,4	16,2	15,1	26,3	38,8	7,7	5,6	21,3	14,9	4,6	4,6	4,4	3,8	100
Articoli in gomma e plastica	6,9	6,4	28,6	17,2	19,8	35,0	16,2	17,1	7,2	5,7	12,2	11,1	6,0	4,9	3,1	2,5	100
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	6,9	6,5	17,3	13,2	13,0	21,6	24,0	27,8	6,1	5,4	20,3	14,2	9,5	9,0	2,9	2,4	100
Metalli e prodotti in metallo	7,1	7,2	16,8	18,2	20,1	23,8	19,6	19,4	6,1	5,8	20,4	17,4	8,2	6,7	1,8	1,5	100
Prodotti della siderurgia	8,2	8,4	13,2	20,0	19,5	17,3	22,9	19,1	6,6	6,5	21,2	21,4	6,9	6,0	1,5	1,3	100
Prodotti finali in metallo	7,8	7,9	22,4	29,5	18,6	16,9	16,2	18,7	7,4	6,1	20,1	14,7	5,2	4,3	2,3	2,0	100
Macchine ed apparecchi meccanici	7,6	7,5	15,9	11,3	12,1	19,3	20,8	21,9	9,4	7,2	25,2	21,7	6,4	8,5	2,7	2,6	100
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	6,1	6,4	14,6	18,3	12,5	12,0	21,7	24,1	6,0	4,1	30,8	26,1	5,9	7,3	2,4	1,7	100
Prodotti ICT	5,4	6,1	14,2	20,7	12,6	12,7	21,5	20,2	5,2	2,7	36,4	32,4	2,5	3,9	2,2	1,3	100
Apparecchi e materiali elettrici	8,1	8,9	18,1	21,6	12,6	11,7	16,9	19,6	7,7	6,4	21,0	12,2	13,0	17,6	2,4	2,1	100
Strumenti medicali e di precisione	5,1	4,5	11,3	10,6	12,3	11,0	28,0	35,8	5,9	4,5	30,1	27,6	4,8	3,8	2,5	2,2	100
Mezzi di trasporto	6,8	6,7	11,8	15,0	14,4	10,2	31,0	37,9	9,3	9,0	19,1	12,9	5,4	5,8	2,2	2,5	100
Veicoli stradali	6,3	6,7	17,1	10,5	14,9	21,0	28,0	35,3	8,5	6,1	17,6	12,5	4,9	5,3	2,7	2,5	100
Altri mezzi di trasporto	7,8	6,6	2,5	9,7	13,5	3,8	36,1	42,8	10,6	14,4	21,8	13,5	6,2	6,8	1,4	2,3	100
Mobili	3,8	4,4	24,7	22,1	23,6	20,9	21,9	29,8	3,2	3,5	13,2	11,1	7,8	6,6	1,8	1,7	100
ALTRI PRODOTTI	5,3	4,6	11,3	14,4	14,9	16,5	23,3	30,8	6,2	4,6	24,0	19,6	13,3	7,8	1,6	1,7	100
TOTALE PRODOTTI	7,4	7,0	16,4	18,7	14,9	13,5	22,0	27,1	7,0	5,8	22,8	19	7,2	6,9	2,2	2,1	100

(*) I valori del 2002 sono calcolati sulla base del periodo gennaio-ottobre
Nota: i valori sono calcolati in riferimenti ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazione ICE su dati GTI

Tavola 3.9

In aumento nel Nord America anche il settore degli alimentari di più di 7 punti percentuali.

L'incremento complessivo della quota di esportazioni destinate al Nord America più che compensa la flessione generalizzata della quota asiatica la cui contrazione nei quattro principali settori è stata di circa di 4 punti percentuali sul periodo 1997-2002. Particolarmente sensibile è stata la flessione della quota nel settore apparecchi e materiali elettrici (pari a 11 punti percentuali).

Anche l'Europa centro orientale e gli altri paesi europei recepiscono una quota significativa delle esportazioni dei quattro principali settori dell'UE. Si noti che la

quota delle esportazioni di apparecchi e materiali elettrici destinata all'Europa centro orientale supera quella destinata al Nord America e, nel 2002, anche quella destinata all'Asia centrale e orientale.

Quote superiori alla media mondiale sono anche quelle del tessile, dove il traffico di perfezionamento gioca un ruolo importante, mentre in forte calo è la quota dei prodotti alimentari.

Le importazioni settoriali dell'Unione Europea

Il settore di maggior peso dal lato delle importazioni è quello dei prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione (tavola 3.10), il quale ha cominciato però a declinare dal 2001 dopo l'esaurimento della fase ascendente della domanda (non solo europea) verso tali prodotti.

Il secondo settore in ordine di importanza è quello dei prodotti dell'industria estrattiva il cui picco del 2000, dovuto all'incremento del prezzo del petrolio sui mercati internazionali e al deprezzamento dell'euro, tende ora al ribasso.

Importanti anche i mezzi di trasporto e i prodotti chimici e farmaceutici, tendenzialmente in ascesa, e il tessile ed il settore dei prodotti in metallo, tendenzialmente in ribasso.

I settori di maggior rilevanza dal lato delle importazioni, eccezion fatta per i prodotti dell'industria estrattiva, sono gli stessi osservati dal lato delle esportazioni,

STRUTTURA DELLE IMPORTAZIONI DELL'UE PER SETTORE
(composizione percentuale)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002 gen-ott
Prodotti agricoli, dell'allevamento e della pesca	5,2	4,9	4,3	3,5	3,6	3,7
Prodotti dell'industria estrattiva	12,7	9,0	10,1	13,9	13,1	12,2
Alimentari, bevande tabacco	4,7	4,7	4,3	3,7	4,1	4,2
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	8,1	8,1	7,7	6,9	7,3	7,6
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	1,9	1,8	1,7	1,7	1,8	1,9
Calzature	1,1	1,0	1,0	0,9	1,0	1,1
Prodotti in legno e sughero (esclusi mobili)	1,4	1,4	1,4	1,3	1,2	1,2
Prodotti in carta, stampa ed editoria	2,0	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8
Prodotti petroliferi raffinati	2,0	1,4	1,6	2,3	2,3	2,4
Prodotti chimici e farmaceutici	7,9	8,0	7,8	7,2	7,9	8,6
Prodotti framaceutici e medicinali	1,9	2,1	2,2	1,9	2,5	2,9
Articoli in gomma e plastica	1,9	2,0	2,0	1,8	1,8	1,9
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9
Metalli e prodotti in metallo	7,6	8,4	7,0	7,3	7,2	7,1
Prodotti della siderurgia	1,5	1,9	1,4	1,6	1,5	1,5
Prodotti finali in metallo	1,8	1,9	1,9	1,8	1,9	1,9
Macchine ed apparecchi meccanici	6,6	7,1	7,1	6,7	6,8	6,6
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	21,2	22,8	23,5	24,3	22,9	21,5
Prodotti ICT	13,3	14,7	15,1	16,0	14,6	13,8
Apparecchi e materiali elettrici	4,0	4,1	4,2	4,4	4,1	3,9
Strumenti medicali e di precisione	3,9	4,0	4,1	4,0	4,2	3,8
Mezzi di trasporto	9,4	11,0	12,2	10,8	10,9	11,1
Veicoli stradali	4,7	5,5	5,9	5,1	5,4	5,9
Altri mezzi di trasporto	4,7	5,5	6,3	5,7	5,6	5,2
Mobili	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2
Gioielleria e oreficeria	1,0	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0
ALTRI PRODOTTI	4,5	4,6	4,2	3,9	4,3	4,9
TOTALE miliardi di euro/ecu	651,4	690,1	751,6	980,3	984,3	794,3

Note: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.10

manifestando, dunque, marcate caratteristiche di tipo intra-industriale del commercio estero dell'UE.

Il numero equivalente dell'indice di Herfindhal per le importazioni è pari a 9 nel 2002, allentando leggermente il livello di concentrazione del 2000 (8,2). Il miglioramento è dovuto per intero alla riduzione del valore dell'indice nel settore dei prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione.

Si può notare che nei settori la cui quota di importazione è più alta (tavola 3.10), le percentuali maggiori sono associate all'Asia centrale e orientale e all'America Settentrionale (tavola 3.11), confermando dunque i risultati dell'indice di specializzazione geografica anche dal lato delle importazioni.

STRUTTURA GEO-SETTORIALE DELLE IMPORTAZIONI DELL'UE(*)
(composizione percentuale)

	Africa		Europa centro orientale		Altri paesi europei		America settentrionale		America centro meridionale		Asia centrale e orientale		Medio Oriente		Oceania		Mondo
	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	1997	2002	
Prodotti agricoli, dell'allevamento e della pesca	19,7	20,6	7,1	11,4	6,5	6,9	17,7	14,1	28,6	29,5	12,2	10,1	3,2	3,2	4,8	4,2	100
Prodotti dell'industria estrattiva	27,1	27,5	12,4	19,3	23,9	17,7	4,3	2,6	5,9	6,3	2,2	4,4	21,7	19,9	2,7	2,4	100
Alimentari, bevande e tabacco	12,3	12,9	10,0	10,8	13,8	12,8	13,7	10,5	25,3	27,6	16,4	16,5	1,6	1,4	7,0	7,4	100
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	11,0	10,6	17,7	20,8	13,8	15,1	3,8	2,0	1,5	1,1	49,2	48,4	2,3	1,5	0,7	0,5	100
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	6,3	6,1	17,5	20,6	2,2	2,4	2,9	1,6	7,8	6,4	60,6	60,6	0,8	0,9	1,9	1,3	100
Prodotti in legno e sughero (esclusi mobili)	7,7	9,1	35,3	44,6	6,3	5,6	22,1	12,5	6,0	6,8	22,3	21,0	0,1	0,1	0,2	0,3	100
Prodotti in carta, stampa ed editoria	1,8	2,2	10,6	18,8	21,3	20,0	48,8	36,5	6,7	7,6	9,7	13,1	0,8	1,1	0,2	0,6	100
Prodotti petroliferi raffinati	24,8	19,6	39,3	45,4	11,6	8,3	9,7	6,7	2,6	4,0	3,9	5,3	7,8	10,1	0,2	0,6	100
Prodotti chimici e farmaceutici	2,7	1,9	9,4	8,1	25,2	24,6	35,4	38,1	3,2	2,7	20,7	20,4	3,0	3,6	0,5	0,6	100
Prodotti farmaceutici e medicinali	0,3	0,2	1,7	1,3	38,1	32,5	41,2	50,7	1,5	0,7	15,1	11,5	1,2	2,0	0,9	1,0	100
Articoli in gomma e plastica	1,1	1,4	12,4	21,7	15,3	15,1	23,8	17,2	1,0	1,3	42,9	40,1	3,1	2,9	0,4	0,3	100
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	2,2	2,1	31,2	29,0	17,1	17,3	18,2	13,2	2,6	2,4	27,6	33,8	0,9	1,9	0,3	0,3	100
Metalli e prodotti in metallo	9,5	10,2	28,6	29,4	20,1	19,7	16,0	10,9	8,9	8,8	14,4	16,8	1,1	2,0	1,4	2,2	100
Prodotti della siderurgia	9,2	8,7	44,7	44,0	19,4	16,5	7,4	5,7	7,7	9,5	9,5	13,0	0,8	0,8	1,4	1,7	100
Prodotti finali in metallo	1,0	1,0	25,3	33,0	18,9	15,5	17,6	12,6	1,2	0,8	33,8	32,8	1,9	4,0	0,3	0,2	100
Macchine ed apparecchi meccanici	1,0	1,9	10,9	16,7	20,6	17,3	35,6	29,5	1,3	1,5	28,5	31,4	1,5	1,3	0,5	0,5	100
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	0,9	1,1	5,9	11,3	6,9	6,9	30,4	24,0	0,7	1,8	53,3	53,2	1,5	1,3	0,3	0,4	100
Prodotti ICT	0,6	0,4	3,7	9,0	2,6	2,7	28,5	18,9	0,6	2,1	62,7	65,6	1,1	1,1	0,2	0,2	100
Apparecchi e materiali elettrici	2,3	4,1	16,2	25,7	11,5	10,0	23,7	20,8	1,2	1,4	43,6	36,0	1,0	1,3	0,5	0,7	100
Strumenti medicali e di precisione	0,7	0,8	2,9	5,4	17,0	18,0	43,8	44,4	0,8	1,2	31,2	27,1	3,0	2,3	0,7	0,9	100
Mezzi di trasporto	3,1	3,4	11,5	20,9	5,6	6,5	35,4	34,1	5,9	5,6	36,4	27,6	1,8	1,4	0,4	0,5	100
Veicoli stradali	0,9	2,4	20,9	36,3	4,6	7,6	16,5	14,1	3,5	3,4	53,0	35,9	0,2	0,2	0,3	0,1	100
Altri mezzi di trasporto	5,2	4,4	2,0	3,7	6,6	5,3	54,2	56,5	8,4	8,1	19,8	18,3	3,3	2,7	0,5	0,9	100
Mobili	5,8	4,4	46,3	50,5	11,5	8,4	6,9	4,0	4,2	2,6	24,5	29,5	0,7	0,5	0,1	0,1	100
ALTRI PRODOTTI	1,9	1,4	5,8	6,5	9,3	11,8	36,5	36,6	2,1	1,8	38,5	37,8	4,8	3,3	1,2	0,8	100
TOTALE PRODOTTI	8,4	8,0	12,9	17,5	13,9	12,9	22,8	20,1	5,9	5,7	30,2	30,3	4,6	4,3	1,39	1,29	100

(*) I valori del 2002 sono calcolati sulla base del periodo gennaio-ottobre.
Nota: i valori sono calcolati in riferimenti ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazione ICE su dati GTI

Tavola 3.11

In particolare, le importazioni del settore la cui quota è più elevata (prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione) provengono per oltre il 50% dall'Asia centrale e orientale.

Nel settore dei mezzi di trasporto, la contrazione della quota asiatica è stata rilevante nel quinquennio, marcatamente nei veicoli stradali.

Nell'ambito degli strumenti medicali e di precisione, l'America settentrionale detiene la quota maggiore (44% nel 2002) ed anche nei mezzi di trasporto l'area è divenuta il principale mercato di origine dei mezzi di trasporto importati dall'UE.

Un'eccezione rilevante all'origine prevalentemente Nord americana e asiatica dei settori più significativi dal lato delle importazioni concerne i metalli e i prodotti in metallo. E' qui l'Europa centro orientale che ne costituisce il mercato di approvvigionamento principale, soprattutto nella siderurgia (44% nel 2002).

Quest'area ricopre una posizione fortemente crescente anche nel settore dei veicoli stradali (36% nello scorso anno). Crescente è anche la quota nel tessile (21% nel 2002).

Ovviamente, nel settore estrattivo le importazioni provengono prevalentemente dall'Africa, dal Medio Oriente e dagli altri paesi europei.

L'intensità di specializzazione settoriale del commercio estero dell'Unione Europea

L'intensità si specializzazione settoriale, calcolata sulla base di una riaggregazione dei settori nelle classi alla Pavitt, mostra i settori in cui l'UE gode di un maggior vantaggio comparato in termini di scarto tra il saldo normalizzato nel settore e il saldo normalizzato complessivo nei manufatti (tavola 3.12).

Emerge chiaramente che i settori ad offerta specializzata rappresentano il principale comparto di specializzazione dell'UE; in particolare, il vantaggio comparato dell'Unione è molto marcato nelle macchine industriali specializzate (36 in media).

L'andamento dell'intensità di specializzazione dei settori ad offerta specializzata è stato decrescente sino al 2000, a causa delle crisi scoppiate nei principali mercati di sbocco dei prodotti del comparto.

I settori tradizionali e quelli ad elevata intensità tecnologica costituiscono invece i comparti di svantaggio comparato dell'UE.

Nei settori tradizionali, rilevano soprattutto gli svantaggi dell'UE nell'abbigliamento (-56 in media) il cui incremento di peso tra il 1997 e il 2002 ha fortemente contribuito all'andamento decrescente complessivo.

Nei settori ad elevata intensità tecnologica, invece, l'UE è riuscita a contenere i propri svantaggi, da un lato, grazie all'incremento del peso di uno dei suoi principali

INTENSITA' DI SPECIALIZZAZIONE SETTORIALE DEL COMMERCIO ESTERO DELL'UE

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Settori tradizionali	-12,8	-11,8	-12,2	-11,7	-13,7	-15,6
Settori con forti economie di scala	4,9	3,7	5,9	6,5	5,2	5,9
Settori ad offerta specializzata	26,3	25,5	22,4	19,9	21,1	23,0
Settori ad elevata intensità tecnologica	-13,3	-11,7	-10,5	-10,0	-8,3	-9,3

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Tavola 3.12

settori di specializzazione, la farmaceutica (che è raddoppiato nel 2002 rispetto al 1997), e, dall'altro, grazie alla flessione del peso dell'informatica e dell'elettronica nel 2001 e 2002 in cui, al contrario, è marcatamente despecializzata (-46 in media nella prima e –16 la seconda).

*ALCUNE CARATTERISTICHE SETTORIALI DEL COMMERCIO ESTERO DEI PROSSIMI PAESI MEMBRI**

Il prossimo ingresso di 10 nuovi membri completerà il settimo storico allargamento dell'Unione Europea.

Osservando alcune caratteristiche relative al commercio estero dei prossimi paesi membri (PPM) entranti nel maggio 2004,[1] si nota che il loro saldo commerciale complessivo è negativo per 35 miliardi di euro.

I saldi di settore risultano significativamente positivi solo nel legno e prodotti in legno (inclusi i mobili) e negli autoveicoli, mentre i disavanzi più pesanti si notano nei prodotti dell'industria estrattiva e nei prodotti chimici e farmaceutici.

Guardando ai singoli paesi, si notano alcune differenze.

Dal punto di vista del saldo, tutti i PPM registrano valori negativi. Tuttavia, scindendo gli scambi con l'UE da quelli con i paesi extra-UE, la Repubblica Ceca e l'Ungheria registrano nei confronti della prima degli avanzi (modesto per la Repubblica Ceca, pari a circa 3,5 miliardi di euro nel 2001 per l'Ungheria).

La maggioranza dei PPM ha una quota importante sull'interscambio complessivo nei prodotti ICT e negli autoveicoli, sia dal lato delle esportazioni che delle importazioni (soprattutto l'Estonia, l'Ungheria, la Polonia, la Slovacchia, la Slovenia, la Repubblica Ceca e Malta).

Il settore legno e prodotti in legno è particolarmente importante nelle esportazioni della Lettonia (circa un terzo delle esportazioni del paese) e della Lituania (10%).

Il settore dei prodotti alimentari è sensibilmente rilevante nel commercio estero dell'isola di Cipro, rappresentandone più di un terzo delle esportazioni totali.

Il modello di specializzazione dei nuovi paesi membri appare piuttosto distante da quello dell'UE. In particolare, nei settori in cui l'intensità di specializzazione dell'UE è maggiore (chimico-farmaceutico e meccanica), i PPM appaiono despecializzati.

Gli autoveicoli sembrano, invece, un settore di specializzazione di entrambi i gruppi di paesi.

Tenendo conto di queste differenze e del fatto che l'UE costituisce il primo partner per i PPM, ci si interroga sull'effetto commerciale dell'allargamento.

In un recente studio,[2] tale tema viene analizzato alla luce dei risultati di un modello gravitazionale applicato agli scambi tra l'UE e 10 paesi dell'Europa

[*] *Redatto da Eleonora Iacorossi.*

[1] *Repubblica Ceca, Estonia, Cipro, Lettonia, Lituania, Ungheria, Malta, Polonia, Slovenia e Slovacchia. Le negoziazioni con Cipro, la Repubblica Ceca, l'Estonia, l'Ungheria, la Polonia e la Slovenia sono state avviate nel marzo del 1998 e le negoziazioni con la Bulgaria, la Lettonia, la Lituania, Malta, la Romania e la Repubblica Slovacca nel febbraio del 2000. Il 12 dicembre 2002, al Consiglio Europeo di Copenaghen, 10 di questi 12 paesi sono stati giudicati in grado di soddisfare i criteri stabiliti dal Consiglio Europeo di Copenaghen nel 1993 (istituzioni democratiche, esistenza di un'economia di mercato sostenibile, adozione dell' acquis communautaire). Il trattato di adesione è stato firmato ad Atene il 16 aprile 2003 e i prossimi paesi membri entreranno nella fase transitoria di adesione il 1 maggio 2004.*

[2] *Bertolini, P., Montanari, M., L'integrazione commerciale tra l'UE ed i PECO: un modello di*

SALDI COMMERCIALI SETTORIALI NORMALIZZATI DEI PROSSIMI PAESI MEMBRI(*)
(rapporti percentuali tra saldo commerciale e somma di esportazioni e importazioni)

	Rep.Ceca	Cipro	Estonia	Lettonia	Lituania	Malta	Polonia	Slovacchia	Slovenia	Ungheria	Totale(**)
Prodotti agricoli, dell' allevamento e della pesca	-24	-31	4	6	-14	-75	-49	-22	-73	37	-20 (-1.354)
Prodotti dell'industria estrattiva	-73	-95	-47	-75	-88	-100	-69	-94	-97	-98	-79 (-11.934)
Alimentari, bevande e tabacco	-12	-26	-24	-46	-6	-61	5	-31	-17	35	-4 (-513)
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	9	-57	17	8	22	1	-3	-1	-5	1	2 (354)
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	-22	-70	-14	-66	9	-7	-11	19	-9	-5	-9 (-340)
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	45	-96	58	87	48	-100	46	39	40	9	44 (2.604)
Prodotti in carta, stampa ed editoria	-8	-80	-37	-57	-53	-32	-26	19	7	-41	-19 (-1.900)
Prodotti petroliferi raffinati	-46	-42	-42	-79	72	-39	-17	68	-94	5	-14 (-1.157)
Prodotti chimici e farmaceutici	-28	-65	-34	-52	-33	-66	-51	-14	-12	-29	-35 (-9.710)
Articoli in gomma e plastica	-12	-86	-47	-71	-34	12	-32	-14	4	-31	-23 (-2.671)
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	41	-62	-21	-53	-24	-82	-17	27	3	-12	5 (345)
Metalli e prodotti in metallo	1	-74	-13	-4	-28	-62	1	27	-11	-23	-3 (-902)
Macchine ed apparecchi meccanici	-5	-82	-52	-69	-53	-60	-46	-16	10	-33	-26 (-7.455)
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	-14	-85	-11	-71	-25	2	-39	-22	-11	2	-14 (-8.249)
Veicoli stradali	27	-62	-41	-91	-47	-88	-6	28	-6	16	8 (2.938)
Altri mezzi di trasporto	-10	-74	-29	-13	12	-36	14	9	-30	-11	4 (189)
Mobili	40	-59	48	41	62	-40	71	30	65	35	54 (3.499)
ALTRI PRODOTTI	24	-78	2	-55	-64	21	-10	-12	12	-44	-21 (-1.303)
SALDO COMPLESSIVO(**)	-5 (-3.452)	-60 (-3.129)	-14 (-1.316)	-26 (-1.430)	-18 (-1.780)	-16 (-1.039)	-21 (-18.635)	-4 (-962)	-7 (-1.499)	-7 (-4.315)	-12 (-37.557)

(*) I valori si riferiscono all'anno 2000.
(**) Per i valori aggregati si presenta tra parentesi anche il saldo assoluto espresso in milioni di euro.
Nota: i valori sono calcolati in riferimento ai paesi e settori statisticamente rilevabili.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ONU-COMTRADE

centro orientale, che pur non coincidendo con i PPM, ne rappresentano un'approssimazione significativa.[3]

Confrontando il commercio potenziale delle due aree con quello reale, lo studio conclude per l'esistenza di un margine di incremento delle esportazioni dell'UE verso i 10 paesi considerati.

Le esportazioni di questi ultimi verso l'UE sembrano invece aver già superato tale margine.

L'origine di questa asimmetria può esser ricercata negli Accordi Europei di Associazione[4] *che hanno incentivato le esportazioni dall'Europa centro orientale verso i mercati dell'Unione Europa grazie ad un trattamento preferenziale unilaterale che verrà a mancare dall'anno prossimo.*

gravità nella prospettiva dell'allargamento, in Rivista di Politica Economica, Fascicolo IX-X, settembre-ottobre 2002 – pagg. 35-53.

[3] *L'insieme di paesi considerato nello studio citato esclude le isole di Malta e Cipro dai PPM e comprende anche i due paesi rinviati al 2007 (Romania e Bulgaria).*

[4] *Di cui il primo venne firmato nel 1991 con l'Ungheria e la Polonia e venne ratificato nel 1994. Cfr. Milestones in EU Enlargement in The European Union: Still Enlarging, Office for Official Publications of the European Communities, 2001.*

3.4 LA POLITICA COMMERCIALE DELL'UNIONE EUROPEA

Tra gli obiettivi perseguiti dalla politica commerciale dell'Unione Europea nel corso del 2002 e nei primi mesi del 2003, l'integrazione dei PVS e dei paesi dell'Europa orientale nel sistema commerciale multilaterale ha rivestito un ruolo prioritario[5]. L'Unione ha cercato di promuovere non solo gli aspetti commerciali dei vari accordi ma anche quelli di cooperazione allo sviluppo, sottolineando la spinta alla crescita che i PVS potrebbero trarne. Non sono mancati, tuttavia, momenti di contrasto nelle relazioni esterne dell'UE; in particolare, resta acceso lo scontro con gli Stati Uniti in merito all'elevazione dei dazi sull'acciaio e al commercio di prodotti transgenici.

Balcani

Nell'ambito del programma CARDS[6] (*Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilisation*), con il quale l'UE sostiene la partecipazione dei paesi del Sud-Est europeo al "Processo di Associazione e Stabilizzazione" (PAS), l'UE ha promosso nel 2002/2003 diverse iniziative.

In particolare, nel 2003 l'UE ha attribuito 53 milioni di euro alla ricostruzione del Kosovo, 35,5 milioni al processo di riforma e modernizzazione della ex-Repubblica iugoslava di Macedonia e 229 milioni al Montenegro e alla Serbia.

Nel 2002 si prevedeva l'apertura di negoziati con l'Albania nell'ambito del PAS, in seguito al rispetto di alcune condizioni, che non si è tuttavia verificato.

[5] Relazione generale sull'attività dell'Unione Europea, 2002.

[6] Regolamento del Consiglio n. 2666/2000 (CE). Il programma copre tutta l'area dell'ex-Iugoslavia (tranne la Slovenia) e l'Albania.

Nonostante i progressi nello sviluppo della cooperazione regionale, il paese non poteva infatti ancora definirsi rispettoso dello stato di diritto, soprattutto a causa della riforma incompleta delle istituzioni, fortemente inefficienti, e del permanente alto grado di corruzione. I negoziati per un "Accordo di Stabilizzazione ed Associazione" (ASA) sono stati dunque posticipati sino al gennaio di quest'anno ed il loro procedere potrebbe rivelarsi piuttosto lento.

La Bosnia Erzegovina, invece, ha fatto molti progressi nell'anno trascorso ed il paese è stato in grado di completare una prima fase del PAS nel settembre 2002. Si attende ora il Rapporto di Fattibilità che stabilirà l'adeguatezza delle condizioni del paese in merito al lancio di negoziati ASA.

La situazione croata è rimasta stabile nell'anno appena conclusosi. Il paese, già lanciato nell'ASA, ha mostrato una forte volontà di avvicinamento all'UE, preparando un piano di armonizzazione legislativa sulla base *dell'acquis communautaire* e rispettando molte delle priorità del Rapporto PAS 2002 in materia di aiuti di Stato, proprietà intellettuale e protezione del consumatore.

Europa orientale ed Asia centrale

I lavori bilaterali del 2002 tra l'UE e la Russia sono stati molto intensi ed hanno riguardato vari temi. In particolare, il Summit di Mosca del 29 maggio 2002 ha riaffermato la collaborazione tra le parti per assicurare la sicurezza e la stabilità europea, sviluppare commercio ed investimenti e rafforzare una società fondata sul rispetto dei diritti umani. In quella sede, l'UE ha riconosciuto alla Russia lo status di economia di mercato. La Russia, dal canto suo, si è impegnata a portare a termine la graduale eliminazione delle restrizioni commerciali, la liberalizzazione del mercato energetico e della politica differenziata di prezzo dell'energia destinata all'interno o all'esterno del paese. Il prossimo allargamento dell'Unione porterà alla Russia una serie di benefici dovuti all'allineamento agli standard dell'UE delle tariffe esterne degli Stati che entreranno prossimamente a far parte dell'Unione Europea.. L'allargamento ha però posto anche un problema nei rapporti con la Russia riguardante il transito tra Kaliningrad ed il resto del paese. Nel settembre 2002 la Commissione ha proposto una serie di misure in merito, sulle quali si è giunti ad un accordo durante il Summit dello scorso novembre e la cui attuazione costituirà un punto centrale del 2003. L'ultimo Summit UE-Russia, avvenuto il 31 maggio 2003 sotto presidenza greca, è stato incentrato sul lancio di una nuova relazione strategica tra Russia ed UE, la quale prevede, a termine, la creazione di uno spazio economico e di sicurezza interna ed esterna comune, nel quadro degli Accordi di Cooperazione e Partenariato.

Nelle relazioni commerciali con la Bielorussia, mancando accordi specifici, vige semplicemente la clausola della nazione più favorita. Il paese è però parte del sistema delle preferenze generalizzate.

Nel novembre 2002, la Bielorussia ha partecipato al meeting delle unità nazio-

[7] Il TACIS (*Technical Assistance to the Commonwealth of Independent States*) è stato lanciato nel 1991 per avviare un processo di cooperazione ed assistenza tecnica che sostenga la riforma economica della CSI (Comunità di Stati Indipendenti) e, dal 1995, della Mongolia.

nali di coordinamento del programma TACIS[7], programma di partnership tra l'UE e i nuovi stati indipendenti finalizzato alla cooperazione e all'assistenza tecnica. Nell'ambito di tale programma la Commissione preparerà un piano-paese strategico per individuare le politiche obiettivo, anche tenendo conto del nuovo contesto delle relazioni bilaterali una volta completato l'allargamento.

L'Ucraina si mostra già da qualche tempo interessata ad un avvicinamento all'UE e, durante il quinto Summit di Copenaghen del luglio 2002, ha espresso il desiderio di concludere un accordo di associazione.

Mediterraneo meridionale e Medio Orientale

Il partenariato euro-mediterraneo, lanciato a Barcellona nel 1995 tra l'UE e 12 partners mediterranei (Algeria, Cipro, Egitto, Giordania, Israele, autorità palestinesi, Libano, Malta, Marocco, Siria, Tunisia, Turchia) ed orientato al rafforzamento dell'integrazione tra le due sponde del Mediterraneo, si avvale del programma MEDA come strumento finanziario grazie al quale, dalla sua nascita ad oggi, l'area ha beneficiato di più di 5,7 miliardi di euro.

Nel 2003, la Commissione ha destinato altri 57 milioni di euro a favore della cooperazione tra i 27 paesi partners. Quasi la metà di questo nuovo stanziamento è destinata ad interventi complementari a quelli della Banca Europea degli Investimenti e ne beneficerà prevalentemente la Turchia. La seconda *tranche* in ordine di importanza è quella dedicata ai progetti in favore della pace in Medio Oriente.

Entrando nel merito dei rapporti con i singoli paesi, va anzitutto ricordato che il 2002 ha visto la conclusione dei negoziati in vista della creazione di un accordo di associazione con l'Algeria. L'accordo è stato firmato il 22 aprile durante la quinta Conferenza ministeriale euro-mediterranea di Valencia e prevede, tra l'altro, la creazione di una zona di libero scambio.

L'azione dell'Unione nei confronti dell'Egitto, della Giordania, del Marocco e della Tunisia, è stata prevalentemente diretta a sostenere l'attuazione degli accordi di associazione esistenti con questi paesi, nonché a favorire la creazione di una zona mediterranea di libero scambio tra questi Stati, dando seguito al processo avviato con la dichiarazione di Agadir dell'8 marzo 2001. Nell'ambito del piano strategico 2002-2004, quest'area riceverà complessivamente più di 1 miliardo di euro.

Anche nei confronti del Libano, la Commissione si è orientata a sostenere l'attuazione dell'esistente accordo di associazione, stanziando a tal fine 12 milioni di euro l'11 novembre 2002.

Nella stessa data, la Commissione ha accordato alla Siria 6 milioni di euro per finanziare la prima fase del programma di modernizzazione industriale del paese.

Nei rapporti con i paesi dell'area del Golfo, il meeting tra l'UE ed il Consiglio di cooperazione del Golfo, tenutosi a Quatar il 3 marzo 2003, ha rinnovato gli intenti relativi alle relazioni economiche tra le due aree, in particolare in merito ad una rapida negoziazione per la creazione di una zona di libero scambio.

Asia

Oltre al Meeting UE-Cina, tenutosi a Copenaghen il 24 settembre 2002, in cui le due parti si sono reciprocamente impegnate a contribuire ad una felice conclusione delle negoziazioni multilaterali della *Development Agenda* di Doha, le relazioni con questo importante paese asiatico si sono ulteriormente rafforzate in seguito all'accordo marittimo firmato il 6 dicembre 2002, che prevede un più alto livello di apertura del mercato[8] e che sarà valido per un periodo iniziale di 5 anni. Entrambe le parti hanno poi espresso la volontà di concludere rapidamente un Accordo di Cooperazione Doganale.

Nei confronti del Giappone, al di là degli incontri ufficiali di governo, l'UE ha sviluppato una serie di dialoghi informali su diverse tematiche. Nel corso del 10° Summit UE-Giappone, tenutosi a Bruxelles l'8 dicembre 2001, è stato adottato un Piano d'azione che prevede, tra l'altro, il rafforzamento della partnership economica e commerciale tra le due parti. Il 1° gennaio 2002 è poi entrato in vigore un Accordo di Mutuo Riconoscimento nel quale ciascuna delle parti si è impegnata a riconoscere il controllo di conformità effettuato dall'altra per quattro tipologie di prodotti: farmaceutici, chimici, apparecchi di telecomunicazione ed apparecchi elettrici.

Il dialogo dell'UE con l'ASEAN[9] è stato ulteriormente rafforzato nel corso del 14° Meeting ministeriale UE-ASEAN tenutosi a Bruxelles il 27-28 gennaio 2003. I Ministri degli Affari Esteri delle due aree hanno convenuto di attribuire un alto grado di priorità alla promozione del commercio bilaterale e dei flussi commerciali, dello sviluppo equo e sostenibile, della cooperazione contro il crimine internazionale e alla promozione dei rapporti tra i popoli. Il prossimo meeting è stato fissato per il 2005.

Nell'ambito dell'ASEM[10], si è tenuto a Parigi, il 5 giugno 2003, il Meeting del Gruppo di Esperti degli Investimenti (GEI7). I temi principali affrontati in questa sede hanno riguardato la promozione degli investimenti, ed in particolare la condivisione delle relative *best practices* per la creazione di un adeguato contesto di attrazione degli IDE[11]. Notevole interesse ha suscitato il programma UE denominato *Asia-Invest* il quale prevede un'assistenza finanziaria alle Camere di Commercio europee e asiatiche e ad altri intermediari finalizzata alla promozione dei rapporti imprenditoriali e alla facilitazione degli scambi, sia in termini di commercio che di investimenti, tra le due regioni. Nella stessa sede si è tenuto anche il 9° Meeting ASEM dei Funzionari del Commercio ed Investimenti (SOMTI9). Oltre alla presentazione del resoconto del

---

[8] Il trattato prevede una libera fornitura dei servizi di trasporto marittimo, libero accesso ai cargo, accesso libero e non discriminatorio ai porti e ai servizi ausiliari.

[9] L'ASEAN (*Association of South-East Asian Nations*), fondata nel 1967 con la Dichiarazione di Bangkok, comprende tutti i paesi dell'area del Sud-Est asiatico. Oltre ai 5 paesi fondatori – Filippine, Indonesia, Malaysia, Singapore e Thailandia – ne fanno parte anche il Brunei (membro dal 1984), il Vietnam (1995), il Laos (1997), la Birmania (o Myanmar, dal 1997) e la Cambogia (1999).

[10] L'*Asia-Europe Meeting* (ASEM) rappresenta un processo informale di dialogo politico e di cooperazione, anche economica, tra l'UE e 10 paesi asiatici (Brunei, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailandia e Vietnam). Affronta tema di interesse politico, economico e culturale per rafforzare le relazioni tra le due regioni, prevedendo delle riunioni plenarie (*Summit meetings*) ogni due anni, più altri incontri a livello ministeriale e varie attività a livello di gruppi di lavoro.

[11] In particolare si è discusso dell'introduzione di vantaggi fiscali e pacchetti d'incentivi, rammentando però della necessità di politiche di lungo termine incentrate sulla promozione della ricerca e sviluppo, dell'educazione della forza lavoro, della fiducia nelle istituzioni e nelle procedure di *decision-making*.

meeting GEI7, i vari gruppi di lavoro del Piano di azione di facilitazione del commercio (PAFC) hanno presentato i risultati delle proprie attività[12], rimarcando che la guerra in Iraq e il diffondersi del virus della SARS hanno in alcuni casi rallentato il processo di implementazione del PAFC.

America settentrionale

Il 2002 è stato segnato da una serie di controversie commerciali tra l'UE e gli Stati Uniti, in particolare concernenti gli effetti e la legittimità in seno all'OMC del *farm bill*[13], il regime fiscale all'esportazione adottato dagli USA, il commercio di organismi geneticamente modificati (OGM) e delle biotecnologie, e il problema dei dazi compensativi statunitensi sulle importazioni di alcuni prodotti in acciaio.

Il nuovo *farm bill* è stato fortemente criticato, non solo dall'UE, a causa della elevata probabilità che venga sfondato il tetto - fissato dall'OMC - delle spese che producano effetti distorsivi sulla la produzione. Il FSRIA prevede un aumento del 70% delle sovvenzioni all'agricoltura introducendo, inoltre, sussidi anti-ciclici ed incentivando, per questa via, una produzione slegata dalle richieste del mercato. Le conseguenze saranno, dunque, un aumento della produzione americana ed un calo dei prezzi che consentiranno ai prodotti statunitensi di incrementare ulteriormente la loro quota sul mercato mondiale delle *commodities*, a scapito sia dell'UE che, soprattutto, dei PVS. La posizione europea, invece, punta sempre più, da un lato, verso la riduzione degli aiuti alla produzione e, dall'altro, verso la promozione della sicurezza alimentare, dello sviluppo rurale e della protezione ambientale, secondo la politica che è stata definita di "agricoltura multifunzionale".

In merito al regime fiscale delle esportazioni statunitensi, il 30 agosto 2002 l'OMC ha riconosciuto all'UE il diritto di adottare dazi all'importazione di alcuni prodotti statunitensi come contromisura, sino al 100% del valore del prodotto e ad un tetto annuo massimo di 4 miliardi di dollari.

Relativamente al commercio di prodotti contenenti OGM - per i quali l'UE, oltre ad aver proposto alcune misure di tracciabilità ed etichettatura, ha deciso la ratifica congiunta del Protocollo di Cartagena sulla biosicurezza[14] il 25 giugno 2002 - gli Stati Uniti hanno sostenuto che le misure previste dalla Convenzione di Montreal e dall'UE sono impossibili da applicare, inefficaci al raggiungimento degli obiettivi desiderati, costose e nocive per il commercio. Gli Stati Uniti hanno addirittura accusato l'UE di usare l'allarmismo biotecnologico come strumento protezionistico e il dibattito tra le due parti resta acceso.

---

[12] In particolare, sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale, sulla snellimento delle procedure doganali, sul controllo della conformità ed il rispetto degli standard, sul rispetto delle misure sanitarie e fitosanitarie, sulla regolamentazione del commercio elettronico e sulla riduzione delle barriere generiche al commercio.

[13] *Farm Security and Rural Investment Act of 2002 (FSRIA).*

[14] Il protocollo era stato adottato a Montreal il 29 gennaio 2000 nell'ambito della Convenzione per la diversità biologica e regolamenta a livello internazionale il trasporto e commercio di prodotti contenenti OGM sulla base del cosiddetto principio di precauzione che prevede che ogni governo possa vietare l'importazione di prodotti transgenici dei quali non sia sufficientemente provata l'innocuità.

In seguito ai dazi straordinari del 30% imposti dagli Stati Uniti sulle importazioni di alcuni prodotti in acciaio, la Commissione ha avviato il 7 marzo 2002 una procedura per la composizione della controversia davanti all'OMC. Inoltre, con il regolamento 1031/2002 adottato il 17 giugno 2002, l'UE prevede l'applicazione di dazi addizionali compresi tra l'8 ed il 30% sulle importazioni di acciaio provenienti dagli Stati Uniti.

Nonostante queste tensioni, la Commissione europea e gli Stati Uniti hanno concordato i nuovi impegni del *Trans-Atantic Business Dialogue* (TABD)[15] a Bruxelles il 28 aprile 2003, sottolineando l'importanza della collaborazione tra i governi e le imprese nell'identificazione e la rimozione delle barriere commerciali e nella riduzione dei costi di transazione.

Si inserisce in questo contesto la prossima apertura delle negoziazioni per la deregolamentazione del mercato del trasporto aereo euro-statunitense. Il mandato che autorizza la Commissione a procedere alle negoziazioni, accordato dal Consiglio il 5 giugno 2003, copre una vasta gamma di temi: dal traffico ai percorsi aerei, dalle frequenze alle tariffe, dall'applicazione delle regole di concorrenza agli standard di sicurezza. Si prevede che le negoziazioni inizino circa un mese dopo il conferimento del mandato e l'accordo che ne risulterà sostituirà i singoli accordi bilaterali esistenti.

America centrale e meridionale

Nel 2002 si è tenuto il 2° Summit UE – America Latina e Carabi[16] nella città di Madrid, nel corso del quale sono stati evidenziati i progressi compiuti nei tre pilastri della partnership: dialogo politico, relazioni economiche e finanziarie, aiuto allo sviluppo. Un altro incontro, previsto dal Summit di Madrid e finalizzato all'individuazione degli obiettivi da raggiungere nella cooperazione tra le due aree, è stato organizzato in Costa Rica il 28-29 novembre 2002.

I rapporti dell'UE con l'America Latina vengono anche scadenzati da meeting ministeriali con il Rio Group[17], l'ultimo dei quali - l'XI, svoltosi il 28 marzo 2003 ad Atene - ha puntato al rafforzamento del commercio bilaterale, degli investimenti e delle politiche di sviluppo sostenibile. In quella sede è stato fissato il 3° Summit UE – America Latina e Carabi per il 2004, che si terrà in Messico.

Nel settembre 2002, la Commissione ha pubblicato il *Regional Strategy Paper 2002-2006* sul Mercosur nel quale l'UE si impegna a sostenere il completamento del mercato interno, il rafforzamento delle istituzioni e l'apertura internazionale dell'area. Nel corso del Summit di Madrid, l'UE ed il Mercosur hanno convenuto di lanciare al più presto possibile una cooperazione in settori di interesse comune ed avviare negoziazioni relative ad accordi veterinari, sanitari e relativi al commercio del vino.

---

[15] Il TABD costituisce un forum di discussione tra governi ed imprese delle due sponde dell'Atlantico su temi commerciali di interesse comune.

[16] Il 1° Summit UE-America Latina e Carabi si tenne a Rio de Janeiro il 28-29 giugno 1999 con l'obiettivo di rafforzare i legami politici, economici e culturali tra le due aree.

[17] Nato nel 1986 al fine di facilitare la discussione di temi di interesse comune, il Rio Group riunisce tutti i paesi dell'America Latina e i paesi caraibici.

Paesi ACP

Il 27 settembre 2002 hanno avuto inizio le negoziazioni degli Accordi di Partnership Economica (APE) previsti dall'art. 35 dell'Accordo di Cotonou[18], per i quali si prevede che i paesi che attualmente godono di un regime preferenziale unilaterale da parte dell'UE consentano il libero accesso ai propri mercati. Gli APE dovranno costituire per i paesi di Africa, Caraibi e Pacifico (ACP) uno strumento di sviluppo attraverso la costituzione di "*un quadro stabile, prevedibile e trasparente delle loro relazioni economiche e commerciali con l'UE*."[19] È ribadito in questo modo il legame intrinseco tra le politiche commerciali e di cooperazione allo sviluppo nelle relazioni UE – paesi ACP.

Data la necessità di consolidare il loro processo di integrazione regionale, i paesi ACP hanno proposto di ripartire le negoziazioni in due fasi. In un primo momento, si individueranno gli obiettivi, i contenuti, i tipi di trattamento, i costi di aggiustamento, l'accordo quadro sul commercio dei servizi e gli aspetti istituzionali. La prima fase dovrebbe durare l'intero 2003 e, probabilmente, parte del 2004. Le negoziazioni vere e proprie cominceranno solo nella seconda fase.

Nel corso del 2002, i paesi aderenti hanno ratificato l'Accordo di Cotonou[20] e la cerimonia ufficiale della notifica della ratifica è stata celebrata il 27 febbraio 2003.

[18] L'Accordo di Partnership ACP-UE è stato firmato a Cotonou il 23 giugno 2000. Tale accordo nasce a causa dell'incompatibilità del regime preferenziale unilaterale che l'UE aveva accordato ai paesi ACP con le disposizioni dell'art. XXIV del GATT (OMC).
[19] *EU-ACP negotiations: explanatory memorandum*, European Commission, June 2002.
[20] L'ultimo paese ratificatore è stato il Belgio (17/01/2003).

4. I CONTI CON L'ESTERO DELL'ITALIA*

Sintesi

Nel 2002 il previsto recupero dell'attività economica nell'area dell'euro non si è manifestato: la crescita del PIL ha mostrato una netta decelerazione (0,8%); in Italia si è registrato il tasso d'incremento (0,4%) più basso degli ultimi dieci anni, se si eccettua la variazione negativa (-0,9%) del 1993. La ripresa di alcune componenti della domanda ha consentito da noi una lieve accelerazione dell'attività economica in corso d'anno.

A favorire la pur modesta crescita in Italia sono state alcune componenti della domanda interna, in particolare i consumi e le scorte. La domanda estera ha apportato un contributo negativo, mentre ha trainato la crescita nell'area dell'euro.

Dai dati disponibili per i primi mesi del 2003 non sarebbero in atto variazioni di rilievo rispetto alle tendenze dell'anno precedente: un'accelerazione dell'attività produttiva potrà avere luogo nella seconda metà dell'anno. Le stime più recenti indicano per l'anno in corso un incremento del prodotto interno in Italia compreso tra lo 0,8% e l'1,2%, in linea con l'andamento stimato per l'area della moneta unica.

Il conto corrente della bilancia dei pagamenti dell'area dell'euro ha mostrato un sensibile miglioramento: il saldo complessivo, in deficit nel 2001 per quasi 20 miliardi di euro, si è riportato in attivo per 62 miliardi di euro grazie alla dinamica dell'avanzo mercantile e dei servizi. Al contrario, il saldo del conto corrente della bilancia dei pagamenti dell'Italia, che nel 2001 era pressoché in pareggio, nel 2002 ha subito un netto peggioramento, mostrando un passivo di oltre 7 miliardi di euro (pari allo 0,6% del PIL). Il deterioramento del saldo è quasi interamente imputabile al saldo dei redditi e dei servizi. Quest'ultimo è ritornato in passivo per la prima volta dal 1993, anche a causa dell'andamento non favorevole della voce viaggi all'estero. Al contrario il surplus mercantile nel 2002 è risultato pari a 17 miliardi di euro (l'1,4% del PIL), un valore analogo a quello fatto registrare l'anno precedente. Questo risultato deriva in primo luogo dal miglioramento della ragione di scambio (1,8%) su cui ha positivamente inciso la sensibile diminuzione dei prezzi delle importazioni.

Sull'andamento del saldo di parte corrente nel 2003 influirà il recente apprezzamento della moneta unica nei confronti del dollaro, da cui potrà derivare un consistente miglioramento delle ragioni di scambio dell'area dell'euro. L'effetto positivo dell'andamento dei prezzi sul saldo commerciale potrebbe però essere compensato dalla dinamica delle quantità, a causa dell'erosione della competitività di beni e servizi prodotti nell'area.

Il valore delle esportazioni italiane ha subito una flessione del 2,8% rispetto all'anno precedente[1]. La variazione negativa si è concentrata nella prima metà del-

*Redatto da Elena Mazzeo, ICE Area Studi, Statistica e Documentazione, con la supervisione del dr. Salvatore Rossi, Banca d'Italia.

[1] Dato provvisorio, suscettibile delle rettifiche apportate dall'ISTAT per l'inserimento di alcune operazioni relative agli scambi con la UE, i cui dati non sono ancora disponibili.

l'anno, mentre dal mese di luglio in poi il valore delle merci esportate ha ripreso a crescere. La quota di mercato dell'Italia, calcolata sul valore delle esportazioni mondiali, è ancora scesa rispetto all'anno precedente, dal 4% al 3,9%. Secondo i risultati dell'esercizio di scomposizione degli effetti di variazione della quota (analisi *Constant Market Shares*) illustrati all'interno di questo capitolo, la perdita di quota complessivamente registrata dalle esportazioni dell'Italia nel quinquennio compreso tra il 1997 e il 2002, pari a mezzo punto percentuale, è attribuibile in primo luogo a fattori di competitività; un ruolo quasi altrettanto importante, soprattutto nel biennio 1999 e 2000, hanno giocato anche fattori strutturali, legati alla specializzazione settoriale e geografica delle esportazioni italiane. Della perdita di quote di mercato dell'Italia non si sono avvantaggiati esclusivamente gli esportatori delle economie emergenti: infatti, anche se calcolata sulle sole esportazioni dell'Unione Europea, la quota dell'Italia ha mostrato tra 1997 e 2002 una ininterrotta flessione.

I dati relativi ai primi mesi del 2003 rivelano un andamento ancora stazionario (-0,1% nei primi quattro mesi dell'anno) delle vendite complessive, con una *perfomance* ancora migliore nei mercati esterni alla UE.

Nel 2002 gli esportatori italiani hanno ridotto i prezzi sui mercati esteri, in particolare su quelli esterni alla UE, nel tentativo di limitare l'effetto dell'apprezzamento del cambio, comprimendo i propri margini di profitto: la flessione dei valori medi unitari dei manufatti esportati di quasi il 2%, a fronte di un modesto aumento dei prezzi alla produzione, mostra un peggioramento della profittabilità all'esportazione.

Nonostante lo sfavorevole evolversi della competitività di prezzo, le quantità di beni e servizi esportate dai paesi dell'area dell'euro sono cresciute in media dell'1,2%. Quelle italiane, che peraltro hanno subito una maggiore erosione della competitività, hanno fatto registrare una variazione negativa (-1%) a fronte di uno sviluppo del commercio mondiale del 3% circa: anche la quota a prezzi costanti dell'Italia ha quindi mostrato una flessione.

Secondo le previsioni, nell'anno in corso le esportazioni dell'Italia torneranno a crescere, stimolate dalla ripresa dell'attività economica, che sarà più sensibile nella seconda parte dell'anno, pur dovendo fronteggiare sui mercati esterni all'area gli effetti dell'ulteriore apprezzamento dell'euro rispetto al dollaro.

Il valore (CIF) delle importazioni italiane di beni per la prima dopo cinque anni ha mostrato una diminuzione (-2,6%[2]) rispetto all'anno precedente. Tuttavia i dati al momento disponibili sulla dinamica degli acquisti dall'estero nel 2003, in continuità con la tendenza in atto nella seconda metà dell'anno precedente, mostrano un incremento dei valori delle importazioni complessive: nei primi quattro mesi essi sono aumentati del 3,7% rispetto al corrispondente periodo del 2002.

Nel 2002 i valori medi unitari delle merci importate si sono ridotti del 3,6% rispetto all'anno precedente, per effetto del rafforzamento del cambio dell'euro nei confronti del dollaro statunitense, iniziato nel secondo trimestre dell'anno. L'indicatore di competitività di prezzo dei manufatti importati[3] ha fatto registrare un

[2] Come per le esportazioni, cosi anche per le importazioni l'ISTAT procede abitualmente ad una successiva rettifica dei dati annuali in valore e in quantità; pertanto il dato qui riportato può considerarsi provvisorio.

[3] Rapporto tra indici dei prezzi alla produzione e dei valori medi unitari (in euro) all'importazione dei prodotti manufatti.

miglioramento, dopo essere peggiorato per due anni consecutivi.

Le quantità di beni e servizi importate da parte dell'area dell'euro sono di poco diminuite (-0,3%) a fronte di un lievissimo incremento della domanda nazionale. In Italia, invece, sono aumentate dell'1,5%, più della domanda nazionale, cresciuta dell'1,1%: il grado di penetrazione degli acquisti all'estero, quindi, dopo la flessione registrata nel 2001 è tornato ad ampliarsi.

Le importazioni di sole merci sono aumentate dell'1%: pur trattandosi di un'accelerazione rispetto al 2001, tale incremento risulta di molto inferiore rispetto a quelli che avevano caratterizzato la seconda metà degli anni novanta. Questo andamento è spiegato dalla debolezza della domanda interna, in particolare delle componenti che maggiormente attivano acquisti dall'estero come gli investimenti e le esportazioni stesse.

Secondo le stime al momento espresse dai principali centri di previsione, le importazioni di beni e servizi sono destinate ad accelerare nel 2003 e, con maggiore intensità, nel 2004.

4.1 L'ATTIVITÀ ECONOMICA E LA BILANCIA DEI PAGAMENTI

Il contributo degli scambi con l'estero alla crescita economica

Il più volte previsto recupero dell'attività economica internazionale sta tardando a manifestarsi. Nel 2002 la crescita del prodotto interno lordo dell'Italia ha subito un ulteriore netto rallentamento rispetto all'anno precedente: l'incremento registrato (0,4%) è il più basso degli ultimi dieci anni, a eccezione della variazione negativa (-0,9%) del 1993, ed è inferiore a quello (0,8%), pure in rallentamento, registrato nell'area dell'euro (tavola 4.1). All'interno dell'area sono state notevoli le disomogeneità tra i profili di crescita dei diversi paesi membri: da una parte, l'andamento dell'attività produttiva in paesi come Francia e Spagna ha mostrato maggiore vivacità, dall'altra in Germania il ritmo d'incremento del PIL ha raggiunto appena lo 0,2%, risultando ancora più fiacco di quello già assai debole fatto registrare nel 2001.

Nel corso dell'anno l'attività economica in Italia ha sperimentato una lieve accelerazione, grazie alla ripresa di alcune componenti della domanda interna che ha stimolato anche una maggiore vivacità degli acquisti dall'estero.

Contrariamente a quanto avvenuto nella media dei paesi dell'area dell'euro, in cui la crescita produttiva è stata trainata in primo luogo dalla domanda estera, a favorirla in Italia sono state alcune componenti della domanda interna, in particolare i consumi e le scorte, che pure hanno mostrato una dinamica assai meno vivace rispetto a paesi come Francia e Spagna (grafici 4.1 e 4.2). La domanda estera, il cui contributo alla crescita nel 2001, seppure di minima entità, era tuttavia risultato positivo, nel 2002 ha invece sottratto sei decimi di punto percentuale all'aumento del PIL, a causa di una flessione dei volumi delle esportazioni di beni e servizi dell'1%, a fronte di una variazione positiva delle importazioni dell'1,5%.

La domanda interna totale, che nella media dei paesi dell'area dell'euro è rimasta pressoché invariata rispetto all'anno precedente, crescendo appena dello 0,2%, in Italia, pur decelerando per il terzo anno consecutivo, è tuttavia aumentata dell'1,1%.

IL QUADRO MACROECONOMICO
CONTABILITÀ NAZIONALE
(variazioni percentuali sul periodo corrispondente ai prezzi del 1995)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prodotto interno lordo	1,1	2,0	1,8	1,7	3,1	1,8	0,4
Importazioni di beni e servizi (FOB)	-0,3	10,1	8,9	5,6	8,9	1,0	1,5
Domanda nazionale totale (scorte incluse)	0,9	2,7	3,1	3,2	2,3	1,8	1,1
Spesa delle famiglie	1,2	3,2	3,2	2,6	2,7	1,0	0,4
Spesa delle AA.PP. e delle ISSL	1,1	0,3	0,3	1,4	1,7	3,5	1,7
Investimenti fissi lordi	3,6	2,1	4,0	5,0	7,1	2,6	0,5
di cui: Macchinari, attrezz. e prod. vari	3,9	6,5	5,0	4,9	7,6	0,9	0,8
Costruzioni	3,6	-1,9	-0,2	2,6	5,9	3,2	0,3
Mezzi di trasporto	2,6	0,8	17,9	15,2	9,6	7,3	0,2
Esportazioni di beni e servizi (FOB)	0,6	6,4	3,4	0,1	11,7	1,1	-1,0

PRODUZIONE, OCCUPAZIONE, PREZZI
(variazioni percentuali sul periodo corrispondente, se non altrimenti specificato)

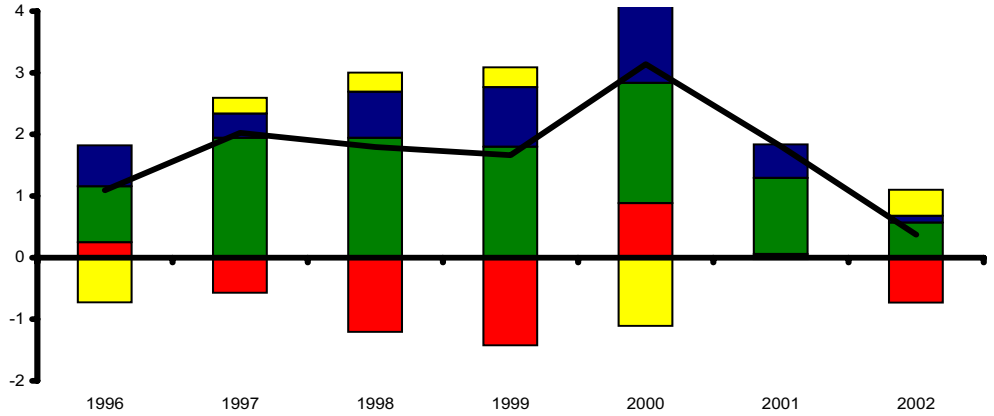
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Produzione industriale (1)	-1,3	2,6	1,6	0,7	2,0	0,9	-0,8
Grado di utilizzazione della capacità produttiva (2)	95,3	98,0	98,2	96,8	99,3	97,7	96,4
Occupazione totale (unità standard di lavoro)	0,3	0,4	1,0	0,8	1,7	1,7	1,1
Prezzi al consumo (3)	4,0	2,0	2,0	1,7	2,5	2,7	2,5
Prezzi alla produzione (indice generale)	1,9	1,3	0,1	-0,2	6,0	1,9	0,2

(1) valore aggiunto a prezzi del 1995 dell'industria in senso stretto al netto delle costruzioni.
(2) livello percentuale, fonte Banca d'Italia.
(3) indice generale per l'intera collettività nazionale.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 4.1

CONTRIBUTI ALLA CRESCITA DEL PIL DELL'ITALIA
(a prezzi del 1995, punti percentuali)



Nota: i contributi alla crescita sono calcolati come rapporti percentuali tra le variazioni della domanda nazionale, o delle esportazioni nette, e i livelli del PIL nell'anno precedente a prezzi costanti.

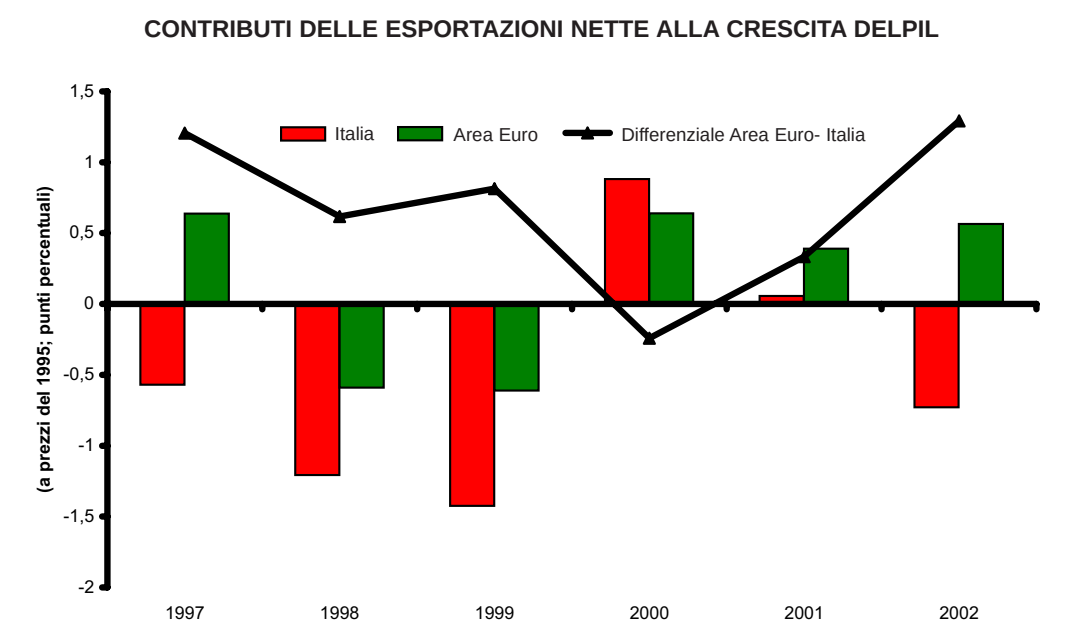
Esportazioni nette
Investimenti fissi lordi
Crescita PIL
Consumi
variazione scorte

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 4.1

L'incremento si è concentrato soprattutto nella seconda metà dell'anno, anche a causa del dispiegarsi degli effetti di alcuni interventi legislativi destinati all'incentivazione degli acquisti di beni durevoli e macchinari.

La spesa delle famiglie italiane ha mostrato una dinamica ancora assai debole, con un incremento di appena lo 0,4% in termini reali, paragonabile a quello dell'intera area



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT e Banca Centrale Europea

Grafico 4.2

dell'euro (0,6%), ma assai inferiore a quello di Francia e Spagna. Tale modesto andamento può farsi risalire a più fattori: da una parte agli effetti del rallentamento dei redditi da lavoro dipendente, dall'altra all'andamento dei flussi netti per interessi e al peggioramento del clima di fiducia legato alla situazione economica e politica internazionale.

Anche la dinamica dei prezzi al consumo ha frenato lo sviluppo della spesa per consumi: sia l'indice generale per l'intera collettività sia quello armonizzato hanno mostrato variazioni superiori a quelle registrate nella media dell'area. Esse sono risultate più contenute rispetto al 2001 (2,5% rispetto a 2,7% dell'anno precedente quella relativa all'indice per l'intera collettività, 2,6% rispetto a 2,7% quella dell'indice armonizzato) pur rimanendo tuttavia su livelli sostenuti, soprattutto tenuto conto della fase di stagnazione dell'attività economica e della flessione delle quotazioni dei prodotti energetici nella prima parte dell'anno. L'effetto del rialzo dei prezzi del petrolio avvenuto dopo l'estate è stato mitigato dal favorevole andamento del cambio dell'euro nei confronti della divisa statunitense. Sull'andamento dei prezzi al consumo hanno però influito, oltre all'impatto dell'introduzione della moneta unica europea (il cosiddetto "*changeover*"), i rincari di alcuni beni e servizi e le caratteristiche strutturali del sistema distributivo italiano.

La spesa per investimenti, che nell'area dell'euro ha fatto registrare una contrazione del 2,3% in termini reali rispetto al 2001[4], ha mostrato in Italia un netto rallentamento, crescendo appena dello 0,5%. Nell'ultima parte del 2002 si è tuttavia assistito a una sua rapida accelerazione, in particolare di quella destinata a macchinari e attrezzature, dovuta presumibilmente all'effetto della prossimità della scadenza delle

[4] Particolarmente accentuata è stata la caduta degli investimenti registrata in Germania, pari a -6,7% (si veda a proposito capitolo 1).

misure legislative di incentivazione. L'accumulazione di scorte, che ha risentito della fase congiunturale poco propizia, è stata l'unica componente della domanda che nel 2002 ha mostrato una variazione positiva più elevata rispetto all'anno precedente: il contributo apportato alla crescita del prodotto interno lordo è stato pari allo 0,4%.

Dai dati disponibili per i primi mesi del 2003 non sarebbero ancora evidenti significative variazioni rispetto alle tendenze in atto l'anno precedente. Il prodotto interno dell'Italia nel primo trimestre ha subito una lieve flessione rispetto a quello registrato nel trimestre precedente e un incremento dell'0,8% rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno, cui ha negativamente contribuito la domanda estera per via di una più debole dinamica delle esportazioni di beni e servizi (+3,2% rispetto al primo trimestre del 2003) rispetto a quella delle importazioni (+5,6%). Sulla leggera flessione dell'attività manifatturiera in Italia ha influito il clima di pesante incertezza causato dal conflitto iracheno. Le stime più recenti indicano per l'anno in corso un incremento del prodotto interno compreso tra l'1% (OCSE[5]), l'1,1% (FMI[6]) e l'1,2% (ISAE[7]), in linea con l'andamento stimato per l'area dell'euro. Un irrobustimento della ripresa, consentito anche dalle più favorevoli prospettive della crescita economica mondiale, si avrebbe a partire dal secondo semestre dell'anno: il ruolo prevalente di traino verrebbe ancora fornito dalle componenti interne della domanda, sospinte anche da un miglioramento del clima di fiducia di imprese e famiglie, che tuttavia ancora nel mese di maggio dell'anno in corso hanno mostrato un peggioramento. Il contributo della domanda estera dovrebbe restare di poco negativo, poiché la ripresa dell'attività economica in Italia porterà a un'accelerazione degli acquisti dall'estero, favoriti anche dal guadagno di competitività dei prodotti importati conseguente all'apprezzamento dell'euro nei confronti del dollaro[8]. D'altra parte, l'effetto sulle esportazioni italiane esercitato dalla prevista ripresa del commercio mondiale potrebbe trovare un freno nella stessa erosione di competitività dovuta all'andamento del cambio nei primi mesi del 2003. Nel 2004, secondo le previsioni, l'attività economica potrebbe tornare ad assumere un'intonazione più vivace.

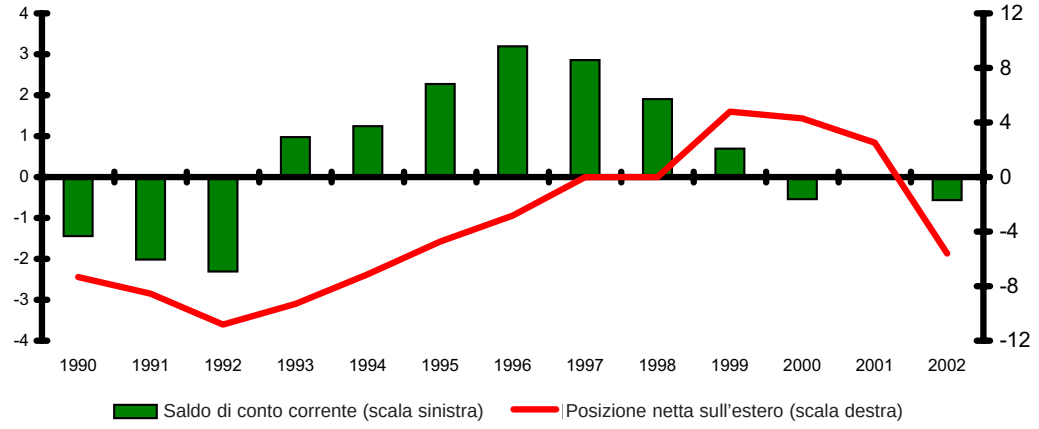
I saldi della bilancia dei pagamenti e la posizione sull'estero dell'Italia

Nel 2002 il conto corrente della bilancia dei pagamenti dell'area dell'euro ha mostrato un sensibile miglioramento: il saldo complessivo, in deficit nel 2001 per oltre 19 miliardi di euro, si è riportato in attivo per 62 miliardi di euro grazie alla dinamica dell'avanzo mercantile e dei servizi. L'andamento del saldo mercantile, passato da 76 a 133 miliardi di euro, in un anno ancora caratterizzato dalla debolezza dell'attività economica, ha riflesso la scarsa vivacità degli acquisti all'esterno dell'area come pure il miglioramento delle ragioni di scambio derivante dal ripiegare dei prezzi in euro delle materie prime energetiche in seguito all'apprezzamento della divisa europea.

---

[5] OCSE, Economic Outlook, giugno 2003.
[6] FMI, World Economic Outlook, aprile 2003.
[7] ISAE, Nota Mensile, aprile 2003.
[8] Tuttavia, l'OCSE nell'Economic Outlook citato stima che nel 2003 il contributo alla crescita della domanda estera sarà invece positivo, per un aumento delle esportazioni di beni e servizi del 4,4% superiore a quello delle importazioni (3,8%).

SALDO DI CONTO CORRENTE E POSIZIONE NETTA SULL'ESTERO DELL'ITALIA
(in percentuale del prodotto interno lordo



Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca d'Italia e ISTAT Grafico 4.3

BILANCIA DEI PAGAMENTI DELL'ITALIA
(milioni di euro)

Voci	1998	1999	2000	2001	2002
Conto corrente	**20.444**	**7.692**	**-6.305**	**-740**	**-7.318**
Conto capitale	**2.249**	**2.789**	**3.195**	**936**	**838**
Conto finanziario	**1.282**	**-8.867**	**4.287**	**-3.294**	**8.538**
Investimenti diretti	-10.580	178	1.149	-7.377	-2.739
all'estero	*-14.418*	*-6.309*	*-13.368*	*-23.995*	*-18.194*
in Italia	*3.838*	*6.487*	*14.517*	*16.618*	*15.455*
Investimenti di portafoglio	7.075	-23.635	-26.255	-7.640	16.107
all'estero	*-86.315*	*-121.493*	*-86.340*	*-40.070*	*-16.968*
in Italia	*93.390*	*97.858*	*60.085*	*32.430*	*33.075*
Derivati	-762	1.766	2.501	-477	-2.710
Altri investimenti	-13.547	5.725	29.950	11.716	991
Variazione riserve ufficiali	19.096	7.099	-3.058	484	-3.111
Errori e omissioni	**-23.975**	**-1.614**	**-1.177**	**3.098**	**-2.058**

Fonte: Banca d'Italia

Tavola 4.2

Il saldo del conto corrente della bilancia dei pagamenti dell'Italia, che nel 2001 era pressoché in pareggio, nel 2002 ha subito invece un netto peggioramento, mostrando un passivo di oltre 7 miliardi di euro (0,6% del PIL, grafico 4.3), interamente imputabile al saldo dei servizi e ai redditi (tavole 4.2 e 4.3). Al contrario il surplus mercantile nel 2002 è rimasto inalterato (17,3 miliardi di euro, l'1,4% del PIL) rispetto all'anno precedente. Questo risultato è spiegato quasi interamente dal miglioramento della ragione di scambio (1,8%) (tavola 4.4), dovuto in larga misura all'effetto dell'apprezzamento dell'euro rispetto al dollaro che ha contribuito a contenere la "bolletta energetica" (dal 2,2 all'1,9% del PIL). Il prezzo in dollari del petrolio è infatti aumentato in media del 2,4% nel 2002[9], ma l'apprezzamento della valuta euro-

[9] Si veda SISTAN, ISTAT e ICE, Commercio estero e attività trasnazionali delle imprese, Annuario 2002, volume I, tavola 1.2.19.

BILANCIA DEI PAGAMENTI DELL'ITALIA
CONTO CORRENTE: SALDI
(milioni di euro)

Voci	1998	1999	2000	2001	2002
Merci (FOB-FOB)	32.584	22.044	10.368	17.405	17.297
Servizi	4.386	1.125	1.167	18	-3.657
trasporti	-2.586	-3.898	-4.158	-3.859	-4.807
viaggi all'estero	10.964	10.852	12.893	12.427	10.396
altri servizi	-3.992	-5.829	-7.568	-8.550	-9.246
Redditi	-9.869	-10.392	-13.099	-11.635	-15.396
da lavoro	-65	-329	-473	-68	-900
da capitale	-9.804	-10.063	-12.626	-11.567	-14.496
Trasferimenti unilaterali	6.658	-5.085	-4.742	-6.527	-5.561
privati	-927	-906	-698	-2.764	-4.564
rimesse emigrati	-117	-195	-199	-390	-478
altri	-810	-711	-499	-2.374	-4.086
pubblici	-5.732	-4.179	-4.044	-3.763	-997
conti con la UE	-5.940	-4.685	-4.905	-5.634	-5.658
altri	209	506	861	1.871	4.661
Conto corrente	**20.444**	**7.692**	**-6.305**	**-740**	**-7.318**

Fonte: Banca d'Italia

Tavola 4.3

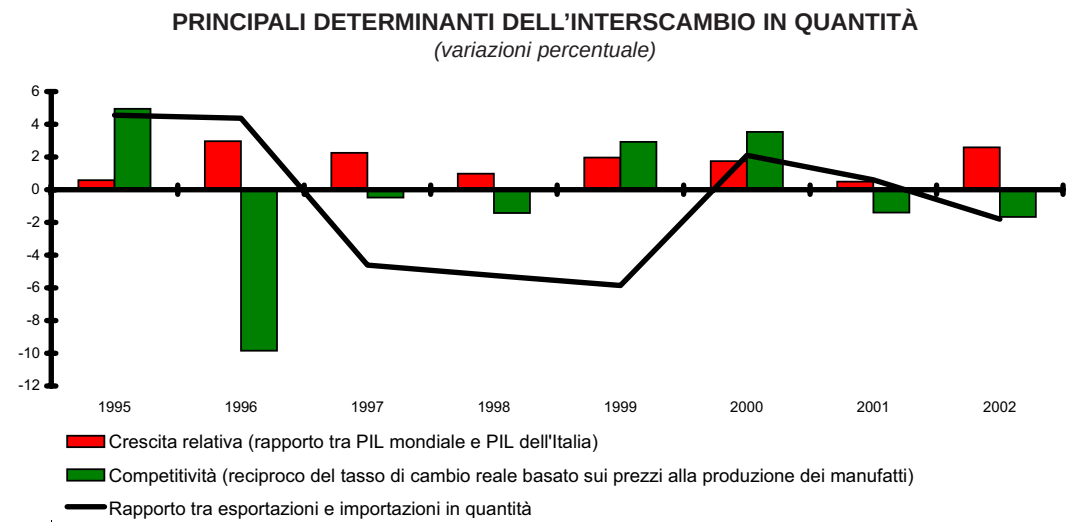
INTERSCAMBIO COMMERCIALE (FOB-CIF)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Esportazioni FOB											
milioni di euro(1)	113.329	137.488	159.092	196.860	200.842	211.297	220.105	221.040	260.413	272.990	265.365
var. percentuali	4,6	21,3	15,7	23,7	2,0	5,2	4,2	0,4	17,8	4,8	-2,8
Importazioni CIF											
milioni di euro(1)	119.875	120.330	140.673	173.354	165.930	184.678	195.625	207.015	258.507	263.757	256.887
var. percentuali	2,8	0,4	16,9	23,2	-4,3	11,3	5,9	5,8	24,9	2,0	-2,6
Saldo											
milioni di euro(1)	-6.546	17.158	18.419	23.506	34.912	26.619	24.480	14.025	1.906	9.233	8.478
var. assoluta	2	23.704	1.261	5.087	11.406	-8.293	-2.139	-10.455	-12.119	7.327	-755
Saldo normalizzato (2)	-2,8	6,7	6,1	6,3	9,5	6,7	5,9	3,3	0,4	1,7	1,6
Esportazioni: valori medi unitari (3)											
var. percentuali	0,6	10,4	1,3	6,7	0,8	0,5	1,0	-0,3	5,5	4,3	-1,9
Importazioni: valori medi unitari (3)											
var. percentuali	-0,8	12,7	3,3	11,1	-1,3	1,4	-2,7	-1,0	14,1	2,1	-3,6
Esportazioni: quantità (3)											
var. percentuali	4,0	9,9	14,2	16,0	1,2	4,7	3,2	0,7	11,6	0,6	-1,0
Importazioni: quantità (3)											
var. percentuali	3,6	-10,9	13,2	10,9	-3,0	9,7	8,8	7,0	9,4	-0,1	1,0
Ragione di scambio (4)											
var. percentuali	1,4	-2,0	-1,9	-4,0	2,2	-0,9	3,8	0,7	-7,6	2,1	1,8
Tasso di copertura reale (5)											
var. percentuali	0,3	23,4	0,9	4,6	4,4	-4,6	-5,2	-5,9	2,1	0,6	-1,9

(1) Anche per gli anni precedenti il 1999 i valori in lire sono stati convertiti al tasso di cambio fisso 1 euro=1936,27 lire.
(2) Rapporto percentuale tra saldo e somma di esportazioni e importazioni.
(3) Le variaziazioni di valori medi unitari e quantità relative agli anni precedenti al 1995 sono state calcolate utilizzando i numeri indici ricostruiti dall'ISTAT per gli anni 1991-1995 (cfr. ISTAT, Numeri indici del commercio estero, Metodi e norme, n. 4, 1999).
(4) Rapporto tra prezzi (valori medi unitari) di esportazioni e importazioni.
(5) Rapporto tra quantità esportate e importate.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 4.4



Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca d'Italia, ISTAT e FMI Grafico 4.4

pea ha sopravanzato gli effetti di questo rincaro. L'andamento dei prezzi delle merci scambiate ha compensato quello delle quantità, caratterizzato dall'estrema debolezza delle quantità importate e da una contemporanea frenata di quelle esportate, in flessione dell'1% rispetto all'anno precedente (secondo il dato non definitivo dell'ISTAT, suscettibile delle consuete rettifiche) (grafico 4.4).

I conti relativi ai servizi hanno mostrato un forte deterioramento rispetto all'anno precedente: il saldo si è pertanto riportato in passivo, per a oltre 3,7 miliardi di euro, per la prima volta dal 1993. Questo risultato è imputabile all'approfondirsi del disavanzo relativo ai trasporti e al ridimensionamento dell'attivo della voce viaggi all'estero (da 12 a poco più di 10 miliardi di euro) a causa di una diminuzione degli afflussi e di un contemporaneo maggiore incremento (oltre il 7%) dei flussi in uscita per turismo, per effetto anche dell'apprezzamento della moneta unica europea. Anche i saldi degli altri servizi hanno subito un peggioramento (per un maggiore dettaglio si rimanda al capitolo 6).

La voce relativa ai redditi ha contribuito al deterioramento del saldo complessivo: il disavanzo è aumentato di oltre 3,5 miliardi di euro, in gran parte a causa dell'andamento dei redditi da capitale e in particolare di quelli derivanti da investimenti di portafoglio.

I trasferimenti unilaterali privati hanno visto un netto approfondimento del saldo negativo mentre si è ridotto quello legato ai trasferimenti di natura pubblica.

Il saldo attivo del conto capitale è rimasto pressoché dello stesso ammontare dell'anno precedente (tavola 4.2), mentre per il conto finanziario si è registrato un attivo dovuto in particolare al forte miglioramento del saldo degli investimenti di portafoglio anche per un calo di quelli effettuati all'estero da operatori italiani. Un altro dato di una certa rilevanza è quello relativo agli investimenti diretti: nell'area dell'euro si è registrato un cospicuo avanzo, derivante dalla netta flessione dei flussi di investimenti in uscita a fronte di una più contenuta di quelli in entrata. Tale andamento costituisce un segnale del rallentamento dell'attività di fusione e acquisizione, cresciuta a ritmi assai rapidi negli anni precedenti. Il dato relativo alla bilancia dei paga-

menti dell'Italia che mostra una diminuzione dei flussi di investimenti diretti all'estero rimasti però sui livelli più elevati dell'ultimo decennio, conferma questa inversione di tendenza.

Dal recente apprezzamento della moneta unica nei confronti del dollaro potrà derivare un consistente miglioramento delle ragioni di scambio dell'area dell'euro. L'effetto positivo sul saldo commerciale potrebbe però essere compensato dall'erosione della competitività di beni e servizi prodotti nell'area. Secondo stime recenti[10], nel 2003 l'Italia dovrebbe registrare un sostanziale pareggio del saldo di parte corrente.

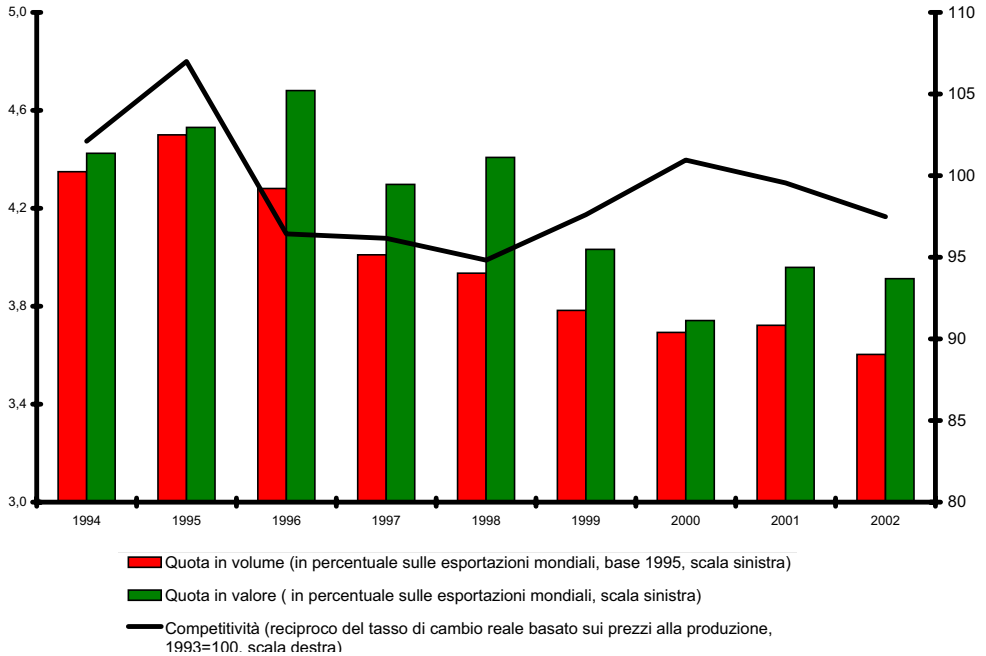
4.2 LE ESPORTAZIONI

Valori

Nel 2002 il valore delle esportazioni italiane ha subito una flessione del 2,8% rispetto all'anno precedente. La variazione negativa si è concentrata nella prima metà dell'anno, mentre a partire dal mese di luglio il valore delle merci esportate ha ripreso a crescere.

Come avviene ormai da qualche anno le vendite dell'Italia hanno mostrato una migliore *performance* nei mercati esterni all'Unione Europea e, soprattutto in alcuni, come Cina, Russia e paesi dell'Europa centro orientale, la dinamica è risultata piuttosto brillante. Nella UE il calo delle esportazioni è stato netto (-4,7%) e pressoché generalizzato: desta preoccupazioni in particolare la sensibile flessione delle vendite nei prin-

COMPETITIVITÀ E QUOTE DI MERCATO DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE



Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca d'Italia, GTI , OCSE e OMC

Grafico 4.5

[10] OCSE, Economic Outlook, giugno 2003 e FMI, World Economic Outlook, marzo 2003.

cipali mercati di sbocco dell'Italia e in primo luogo in Germania (-9,4%).

La quota di mercato dell'Italia calcolata sul valore delle esportazioni mondiali è leggermente arretrata rispetto all'anno precedente, passando dal 4% al 3,9% (grafico 4.5): infatti, se calcolate in dollari, le esportazioni italiane hanno mostrato un aumento analogo a quello delle esportazioni mondiali (4%). L'area dell'euro ha invece ottenuto un contenuto guadagno di quota rispetto all'anno precedente e, mentre Francia e Spagna hanno mantenuto il livello raggiunto nel 2001, la Germania ha ottenuto un ulteriore guadagno. La flessione complessivamente registrata dalla quota delle esportazioni dell'Italia nel quinquennio compreso tra il 1997 e il 2002 è, secondo i risultati dell'analisi *Constant Market Shares* riportati nel riquadro alla fine di questo capitolo, attribuibile in primo luogo a fattori di competitività, ma un ruolo quasi altrettanto importante, soprattutto nel biennio 1999 e 2000, hanno giocato anche fattori strutturali, legati alla specializzazione settoriale e all'andamento della domanda dei principali mercati di sbocco delle esportazioni italiane (a proposito si vedano i capitoli 1 e 5 di questo Rapporto). In parte, dietro il ridimensionamento della quota di mercato che ha interessato l'insieme delle economie avanzate, si nascondono gli effetti della crescente attività di delocalizzazione della produzione, peraltro difficilmente quantificabili. Va detto però che della perdita di quote di mercato dell'Italia non si sono avvantaggiati esclusivamente gli esportatori delle economie emergenti: infatti anche se calcolata sulle sole esportazioni dell'Unione Europea, la quota dell'Italia ha mostrato tra 1997 e 2002 una flessione pressoché ininterrotta.

I dati per destinazione economica mostrano che la flessione è stata generalizzata a tutti i settori, ma maggiormente accentuata per i beni intermedi (-3,2%).

Dai dati relativi ai primi mesi del 2003 il valore delle esportazioni si rivela ancora stazionario sul livello dell'anno precedente: nei primi quattro mesi dell'anno la variazione fatta registrare dalle vendite complessive è stata trascurabile (-0,1%), mentre sono ancora in diminuzione quelle dirette verso i paesi dell'UE (-0,8%).

Prezzi

Nel 2002 gli esportatori italiani hanno praticato una riduzione dei prezzi sui mercati esteri dell'1,9%, superiore a quella degli esportatori dell'area dell'euro (-0,6%). Questo dato rivela un netto cambiamento della loro strategia di prezzo sui mercati esteri rispetto all'anno precedente a fronte di uno svantaggio competitivo: da una maggiore attenzione all'espansione dei margini di profitto a un tentativo di difendere le quote di mercato. Ciò è confermato dalla più intensa flessione dei valori medi unitari registrata dalle vendite sui mercati esterni alla UE (-2,5%), maggiormente esposti alle oscillazioni del cambio, rispetto a quelli della UE, dove invece i prezzi si sono ridotti dell'1,3%.

Anche un confronto tra i diversi indicatori di competitività (tavola 4.5) rivela un atteggiamento da parte degli esportatori italiani coerente con la scelta di moderare i prezzi all'esportazione in difesa delle proprie posizioni: infatti, la riduzione della competitività di prezzo dei manufatti italiani è stata del 2,1% se misurata dall'indicatore calcolato sulla base dei prezzi di produzione e del 4,9% in base ai costi del lavoro per unità di prodotto, ma è invece risultata significativamente inferiore (1,2%) quella cal-

COMPETITIVITA' DI PREZZO DEI MANUFATTI IN ALCUNI PAESI INDUSTRIALI
(variazioni percentuali sull'anno precedente di indici in base 1993=100)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
						basata sui prezzi alla produzione					
Italia	-2,3	-14,2	-2,1	-4,6	11,0	0,3	1,4	-2,9	-3,3	1,4	2,1
Francia	2,5	-0,2	-0,8	2,1	-0,5	-4,7	0,1	-2,3	-3,8	0,6	1,5
Germania	3,5	1,4	-0,9	4,0	-4,6	-5,1	1,5	-3,8	-7,1	3,1	1,8
Regno Unito	-1,6	-6,7	1,2	-3,5	4,0	15,4	5,7	0,2	-0,3	-2,3	1,9
Spagna	-2,4	-11,0	-4,2	2,6	1,7	-4,5	0,0	-1,1	-2,9	0,9	2,0
Stati Uniti	-2,1	2,0	-1,8	-1,5	3,6	4,9	3,4	-1,6	5,8	5,2	-3,0
Giappone	2,9	16,3	3,9	0,2	-15,7	-5,2	-4,3	13,4	5,4	-11,5	-6,3
						basata sui valori medi unitari all'esportazione					
Italia	-2,5	-8,0	-1,8	-1,8	12,2	-1,0	2,9	-1,8	-3,8	3,3	1,2
Francia	0,6	-3,6	-1,0	1,6	1,3	-3,1	0,5	-3,3	-8,0	-0,3	0,2
Germania	3,7	0,9	-0,3	5,2	-3,0	-5,5	2,6	-3,3	-6,3	1,2	0,7
Regno Unito	-2,1	-1,2	1,1	-3,6	1,1	8,5	1,1	-4,0	-4,3	-2,8	2,6
Spagna	-1,2	-6,6	-5,9	1,0	0,4	-0,7	0,8	-2,7	-2,6	5,6	6,5
Stati Uniti	-2,9	2,4	-3,0	-6,2	-2,0	2,7	3,6	-1,5	1,4	3,4	-0,5
Giappone	4,8	12,5	5,3	-0,5	-7,7	-3,6	-1,9	8,1	6,5	-4,5	-6,6
						basata sul costo del lavoro per unità di prodotto					
Italia	-5,3	-15,0	-5,4	-8,6	15,1	2,9	3,8	-1,8	-3,9	0,6	4,9
Francia	-1,8	1,8	-0,6	-0,8	-0,4	-6,9	-4,6	-2,4	-7,0	-0,1	1,3
Germania	8,7	3,1	-0,8	7,8	-2,0	-6,7	1,2	1,2	-4,0	-0,3	0,0
Regno Unito	-5,6	-11,3	1,2	-1,0	3,4	20,5	8,2	3,6	1,6	-0,9	2,5
Spagna	1,9	-8,4	-4,6	0,4	3,6	-1,7	1,7	-0,6	-0,4	2,7	2,5
Stati Uniti	-3,9	0,2	-2,1	-5,1	1,0	5,5	5,9	-2,6	6,2	1,1	-2,0
Giappone	10,6	37,6	7,8	2,5	-15,4	-5,7	2,2	13,9	4,5	-4,9	-10,0

n.b.: variazioni negative indicano un guadagno di competitività

Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca d'Italia

Tavola 4.5

colata in base ai valori unitari all'esportazione. La differenza tra l'andamento di questi indicatori segnala da una parte un peggioramento della convenienza relativa dei mercati esteri rispetto a quello interno ("profittabilità[11] all'esportazione") e, dall'altra, una sensibile contrazione dei margini di profitto da parte degli esportatori italiani. Dai dati emerge peraltro un comportamento simile da parte degli esportatori di altri paesi dell'area dell'euro, come Francia e Germania, ma diverso invece da quelli spagnoli.

Nei primi tre mesi dell'anno in corso i prezzi delle esportazioni hanno mostrato ancora una flessione (-1,8% rispetto al primo trimestre del 2002), a fronte di una diminuzione della competitività calcolata sulla base dei prezzi alla produzione del 5%. Il loro andamento nei mesi successivi risentirà dell'ulteriore forte apprezzamento dell'euro nella prima metà del 2003.

Quantità

Nel 2002 le quantità di beni e servizi esportate dall'Italia hanno mostrato una flessione dell'1%: in contrasto con quanto registrato nella media dei dodici paesi a moneta unica dove si è invece riscontrato un incremento dell'1,2%. La propensione a

[11] I prezzi alla produzione dei manufatti sono infatti cresciuti dello 0,9% a fronte di una caduta dei prezzi dei manufatti esportati del 2%.

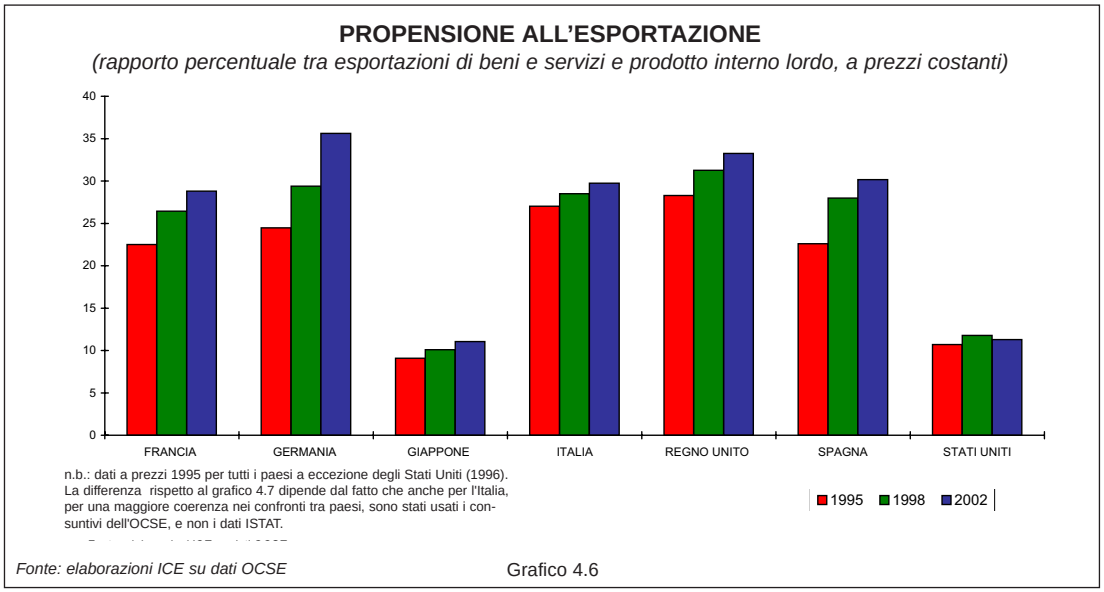


Grafico 4.6

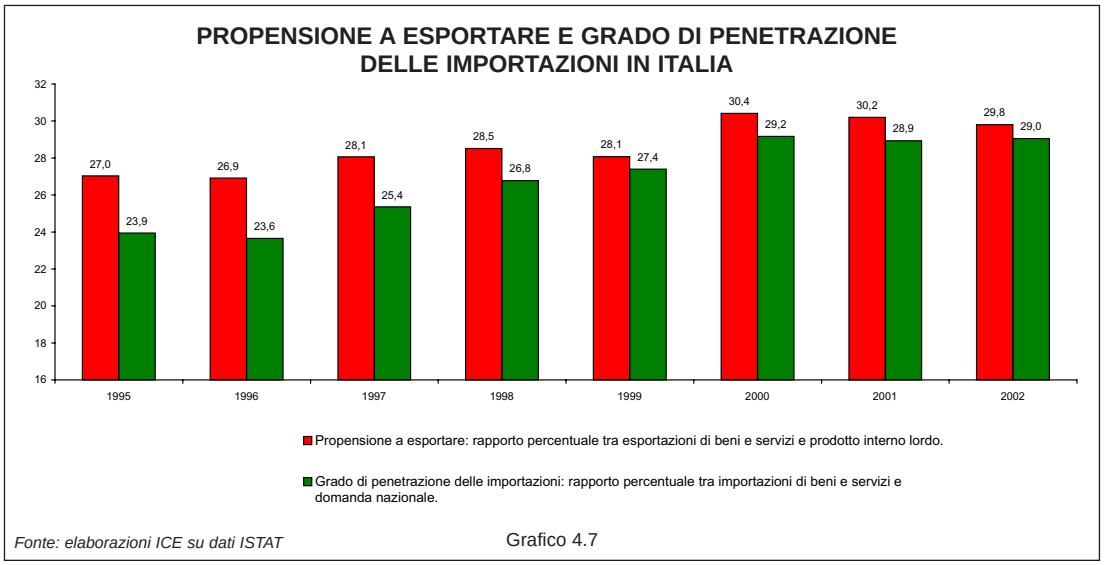


Grafico 4.7

esportare ha fatto registrare una diminuzione in Italia, Francia, Spagna ma è invece aumentata in Germania (grafico 4.6 e 4.7). In Italia, un andamento particolarmente negativo ha fatto registrare in particolare la componente dei servizi (v. par. 4.1).

La frenata mostrata dalle esportazioni di beni è risultata da un andamento divergente nella UE e nelle aree esterne: nelle prime si è registrata una caduta di oltre il 3%, che ha fatto seguito a quella del 2,4% dell'anno precedente. Essa deriva in larga misura dalla netta flessione registrata in Germania (-9%). Nelle aree esterne alla UE le vendite italiane hanno invece mostrato un incremento in termini reali del 2%, ma il tasso di crescita è stato di gran lunga inferiore rispetto a quello (3,9%) del 2001.

Sono stati proprio i settori nei quali l'Italia possiede una spiccata specializzazione a mostrare l'andamento più deludente: dal tessile abbigliamento (-6,5%), al cuoio e calzature (-10%) e alla meccanica (-1,8%). Oltre ai già citati effetti legati al modello di specializzazione delle esportazioni italiane, questa dinamica potrebbe essere il risultato, da una parte, di un andamento particolarmente negativo dei merca-

ti di sbocco[12] e, dall'altra, il segnale di una maggiore sensibilità delle esportazioni di questi settori alle variazioni di competitività di prezzo.

Questo andamento, a fronte di una espansione del commercio mondiale compresa tra il 2 e il 3% ha determinato un'ulteriore erosione della quota di mercato sulle esportazioni mondiali a prezzi costanti, scesa al 3,6% (grafico 4.5). Una flessione peraltro hanno registrato anche le quote degli altri principali paesi dell'Unione Europea[13]. Per l'Italia però la perdita di quota di mercato è proseguita senza interruzione dalla seconda metà degli anni novanta.

Nel primo trimestre dell'anno in corso le quantità esportate di beni e servizi (definizione di contabilità nazionale) sono cresciute del 3,2%. Quelle di soli beni hanno mostrato un aumento del 2,5%: nel corso dell'anno esse potranno ricevere un nuovo impulso dall'attesa ripresa della domanda d'importazioni in molte delle principali aree di sbocco, d'altra parte giocherà un ruolo di rilievo il progressivo apprezzamento dell'euro nei confronti del dollaro. Secondo le stime dei principali centri di previsione le esportazioni italiane nel 2003 dovrebbero crescere a un tasso pari a circa il 3%.[14]

4.3 LE IMPORTAZIONI

Valori

Nel 2002 il valore (CIF) delle importazioni italiane di beni, per la prima volta dopo cinque anni, ha mostrato una diminuzione (tavola 4.4). La flessione, pari al 2,6%[15] rispetto all'anno precedente, si è concentrata tutta nella prima metà dell'anno: infatti alla contrazione di oltre l'8% verificatasi nel primo semestre rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente, che rappresenta una prosecuzione della tendenza osservabile già a partire dai mesi estivi del 2001, ha fatto seguito nella seconda metà dell'anno una ripresa, con un incremento del 4%. Questo profilo annuale si è riflesso nell'andamento sia delle importazioni provenienti dai paesi esterni alla UE sia degli arrivi dall'Unione Europea.

I dati al momento disponibili sulla dinamica degli acquisti dall'estero nel 2003 si mostrano in continuità con la tendenza in atto nella seconda metà dell'anno precedente: i valori delle importazioni complessive nei primi quattro mesi sono risultati in aumento del 3,7% rispetto al corrispondente periodo del 2002.

---

[12] Si veda a proposito il capitolo 5 di questo Rapporto.
[13] SISTAN, ISTAT e ICE, Commercio estero e attività trasnazionali delle imprese, Annuario 2002, Volume 1, tavola 1.2.14
[14] L'incremento stimato per il 2003 dall'OCSE è pari al 4,4%, per il FMI sarà del 3,4%, per l'ISAE del 3%. Meno ottimistiche sono invece le previsioni di Prometeia (2%), Rapporto di previsione, marzo 2003.
[15] Cfr. nota 1.

Prezzi

Nel 2002 i valori medi unitari delle merci importate si sono ridotti del 3,6% rispetto all'anno precedente. Già sul finire del 2001, in corrispondenza con la netta flessione dei prezzi dei prodotti petroliferi, i prezzi dei beni provenienti dalle aree extra-UE avevano mostrato una tendenza alla diminuzione.

Sulla dinamica mostrata nel 2002 ha inciso la flessione dei prezzi dei prodotti energetici importati che si è però arrestata nel mese di giugno, ma soprattutto il rafforzamento del cambio dell'euro nei confronti delle altre valute e in particolare del dollaro statunitense, iniziato nel secondo trimestre dell'anno. Il deprezzamento della moneta americana rispetto alla divisa europea nella media dell'anno è stato del 5,6%, con punte più elevate nella seconda metà (oltre il 10%) e nei primi mesi del 2003 (22,3% nel solo primo trimestre).

Anche i prezzi dei beni in arrivo dai paesi della UE hanno fatto registrare una diminuzione, effetto forse del tentativo degli esportatori europei di contenere le perdite di quote di mercato comprimendo i margini di profitto.

Dal lieve aumento (dello 0,9%) dell'indice dei prezzi alla produzione di manufatti, a fronte di una flessione del 3% dei prezzi dei manufatti importati, è derivato un miglioramento della loro competitività[16], dopo due anni consecutivi in cui se n'era registrato un peggioramento.

I pochi dati al momento disponibili per il 2003, relativi ai primi tre mesi dell'anno, mostrano un'interruzione della flessione dei prezzi delle merci importate, rimasti pressoché invariati rispetto al primo trimestre del 2002. Sull'andamento nel 2003 continuerà a esercitare i propri effetti l'ulteriore forte deprezzamento del dollaro nei confronti dell'euro, che secondo la maggioranza delle stime dei centri di previsione dovrebbe interrompersi nella seconda metà dell'anno. Occorrerà anche valutare la recente dinamica dei prezzi degli altri input importati: il rincaro fatto registrare nei primi mesi dell'anno in corso ha portato i principali centri di previsione a una revisione al rialzo del loro andamento stimato[17].

Quantità

Nel 2002, le importazioni di beni e servizi dell'area dell'euro, valutate a prezzi costanti, sono di poco diminuite (-0,3%) a fronte di un lievissimo incremento della domanda nazionale. La dinamica delle importazioni ha assunto caratteristiche diverse nei principali paesi dell'area: in Germania se n'è registrata una flessione anche più

[16] L'indice di competitività di prezzo delle importazioni è dato dal rapporto tra indici dei prezzi alla produzione e dei valori medi unitari (in euro) all'importazione dei prodotti manufatti.

[17] Il FMI nel World Economic Outlook nel mese di marzo ha stimato un incremento delle materie prime non energetiche del 9,4%, con punte più elevate per quelle agricole e le bevande. Anche la Commissione Europea ha recentemente corretto in aumento la stima relativa alla dinamica dei prezzi delle materie prime (dal 4,3% al 10,3%). L'aumento riguarderebbe tutte le materie prime, comprese quelle non energetiche: in particolare i prezzi delle materie prime agricole dovrebbero aumentare del 14,2%, quelli di minerali e metalli del 6,5%, mentre le fonti energetiche subirebbero un rincaro del 10%(Spring 2003- Economic Forecasts, Commissione Europea, Direzione Generale per l'economia e la finanza, marzo 2003).

pronunciata di quella mostrata dalla domanda nazionale, in Francia, Italia e Spagna, al contrario, la variazione registrata è stata positiva. In Italia, l'aumento delle quantità importate di beni e servizi nel 2002 è stato pari all'1,5% e ha superato quello dell'1,1% della domanda, portando nuovamente ad ampliarsi il grado di penetrazione degli acquisti all'estero, dopo la flessione registrata nel 2001 (grafico 4.8). Le importazioni di sole merci sono invece aumentate dell'1%[18]: anche in questo caso, pur trattandosi di un'accelerazione rispetto al 2001, l'incremento risulta di molto inferiore rispetto a quelli che avevano caratterizzato la seconda metà degli anni novanta. Tale andamento è spiegato dalla debolezza della domanda interna e, in particolare delle componenti che maggiormente attivano acquisti dall'estero, come gli investimenti e le stesse esportazioni.

Nel terzo e quarto trimestre dell'anno, gli acquisti dall'estero hanno interrotto la flessione in atto dalla seconda metà del 2001 e, stimolati da una contemporanea ripresa sia dell'attività di accumulazione di capitale sia delle vendite all'estero, sono tornati a crescere a ritmi piuttosto vivaci. L'incremento fatto registrare nei primi tre mesi dell'anno in corso, pari al 5,6% per quelle relative ai beni e servizi e al 5,7% per quelle di soli beni, nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente, mostra una prosecuzione di questo andamento.

Secondo le stime al momento espresse dai principali centri di previsione, le importazioni di beni e servizi sono destinate ad accelerare nel 2003: l'entità dell'accelerazione varia tra il 3,8% stimato dall'OCSE[19], il 4% stimato dal FMI e dall'ISAE[20] e il 4,7% stimato sia dal Ministero dell'Economia[21] che dalla Commissione Europea[22]. Una crescita ancora più rapida è concordemente prevista per il 2004.

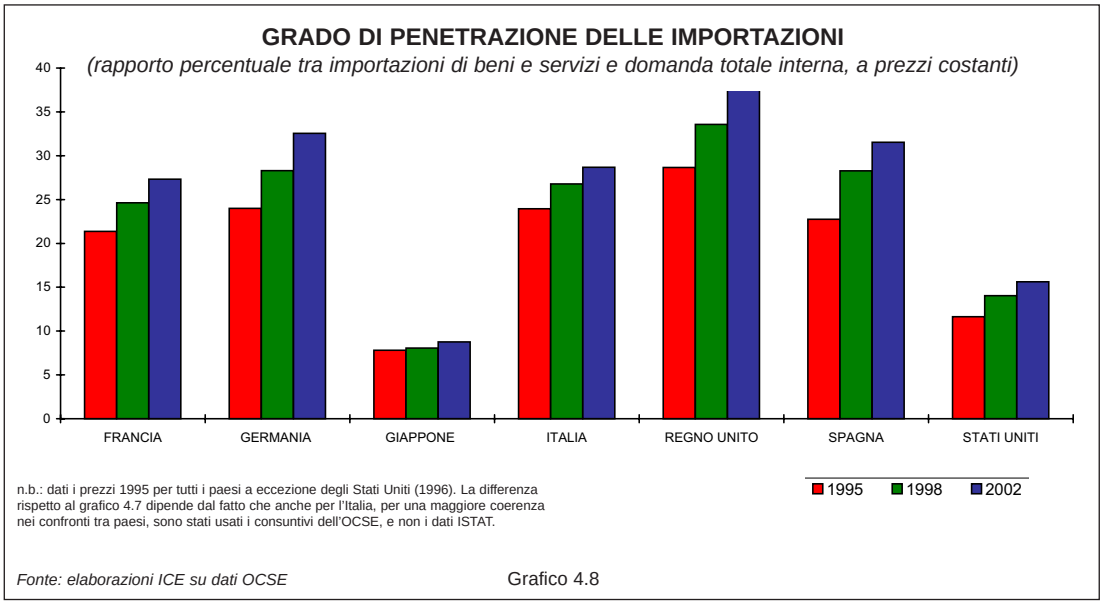


Grafico 4.8

[18] Dato provvisorio suscettibile delle rettifiche da parte dell'ISTAT.
[19] OCSE, Economic Outlook, giugno 2003.
[20] FMI, World Economic Outlook, marzo 2003; ISAE, Istituto di studi e analisi economica, Nota mensile, aprile 2003.
[21] Ministero dell'Economia e delle Finanze, Relazione sull'andamento dell'economia nel 2002 e aggiornamento delle previsioni per il 2003, aprile 2003.
[22] Spring 2003- Economic Forecasts, Commissione Europea, Direzione Generale per l'economia e la finanza, marzo 2003.

AGGIORNAMENTO ED ARTICOLAZIONE DELLA CMSA[1] APPLICATA ALLA QUOTA DI MERCATO ITALIANA[*]

In questa nota, oltre ad aggiornare brevemente l'analisi della dinamica della quota italiana rispetto all'insieme dei concorrenti[2], si presentano i risultati di un analogo esercizio relativo alla nostra quota sulle esportazioni, nello stesso mercato[3], dei paesi che appartengono all'area dell'euro, omogenei all'Italia almeno nel cambio nominale.

TAVOLA 1 - ANALISI CMS DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1997-2002
Quota di mercato dell'Italia	3,97	4,15	3,81	3,37	3,50	3,44	
variazione assoluta		0,18	-0,34	-0,44	0,13	-0,06	-0,53
Effetto competitività		0,01	-0,14	-0,08	0,01	-0,09	-0,29
Effetto struttura di cui:		0,17	-0,20	-0,36	0,14	0,02	-0,22
merceologica		0,12	-0,10	-0,25	0,11	0,05	-0,08
geografica		0,11	-0,12	-0,14	0,05	-0,02	-0,11
residuale		-0,05	0,02	0,04	-0,03	-0,01	-0,03
Effetto adattamento		0,00	0,00	-0,01	-0,01	0,01	-0,01

Fonte: elaborazioni su dati Global Trade Information (GTI)

La tavola 1 mostra che, nel 2002, il ritorno su un trend negativo della posizione italiana rispetto alla totalità dei concorrenti è dipeso da una perdita di competitività[4] analoga a quella subita, in media, nel biennio 1999-2000, mentre l'effetto struttura ha fornito un contributo leggermente positivo grazie al fatto che la domanda dei mercati esteri è stata più dinamica, come l'anno prima, nei settori di nostra specializzazione.

TAVOLA 2 - ANALISI CMS DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE IN RAPPORTO ALLE ESPORTAZIONI DELL'AREA DELL'EURO

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1997-2002
Quota di mercato dell'Italia	12,71	12,44	12,00	11,74	11,60	11,36	
variazione assoluta		-0,27	-0,44	-0,26	-0,14	-0,24	-1,35
Effetto competitività		-0,06	-0,19	0,07	-0,11	-0,21	-0,51
Effetto struttura di cui:		-0,18	-0,23	-0,29	0,02	0,02	-0,66
merceologica		-0,09	-0,23	-0,34	0,03	0,05	-0,58
geografica		-0,06	0,04	0,05	0,03	0,01	0,07
residuale		-0,03	-0,05	0,00	-0,04	-0,04	-0,16
Effetto adattamento		-0,03	-0,02	-0,04	-0,04	-0,05	-0,18

Fonte: elaborazioni su dati Global Trade Information (GTI)

Dalla tavola 2 risulta che, tenendo conto della diversa scala, le riduzioni di quota e competitività dell'Italia si sono verificate l'anno scorso in misura pres-

[*] *Redatto da Paolo Ferrucci con la collaborazione di Alessia Proietti*

[1] *Si veda L. Iapadre "Fattori strutturali e competitività nel commercio internazionale: una rielaborazione del metodo di analisi constant market shares" in AA.VV., I processi di internazionalizzazione dell'economia italiana, Atti del Convegno CNR, Progetto Finalizzato "Servizi e strutture per l'internazionalizzazione delle imprese italiane e sviluppo delle esportazioni", Roma, 24 marzo 1994.*

soché totale, al contrario di quanto ci si poteva attendere, nei confronti dei paesi a valuta comune. Si rileva inoltre che:

- *il rapporto tra le esportazioni italiane e quelle dell'area dell'euro è sceso con continuità dal 1997*
- *tra il 1997 ed il 2000, il peggioramento della nostra posizione rispetto ai concorrenti europei è spiegato per circa il 70% da uno sfavorevole effetto struttura merceologica, mentre nell'ultimo biennio appare funzione di un calo di competitività relativa (maggiore di quello sperimentato nei precedenti 3 anni) e, in parte non trascurabile, di un negativo effetto adattamento.*

TAVOLA 3 - ANALISI CMS DELLE ESPORTAZIONI FRANCESI IN RAPPORTO ALLE ESPORTAZIONI DELL'AREA DELL'EURO

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1997-2002
Quota di mercato della Francia	17,16	17,24	16,95	16,46	16,44	15,74	
variazione assoluta		0,08	-0,30	-0,49	-0,02	-0,70	-1,42
Effetto competitività		-0,15	-0,38	-0,26	-0,13	-0,52	-1,43
Effetto struttura di cui:		0,23	0,06	-0,24	0,16	-0,02	0,19
merceologica		0,23	0,08	-0,06	0,13	0,06	0,43
geografica		0,04	0,04	0,02	-0,01	-0,01	0,08
residuale		-0,04	-0,06	-0,20	0,04	-0,07	-0,33
Effetto adattamento		0,00	0,02	0,01	-0,05	-0,16	-0,18

Fonte: elaborazioni su dati Global Trade Information (GTI)

La stessa analisi è stata effettuata (tavola 3) per la quota della Francia sulle esportazioni dell'area dell'euro, che nel quinquennio in esame è diminuita proporzionalmente meno dell'italiana[5], malgrado una netta caduta nel 2002 dipesa in prevalenza da perdite sul mercato statunitense legate al deterioramento dei rapporti franco-americani in occasione della crisi iraqena; anche senza considerare il 2002, il paragone con il nostro paese risulta svantaggioso in termini di competitività relativa, ma è decisamente favorevole per quanto riguarda l'effetto struttura merceologica che per la Francia è quasi sempre positivo, mentre l'effetto adattamento è negativo come nel caso dell'Italia.

Se entrambi i paesi mostrano difficoltà di risposta alle modifiche nella composizione della domanda mondiale, per l'Italia la negatività dell'effetto struttura, nel complesso del periodo considerato, indica che il suo modello di specializzazione non è correlato "a priori" a tali modifiche e che quindi è più problematico compensare le sempre possibili perdite di competitività.

[2] *Si veda il Rapporto ICE 2001-2002 (pagine 119-121).*

[3] *I paesi dell'Unione Europea ed i seguenti altri: Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Giappone, Malesia, Messico, Russia, Stati Uniti, Svizzera e Taiwan; occorre tener conto del fatto che tra questi non compare quasi nessun paese dell'Europa orientale e nessuno del Medio Oriente e Nord Africa, dove la quota italiana è relativamente più elevata.*

[4] *L'effetto competitività è la media ponderata delle variazioni delle quote elementari: si può ritenere che esso rifletta i mutamenti nei prezzi relativi e negli altri fattori che determinano il successo concorrenziale; l'effetto struttura dipende dal grado di conformità tra la specializzazione geografica e settoriale del paese di cui si analizza la quota e i cambiamenti nella composizione della domanda del mercato in esame, mentre la flessibilità rispetto a tali cambiamenti è misurata dall'effetto adattamento.*

[5] *Il paese che ha più accresciuto la quota sulle esportazioni dell'area dell'euro è l'Irlanda, ma anche Germania, Austria, Belgio, Olanda e Spagna hanno mostrato risultati positivi.*

5. L'ORIENTAMENTO GEOGRAFICO DEL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA*

Sintesi

Nel 2002 l'andamento dell'interscambio dell'Italia per aree e paesi è stato influenzato dai seguenti fattori chiave: le difficoltà cicliche dell'economia internazionale; il dinamismo dei mercati dell'Est Europa e la crescente integrazione commerciale e produttiva dell'Italia con questi paesi; le crisi politiche, economiche e finanziarie del continente sudamericano; l'inizio della fase di rafforzamento dell'euro; la dirompente crescita dell'economia cinese e la recessione in Giappone.

La debolezza della domanda nei paesi UE e, in particolare, la recessione dell'economia tedesca, hanno contribuito al netto deterioramento della *performance* commerciale dell'Italia nell'Unione Europea, confermando una tendenza ormai in atto dal 1997. Il deficit verso i partner dell'Unione è più che raddoppiato, passando da 2,4 a 5 miliardi di euro, per effetto di una significativa riduzione della copertura reale, non pienamente compensata dal miglioramento delle ragioni di scambio. Il peggioramento del saldo è ascrivibile soprattutto al crollo delle esportazioni in Germania e, a livello settoriale, è spiegato per l'80% dal deterioramento relativo al comparto mezzi di trasporto. In termini di quota in valore sulle importazioni[1], l'Italia ha comunque mostrato una relativa capacità di tenuta nel mercato dell'UE, fatta eccezione per la Spagna, dove il nostro paese ha perso posizioni in misura maggiore rispetto ai principali concorrenti.

Negli Stati Uniti, il calo degli investimenti fissi ha penalizzato le vendite italiane nella meccanica e la relativa crescita dei consumi privati non ha arrecato i benefici sperati agli altri prodotti tipici del nostro modello di specializzazione. L'Italia ha comunque conservato la quota di mercato detenuta, a differenza degli altri principali fornitori che hanno registrato lievi perdite, ad eccezione di Germania, Messico e Cina.

L'interscambio con l'Europa centro - orientale, stimolato dalla prospettiva dell'allargamento ad Est dell'Unione, dalla dinamicità di questi mercati e dalla crescita dei flussi di IDE italiani diretti nell'area, ha condotto ad un notevole miglioramento del saldo (attivo) dell'Italia, principalmente per effetto dalla significativa crescita delle esportazioni. La *performance* commerciale è risultata brillante anche in termini di quote, considerando che solo la Cina può vantare dinamiche migliori e che i nostri partner europei, con l'eccezione della Germania, hanno evidenziato chiari segnali di debolezza.

Nel continente sudamericano, la recessione brasiliana e la combinazione di crisi economica, disordine sociale e incertezza politica in Argentina e in Venezuela hanno frenato le importazioni complessive dell'area, penalizzando anche le vendite di merci italiane che si sono contratte del 14%. L'andamento della quota in valore dell'Italia,

---

* Redatto da Roberta Mosca e Marilena Procaccio - ICE Area Studi, Statistica e Documentazione - con la supervisione della dott.ssa Pia Saraceno.

[1] Tutte le quote commentate nel capitolo sono calcolate sulle importazioni del paese o dell'area.

per quanto negativo, non si è discostato di molto da quello relativo ai nostri principali concorrenti nell'area; solo la Cina e il Giappone hanno conquistato nuovi segmenti di domanda.

I saldi con il Medio Oriente e con l'Africa Settentrionale (attivo il primo, deficitario il secondo) sono nettamente migliorati, grazie al significativo calo delle nostre importazioni in valore. A questo risultato hanno contribuito due fattori: il rafforzamento dell'euro nei confronti del dollaro, che ha influito positivamente sul costo dell'approvvigionamento di materie prime energetiche, e la riduzione del fabbisogno di petrolio derivante da una crescita modesta, oltre che dalla crisi del settore del trasporto aereo.

Il poderoso sviluppo economico e la crescente apertura internazionale della Cina hanno alimentato anche i flussi d'interscambio con l'Italia, favorendo soprattutto l'incremento delle nostre esportazioni, in crescita di quasi il 23%. Tuttavia, la quota di mercato italiana è lievemente diminuita, al pari delle quote dei nostri partner europei e degli Stati Uniti. Ne hanno beneficiato le altre economie dell'Asia orientale, anche in virtù del notevole sviluppo degli scambi intra-area.

La persistente crisi economica del Giappone ha penalizzato le nostre vendite, ma di gran lunga maggiore è risultata la caduta delle importazioni italiane di merci nipponiche, con la conseguenza che il deficit con questo partner si è dimezzato. La quota italiana in Giappone è rimasta invariata, a fronte di modesti guadagni di Francia e Germania e di un ulteriore arretramento di Stati Uniti e Regno Unito.

Nel *primo trimestre* dell'anno in corso, le importazioni a prezzi correnti dai partner UE sono aumentate, mostrando una chiara divergenza dal dato annuo negativo del 2002. Nell'ambito dei paesi extra-UE, si segnala l'ulteriore incremento delle importazioni dalla Cina, le cui vendite sul mercato italiano non sono state penalizzate dall'epidemia da polmonite atipica (SARS). Di notevole entità anche l'aumento tendenziale delle importazioni dalla Russia e dai paesi OPEC, aumento sostanzialmente connesso al rincaro del prezzo del petrolio indotto dal conflitto in Iraq.

In controtendenza rispetto alla diminuzione del 2002, le esportazioni a prezzi correnti verso i partner dell'Unione sono cresciute nel primo trimestre dell'anno, sia pure moderatamente. Quanto ai paesi extra-UE, si segnala la flessione tendenziale delle esportazioni verso la Russia, che contrasta con il dato annuo positivo del 2002, e la conferma sia della vigorosa espansione della presenza commerciale italiana in Cina, sia della contrazione dei flussi diretti verso gli Stati Uniti.

Procede a rilento il processo di internazionalizzazione della produzione italiana, in un contesto mondiale di rallentamento dei flussi di *IDE*. Tra il 1996 e il 2002 è cresciuta l'importanza relativa dell'Europa centro - orientale come destinazione degli IDE italiani, a scapito soprattutto delle partecipazioni in imprese localizzate in America latina. Nello stesso arco temporale, il numero delle imprese partecipate è aumentato lievemente in tutte le aree, con l'eccezione dell'Europa occidentale, dove comunque l'incremento nel numero degli addetti alle partecipate evidenzia un volume di affari in espansione per le imprese esistenti. Quanto agli IDE in entrata, si segnala, rispetto al 1996, la riduzione dell'incidenza degli investimenti di origine europea sul totale e la concomitante crescita del peso dei capitali statunitensi e giapponesi.

IL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA PER AREE E PRINCIPALI PAESI
(milioni di euro)

	ESPORTAZIONI			IMPORTAZIONI			SALDI	
	2002	peso %	var. % dei valori 2001-02	2002	peso %	var. % dei valori 2001-02	2001	2002
Unione Europea	141.106	53,2	-4,7	146.157	56,9	-2,8	-2.449	-5.051
Francia	32.275	12,2	-4,2	28.987	11,3	-2,2	4.042	3.288
Germania	36.305	13,7	-9,5	45.613	17,8	-3,1	-6.981	-9.308
Regno Unito	18.312	6,9	-0,9	12.868	5,0	-5,0	4.934	5.444
Spagna	16.824	6,3	-0,8	11.762	4,6	5,2	5.775	5.062
Europea centro - orientale	26.510	10,0	4,6	25.180	9,8	2,4	762	1.330
Russia	3.801	1,4	7,4	7.915	3,1	-7,3	-4.997	-4.114
Altri paesi europei	16.130	6,1	-0,9	14.980	5,8	7,2	2.302	1.150
Svizzera	9.361	3,5	-4,9	9.725	3,8	1,3	236	-364
Africa settentrionale	6.643	2,5	-3,3	12.348	4,8	-12,8	-7.297	-5.705
Altri paesi africani	3.312	1,2	0,4	4.537	1,8	0,7	-1.201	-1.225
America settentrionale	28.316	10,7	-1,8	13.748	5,4	-4,8	14.374	14.568
Stati Uniti	25.854	9,7	-1,5	12.507	4,9	-3,0	13.351	13.347
America centrale e meridionale	8.689	3,3	-14,0	6.242	2,4	0,1	3.869	2.447
Mercosur	2.449	0,9	-34,6	3.381	1,3	-3,0	260	-932
Medio Oriente	10.112	3,8	2,9	7.203	2,8	-14,3	1.425	2.909
Asia centrale e meridionale	1.864	0,7	-3,7	3.243	1,3	-0,1	-1.310	-1.379
Asia orientale	18.954	7,1	-0,4	21.323	8,3	-1,9	-2.717	-2.369
Cina	4.018	1,5	22,7	8.307	3,2	11,0	-4.209	-4.289
Giappone	4.493	1,7	-4,5	5.321	2,1	-15,2	-1.573	-828
EDA (1)	9.323	3,5	-5,7	6.026	2,3	-5,1	3.539	3.297
Oceania	2.623	1,0	13,6	1.660	0,6	-11,6	431	963
MONDO	265.365	100,0	-2,8	256.887	100,0	-2,6	9.263	8.478

(1) Corea del Sud, Hong Kong, Malaysia, Singapore, Taiwan e Thailandia.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 5.1

5.1 UNIONE EUROPEA

Lo scorso anno il *saldo* commerciale dell'Italia con l'UE (diventato negativo nel 2000) è più che raddoppiato passando da -2,4 a -5 miliardi di euro. A livello settoriale, circa la metà di questo peggioramento è ascrivibile all'approfondimento del deficit nel comparto autoveicoli, indotto dalla crisi della principale azienda automobilistica italiana. Decisamente migliore l'andamento dei conti commerciali di Germania e Francia, visto che nel 2002 il surplus della prima con l'Unione è cresciuto ulteriormente e il deficit della seconda si è ridimensionato (dopo un periodo di forte peggioramento). La cospicua flessione delle nostre esportazioni nette nell'Unione è scaturi-

IMPORTAZIONI DELLE AREE E DEI PRINCIPALI PAESI E QUOTE DI MERCATO DELL'ITALIA

	INCIDENZA SULLE IMPORTAZIONI MONDIALI *(rapporti percentuali)*		IMPORTAZIONI DAL MONDO *(variazioni percentuali dei valori in euro correnti)*		QUOTE DI MERCATO DELL'ITALIA[1]	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Unione Europea[2]	35,1	34,9	2,0	-2,6	5,7	5,7
Francia	5,1	4,9	2,0	-5,5	8,6	8,8
Germania	7,5	7,4	0,8	-4,1	6,4	6,4
Regno Unito	5,1	5,1	0,3	-2,4	4,3	4,6
Spagna	2,4	2,3	2,4	-5,1	9,1	8,6
Europea centro - orientale	4,1	4,5	9,4	5,9	8,8	8,7
Russia	0,6	0,7	25,4	16,1	6,0	6,4
Altri paesi europei	2,6	2,7	-6,3	2,2	8,4	8,3
Svizzera	1,3	1,3	5,2	-5,6	9,6	9,7
Africa settentrionale	0,8	0,9	3,8	10,6	11,9	11,8
Altri paesi africani	1,0	1,0	7,6	-1,4	3,7	3,8
America settentrionale	21,7	21,3	-3,9	-3,8	2,0	2,0
Stati Uniti	18,3	18,0	-3,3	-3,5	2,2	2,2
America centrale e meridionale	5,3	4,9	1,2	-9,7	2,7	2,6
Medio Oriente	2,9	2,9	9,7	-1,8	5,4	5,7
Asia centrale e meridionale	1,5	1,5	-0,7	0,3	2,3	2,2
Asia orientale	21,2	21,7	-4,7	0,1	1,3	1,3
Cina	3,8	4,4	11,6	14,8	1,3	1,4
Giappone	5,4	5,0	-5,1	-8,4	1,3	1,4
Oceania	1,2	1,4	-5,9	8,0	2,7	2,8
Paesi non identificati	2,6	2,3	-	-	-	-
MONDO	100,0	100,0	-1,2	-2,1	4,0	3,9

(1) Le quote sono calcolate sulle esportazioni, tranne che per l'UE e per i paesi membri.
(2) Esclusa l'Italia.

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI -DOTS, OMC e GTI

Tavola 5.2

ta principalmente dall'aumento della domanda interna relativa[2], stimolata alla fine dell'anno sia dalla legge Tremonti, sia dagli incentivi per il settore automobilistico. Dopo il sostanziale miglioramento verificatosi nella prima metà degli anni Novanta, il saldo con i partner dell'UE si è progressivamente ridotto a partire dal 1997. Le ragioni principali di questa inversione di tendenza sono due: a partire dal 1997, da un lato, il differenziale di crescita della domanda è diventato positivo per il nostro paese e, dall'altro, la *performance* delle esportazioni italiane nei confronti del nostro principale partner commerciale, non solo nell'Unione ma a livello mondiale, cioè la Germania, ha iniziato un declino ininterrotto.

[2] La dinamica della domanda italiana, 1,1%, è stata superiore a quella dell'Unione, 0,7% (*fonte: FMI*) e ciò spiega l'aumento più pronunciato delle importazioni italiane rispetto a quelle dei partner.

Non a caso, al deterioramento dei nostri conti commerciali con l'Unione nel 2002 ha concorso soprattutto l'ulteriore approfondimento del deficit con la *Germania*: il saldo passivo, che nel 2001 ammontava a quasi 7 miliardi di euro, è aumentato di 2,3 miliardi sotto la spinta della netta flessione della domanda interna tedesca. Tra i nostri principali concorrenti e partner dell'UE, solo il Regno Unito ha subito un deterioramento più pronunciato (6 miliardi) del saldo (passivo) con la Germania.

Meno consistente, ma ugualmente negativa, è risultata la variazione del saldo con la *Francia* e con la *Spagna*: in entrambi i casi, l'attivo italiano si è ridotto di circa 700 milioni. Al contrario, l'andamento dei conti commerciali con il *Regno Unito* è stato positivo, poiché il surplus è aumentato di circa 500 milioni; in tal caso, ha giocato a favore dell'Italia la dinamica decisamente più sostenuta della domanda interna britannica. Sono migliorati, sia pur lievemente, anche i saldi bilaterali con Grecia, Paesi Bassi, Finlandia, Danimarca, Belgio e Svezia.

Nel 2002 entrambi i flussi di interscambio con l'Unione, misurati in valore, si sono ridotti per la prima volta dal 1996; le variazioni sono risultate superiori alla media mondiale.

Le *importazioni* a prezzi correnti dai partner dell'Unione sono diminuite (-2,8%) a causa della flessione dei valori medi unitari (-3,5%), visto che le importazioni in volume sono tornate a crescere (1,2%) dopo la lieve contrazione del 2001. Si sono ridotti gli acquisti dai primi due paesi di provenienza delle importazioni italiane, con una variazione del -3,1% per la Germania e del -2,2% per la Francia; in entrambi i casi, è comunque cresciuto il valore delle importazioni di autoveicoli, primo settore dei flussi di merci di origine tedesca e francese. Contrariamente all'andamento generale, gli acquisti dall'Austria, dalla Spagna e dal Portogallo hanno fatto registrare una variazione positiva.

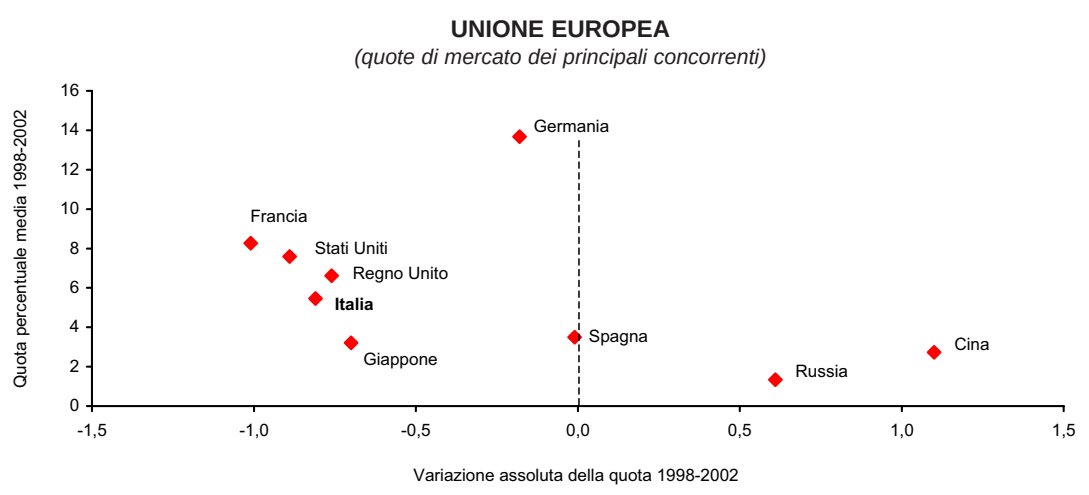
Lo scorso anno anche le *esportazioni* a prezzi correnti dell'Italia nei confronti dell'UE si sono ridotte (-4,7%), dopo aver subito una battuta d'arresto già nel 2001. La debolezza della domanda interna nelle economie dell'area ha penalizzato le vendite di merci italiane, calate in tutti i paesi membri ad eccezione di Finlandia e Grecia. In Germania, dove è stata particolarmente rilevante (-9,5%), la flessione è scaturita quasi integralmente dalla netta riduzione delle esportazioni in volume e ha riguardato tutti i settori, con la sola eccezione del comparto alimentare. Significativa anche la diminuzione del 4,2% delle esportazioni verso il mercato francese. Più contenuta, in quanto inferiore a 1 punto percentuale, la flessione delle nostre vendite nel Regno Unito e in Spagna.

La riduzione delle esportazioni italiane in valore è scaturita sia dalla flessione dei valori medi unitari (-1,3%), sia dalla contrazione, decisamente più pronunciata, dei volumi esportati (-3%). Considerando i mercati di sbocco principali nell'area, si riscontra che la riduzione della componente nominale delle esportazioni è stata più marcata nei riguardi di Francia e Spagna (rispettivamente -2,8% e -2,1%). Una strategia di prezzo più aggressiva da parte degli esportatori italiani potrebbe, dunque, spiegare il fatto che in Francia la riduzione delle quantità esportate è stata inferiore alla media dell'area e in Spagna si è avuta, invece, una variazione positiva.

La *quota* a prezzi correnti dell'Italia è aumentata in Francia (0,2) e nel Regno Unito (0,3), anche se non ha pienamente recuperato le perdite subite su tali mercati dal

1999. In entrambi i paesi, l'avanzata degli esportatori italiani è avvenuta in un contesto generale di guadagno di quote da parte dei partner dell'Unione. In Spagna, la quota dell'Italia ha subito una perdita consistente, dal 9,1% all'8,6%, muovendosi comunque nella stessa direzione di quella dei principali concorrenti dell'UE (con l'eccezione della Germania che ha conquistato 1 decimo di punto), a vantaggio della Cina, della Russia e soprattutto del Giappone, che lo scorso anno ha guadagnato 5 decimi. La quota italiana in Germania (8,6%) è rimasta invariata, sia pure in un quadro generale caratterizzato dal guadagno di alcuni decimi di punto da parte di quasi tutti i membri UE, con l'eccezione del Regno Unito in netto calo anche su questo mercato.

Malgrado le opportunità offerte dall'introduzione della moneta unica, l'Italia non ha esteso la sua presenza sul mercato europeo: la quota a prezzi correnti sulle importazioni complessive dell'UE ha perso 8 decimi di punto dal 1998, anche se lo scorso anno non ha subito variazioni. Nell'ultimo quinquennio, il bilancio in termini di quote in valore sul mercato dell'UE è stato negativo per molti altri fornitori importanti: la Francia è arretrata di 1 punto, la Germania, che detiene la frazione più alta delle importazioni UE, ha perso 2 decimi, il Regno Unito, gli Stati Uniti e il Giappone sono stati penalizzati, come su altri mercati, dalla forza delle rispettive valute. Solo la Cina e la Russia hanno fatto registrare un incremento delle loro quote sulle importazioni dell'Unione.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS Grafico 5.1

5.2 EUROPA CENTRO - ORIENTALE

Sospinto dalla persistente vivace dinamica della domanda interna dell'area, il *surplus* con l'Europa centro - orientale nel 2002 è quasi raddoppiato rispetto all'anno precedente, raggiungendo un livello di 1,3 miliardi di euro. E' così proseguito il netto miglioramento dei conti commerciali con questi paesi iniziato nel 2001, dopo un triennio di caduta del surplus determinato principalmente dall'aumento delle quotazioni petrolifere e dalla conseguente crescita delle importazioni italiane a prezzi correnti. Il dato dello scorso anno è scaturito dal contemporaneo incremento della ragio-

ne di scambio e del tasso di copertura reale. Determinante è risultato l'aumento delle nostre esportazioni nette verso la Russia (quasi 900 milioni), sebbene i conti commerciali con questo partner restino in passivo per un ammontare di circa 4 miliardi.

Le *importazioni* a prezzi correnti sono cresciute del 2,4%, a testimonianza della crescente integrazione commerciale e produttiva dell'Italia con molti di questi paesi. La dinamica positiva degli acquisti ha riguardato la maggior parte dei settori dell'interscambio, con le eccezioni significative dei due comparti che pesano di più sulle importazioni complessive dall'area: prodotti delle miniere e delle cave (tra cui petrolio) e metalli e prodotti in metallo. I flussi provenienti dalla Russia hanno subito una variazione negativa del 7,3%, principalmente a causa della netta flessione dei valori medi unitari, data la sostanziale invarianza delle quantità importate. Ugualmente negativa, ma di entità modesta, la riduzione delle importazioni dall'Ungheria (-1,5%); su questo dato ha influito soprattutto il calo degli acquisti di autoveicoli, che si è verificato a vantaggio degli esportatori francesi e tedeschi. Sono invece cresciuti gli acquisti dalla Romania (13,2%) e dalla Polonia (8,9%), rispettivamente secondo e terzo paese di origine delle nostre importazioni tra quelli dell'area.

Positivo il bilancio delle vendite italiane: le *esportazioni* in valore, sostenute da mercati di sbocco particolarmente dinamici, sono cresciute del 4,6%.

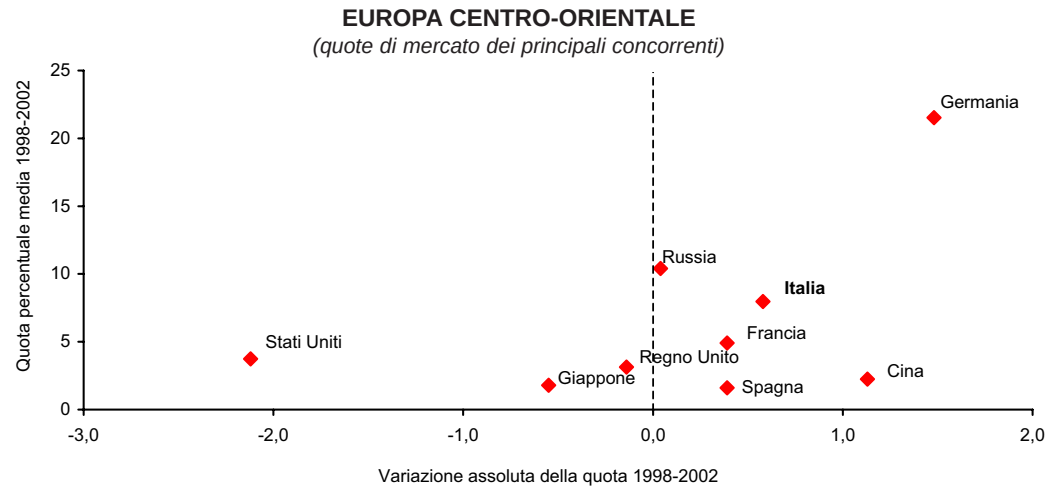
In *Polonia*, primo paese di destinazione delle nostre esportazioni tra quelli dell'area, le vendite di prodotti italiani sono aumentate in misura contenuta (0,8%). Si riscontra, in particolare, un leggero incremento delle esportazioni temporanee, a differenza di quanto accaduto per gli altri mercati dell'area verso i quali si attiva il traffico di perfezionamento passivo (TPP). La *performance* commerciale in termini di quota in valore sulle importazioni è risultata negativa, soprattutto se confrontata con quella dei nostri principali concorrenti. La quota italiana, al pari di quella britannica, ha perso 1 decimo di punto, assestandosi all'8,2%. Viceversa, la Germania, primo fornitore del paese, in netto calo nella seconda metà degli anni Novanta, ha guadagnato 3,3 punti e la Francia può vantare dal 1994 un'ascesa costante, culminata lo scorso anno con un guadagno di 6 decimi di punto.

In *Russia*, secondo mercato di sbocco dell'area, le esportazioni sono aumentate del 7,4%. Questa espansione ha riguardato tutti i comparti, tranne la carta, ed è scaturita dalla contemporanea ascesa dei valori medi unitari e dei volumi, la prima nettamente superiore alla seconda. Anche in termini di quote, la *performance* dell'Italia sul mercato russo è stata brillante: con un guadagno di 4 decimi di punto nel 2002, che le ha consentito di recuperare ampiamente le perdite subite negli anni precedenti, l'Italia ha ottenuto l'incremento più consistente tra quelli conseguiti dai principali fornitori, se si esclude l'aumento dell'1% della quota dei Paesi Bassi. Contrariamente all'andamento generale dei membri UE, la Germania, primo fornitore della Russia, ha perso in termini di quota più di 1 punto percentuale.

Di notevole entità (7,4%) è risultato l'incremento delle esportazioni in *Romania*, dove la quota italiana (oltre il 20%) è la più elevata dal 1999. Nel 2002 il guadagno dell'Italia è stato pari a 1,1 punti percentuali: si tratta di un risultato inferiore a quello conseguito dalla Germania, ma comunque in linea con gli andamenti dei nostri principali concorrenti. L'espansione della presenza commerciale dell'Italia in tale paese procede di pari passo con la crescente presenza diretta che si realizza mediante gli investimenti produttivi.

Nonostante il dinamismo espresso dall'*Ungheria* lo scorso anno, i flussi di merci diretti verso questo paese sono calati dell'8,8%, soprattutto a causa della riduzione delle vendite di computer e parti. La quota italiana, di poco inferiore all'8%, ha perso 3 decimi di punto rispetto al 2001. Nettamente maggiore l'arretramento delle merci tedesche, con una perdita di 1,1 punti, mentre appare in crescita la presenza commerciale della Francia.

Nel corso degli ultimi cinque anni, la quota italiana sulle importazioni complessive dell'Europa centro - orientale ha guadagnato 6 decimi di punto. Tra i nostri principali concorrenti nell'area, solo la Germania e la Cina hanno conseguito incrementi più consistenti durante lo stesso arco temporale (rispettivamente 1,5 e 1,1). Decisamente più modesta l'avanzata della Francia e della Spagna (0,4). Anche in quest'area, come sul mercato mondiale, le merci provenienti da Stati Uniti, Giappone e Regno Unito sono state penalizzate dalla forza delle rispettive valute.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.2

5.3 ALTRI PAESI EUROPEI

Il *saldo* con quest'area è sempre stato attivo nel corso degli ultimi 10 anni, pur mostrando una netta discesa a partire dal 2000. Lo scorso anno si è quasi dimezzato, assestandosi ad un livello di poco più di 1 miliardo. I conti commerciali con la Svizzera hanno cambiato segno: il modesto surplus del 2001 è diventato un deficit di proporzioni contenute.

Le *importazioni* a prezzi correnti provenienti da quest'area sono cresciute del 7,2%: si tratta dell'incremento più consistente tra le variazioni positive registrate con altre aree. Nel terzo comparto in termini di peso sulle importazioni complessive, i prodotti delle miniere e delle cave, la crescita ha superato ampiamente il 100% ed è avvenuta principalmente a spese delle corrispondenti importazioni dall'Europa centro - orientale, dal Medio oriente e dall'Africa settentrionale. A livello di singoli paesi si segnalano la modesta crescita dei flussi di origine elvetica (1,3%), la lieve flessione

delle importazioni dalla Turchia (-2,9%), ma soprattutto il notevole incremento degli acquisti dalla Norvegia con una variazione del 92,5%; questo dato è scaturito dalla cospicua crescita delle importazioni di gas, indotta dalla liberalizzazione del mercato italiano dell'energia.

Le *esportazioni* in valore dell'Italia hanno subito una lieve flessione (-0,9%), nonostante l'incremento delle vendite nella meccanica, primo comparto dei flussi di merci italiane diretti nell'area. Determinante è stata la caduta delle esportazioni in Svizzera. Dopo alcuni anni di sostanziale invarianza e dopo la modesta crescita del biennio 2000-2001, il valore delle esportazioni sul mercato svizzero si è ridotto del 4,9%. La flessione in quasi tutti i settori dell'interscambio ha più che compensato l'incremento nel comparto prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali, che con un peso superiore al 17% rappresenta la prima voce dei flussi italiani diretti in Svizzera. Nel 2002 la quota dell'Italia sulle importazioni elvetiche ha guadagnato 2 punti percentuali, rovesciando il trend discendente del biennio precedente. Solo la Germania ha conseguito un risultato migliore, superando quota 31%. Nettamente in declino le quote detenute da Francia e Regno Unito.

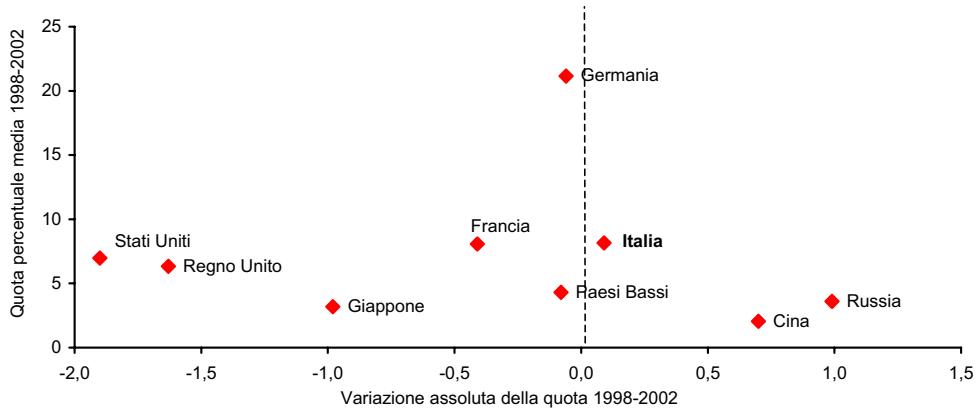
Positivo l'andamento delle esportazioni in *Turchia* (3,8%), dove i flussi di merci italiane hanno beneficiato della ripresa economica dopo la crisi del 2001. Ciononostante, la quota detenuta dal nostro paese ha perso 3 decimi, evidenziando una *performance* commerciale inferiore solo a quella della Russia e degli Stati Uniti, dati i guadagni, sia pure differenziati, ottenuti dagli altri fornitori.

In netta crescita anche le esportazioni in *Norvegia* (8%), dove l'Italia ha conseguito un guadagno di quota di 5 decimi, che, tra le variazioni relative ai principali fornitori, rappresenta il risultato migliore dopo quello ottenuto dalla Danimarca (6 decimi).

Nel corso degli ultimi cinque anni, la *quota* dell'Italia sulle importazioni complessive dell'area è aumentata di 1 decimo di punto, attestandosi ad un livello medio dell'8,2%. Tra i nostri principali concorrenti, solo la Russia, la Cina e la Spagna possono vantare una *performance* migliore, mentre le quote di mercato degli altri principali fornitori hanno subito variazioni negative.

ALTRI PAESI EUROPEI

(quote di mercato dei principali concorrenti)



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.3

5.4 AMERICA SETTENTRIONALE

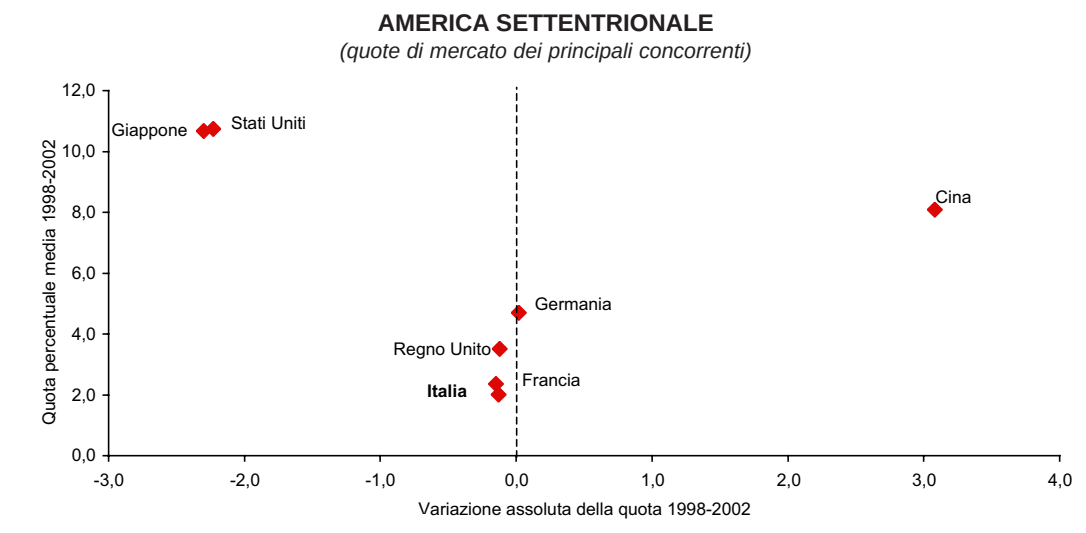
Il *saldo* dell'Italia con quest'area non ha subito variazioni di rilievo, poiché è rimasto attivo per un ammontare di circa 14 miliardi di euro. Nel dettaglio, il surplus con gli Stati Uniti è rimasto invariato intorno ai 13 miliardi, per effetto del netto peggioramento della nostra ragione di scambio e del sostanziale raddoppio del tasso di copertura tra volumi esportati e importati. Negli ultimi dieci anni, questo saldo bilaterale mostra un profilo crescente confermato, con qualche eccezione, dall'andamento della versione normalizzata: la *performance* commerciale dell'Italia con gli Stati Uniti non solo è positiva, ma è anche nettamente migliorata nell'arco del decennio, grazie soprattutto alla forza della domanda interna relativa di questo paese.

Nel 2002, con una variazione pari a -4,8%, si è ridimensionata la caduta delle nostre *importazioni* dall'America settentrionale, che era iniziata nel 2001 rovesciando il trend di sostanziale crescita degli anni Novanta. Tuttavia, anche l'anno scorso, come quello precedente, la contrazione dei flussi di provenienza canadese è stata piuttosto consistente (-20,2%). Sono le importazioni dagli Stati Uniti che hanno mostrato un rallentamento della dinamica negativa, con una riduzione del 3%. Questa è scaturita interamente da una cospicua flessione delle importazioni in volume (-8,4%), che solo parzialmente è stata compensata dall'incremento dei valori medi unitari e che appare connessa alla debolezza della domanda italiana.

Nel 2002, le *esportazioni* in valore verso il Nord America sono diminuite dell'1,8%, confermando l'andamento del 2001 che, a sua volta, diverge palesemente dalla dinamica positiva dei periodi precedenti.

Le vendite negli *Stati Uniti* si sono ridotte dell'1,5%, penalizzate in parte dalla diminuzione delle esportazioni nella meccanica, connessa al calo degli investimenti fissi statunitensi. L'andamento dei flussi in valore è stato determinato dalla caduta dei valori medi unitari (-6,4%), dato il cospicuo incremento delle quantità esportate (5,3%). Nel quinquennio precedente, i valori medi unitari dei beni esportati negli Stati Uniti sono costantemente cresciuti. Sembra, dunque, che gli esportatori italiani nel 2002 abbiano modificato la propria strategia su questo mercato: fino al 2001, approfittando della debolezza della lira prima, dell'euro poi, hanno alzato i prezzi di vendita, al fine di espandere i profitti senza grossi rischi in termini di quote; nel 2002 hanno mirato soprattutto a conservare le quote di mercato tamponando, con la riduzione dei prezzi, la perdita di competitività derivante dalla parziale ripresa dell'euro. Non a caso, nel 2002 la quota italiana sulle importazioni statunitensi non ha subito variazioni. Tra i nostri principali concorrenti, solo la Germania, il Messico e soprattutto la Cina hanno evidenziato una *performance* commerciale migliore dell'Italia, mentre le quote di Francia, Regno Unito e Canada (detentore della quota maggiore) hanno registrato una riduzione.

La quota media italiana sulle importazioni nordamericane (2%) negli ultimi cinque anni è la più bassa tra quelle dei nostri principali competitori nell'area. Durante lo stesso arco temporale, l'Italia ha perso 1 decimo di punto, al pari della Francia e del Regno Unito, mentre è rimasta praticamente stabile la quota tedesca. Gli esportatori cinesi, con un incremento di quota di 3,1 punti percentuali, sono i soli fornitori che hanno conquistato nuovi segmenti di domanda in questo mercato.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.4

5.5 AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE

Il *surplus* dell'Italia con l'America latina ha perso 1,4 miliardi di euro nel 2002 a suggello dell'andamento decrescente delle nostre esportazioni nette iniziato nel 1998. Le difficoltà dell'area, dove si sono susseguite crisi valutarie di proporzioni rilevanti, hanno chiaramente influito sull'interscambio con l'Italia. Tuttavia, gli andamenti dei saldi mostrano una relativa maggiore vulnerabilità dell'Italia rispetto ad altri fornitori nella capacità di tenuta su mercati in declino. Nell'ultimo quinquennio, il saldo bilaterale con il Brasile, nostro principale partner tra i paesi dell'area, presenta un profilo sostanzialmente decrescente, confermato dalla lieve flessione dello scorso anno che ha trasformato il surplus del 2001 in un deficit. Più drammatico l'impatto della crisi argentina e venezuelana, i cui effetti continueranno a manifestarsi ancora per qualche tempo.

Le *importazioni* a prezzi correnti dall'America centro - meridionale non sono variate significativamente. Tuttavia, se si considerano i paesi che pesano di più sui nostri acquisti complessivi dall'area, i cambiamenti osservati per il 2002 appaiono rilevanti e differenziati. I flussi in valore di origine brasiliana hanno perso 7 punti percentuali, rallentando nella discesa rispetto al 2001, quando la contrazione era stata superiore al 10%. Lieve la flessione delle importazioni da Cile e Venezuela, mentre sono nettamente calati gli acquisti dal Messico, con una variazione pari a -18,3%. Sono invece cresciute le importazioni dall'Argentina (6,2%), trainate dalla svalutazione del peso.

Tra le varie ripartizioni geografiche considerate, l'America latina è quella verso la quale le nostre *esportazioni* hanno subito nel 2002 la contrazione più forte: -14%. Il tracollo delle vendite è scaturito da una riduzione estesa a tutti i settori dell'interscambio, con la sola eccezione del comparto altri mezzi di trasporto, che pure costituisce il secondo settore in termini di peso sulle esportazioni totali. Al dato negativo

del 2002 ha contribuito la combinazione di recessione economica, incertezza politica e turbolenza sociale che ha colpito duramente alcuni paesi dell'area. Non a caso, le esportazioni in valore verso i paesi in crisi si sono ridotte in misura maggiore della media dell'area.

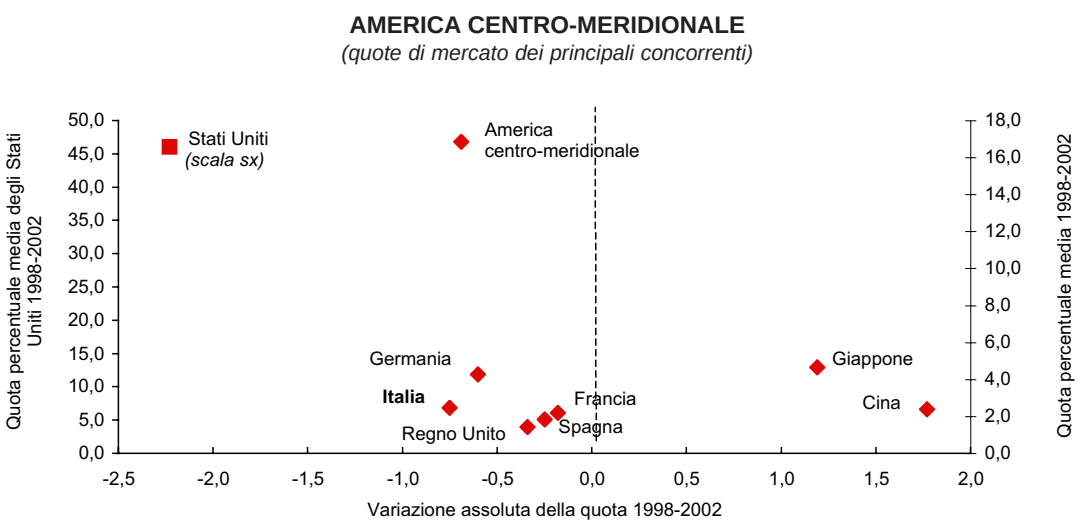
In *Brasile*, la recessione in atto dal 2001, attenuatasi lo scorso anno grazie al contributo del settore estero alla crescita del paese, si è riflessa negativamente sulle nostre vendite provocando un tracollo delle esportazioni (-23,2%). La riduzione degli investimenti nel paese ha indotto un calo anche nel settore di maggior peso per le nostre vendite in Brasile, ovvero la meccanica. Su questo mercato, la quota in valore dell'Italia, che nel 1994 aveva superato il 6%, è costantemente diminuita nell'ultimo quinquennio fino a toccare il 3,7% nel 2002. Decisamente migliore, per l'anno scorso almeno, la *performance* delle merci cinesi, tedesche e britanniche, con guadagni rispettivamente di 9, 7 e 6 decimi. Sono invece calate le quote dei partner continentali del Brasile e, in particolare, quella degli Stati Uniti.

In *Messico*, secondo paese di destinazione dei flussi di origine italiana tra quelli dell'area, le esportazioni si sono ridotte moderatamente (-2,2%), a causa delle variazioni negative concentrate in tre settori particolarmente rilevanti per le vendite in questo mercato, ovvero tessile, meccanica e apparecchi elettrici di precisione. In termini di quote, l'Italia ha guadagnato pochissimo, analogamente alla Germania e al Regno Unito, mentre gli altri principali fornitori, con l'eccezione degli Stati Uniti, primo in termini di peso, hanno conseguito un aumento delle rispettive quote. In particolare, si segnala la buona *performance* di Cina, Giappone, Taiwan e, tra i paesi europei, di Germania e Spagna.

In *Argentina*, la caduta della domanda interna e la svalutazione della moneta locale hanno frenato le importazioni e l'Italia ne ha fortemente risentito: nel 2002, le nostre vendite sono crollate del 66,2%, per effetto di una contrazione estesa a tutti i settori dell'interscambio. La quota italiana è diminuita, sia pure in misura inferiore alla quota della Francia (rispettivamente 6 e 7 decimi di punto). Al contrario, si è notevolmente ampliata la frazione delle importazioni argentine soddisfatta dalle merci tedesche.

In *Venezuela*, la crisi politico-finanziaria dello scorso anno ha penalizzato i nostri esportatori, contribuendo al crollo dei flussi di merci italiane (-24,9%). Tuttavia, la quota italiana sulle importazioni ha conquistato 7 decimi di punto, recuperando parte della forte perdita subita nel 2001. Tra i nostri principali competitori, la Germania è il paese che ha conseguito il risultato migliore con un guadagno di 1,5 punti, a fronte di un lieve aumento della quota francese e di flessioni differenziate nelle quote degli altri maggiori fornitori.

Gli effetti delle frequenti crisi sudamericane hanno colpito indistintamente tutti i partner commerciali dei paesi considerati. Tuttavia, considerando l'andamento delle *quote* di mercato nell'ultimo quinquennio, emerge la vulnerabilità della *performance* italiana con l'America centro - meridionale. La perdita di 8 decimi verificatasi tra il 1998 e il 2002 è stata inferiore solo all'arretramento degli Stati Uniti, che nello stesso periodo hanno perso 2,2 punti percentuali. In ogni caso, anche per i nostri principali partner dell'Unione le quote di mercato si sono mosse lungo un trend discendente, principalmente a vantaggio del Giappone e soprattutto della Cina, paesi che dal 1998 hanno guadagnato rispettivamente 1,2 e 1,8 punti percentuali.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS Grafico 5.5

5.6 ASIA ORIENTALE

Il *saldo* dell'Italia con l'Estremo Oriente è migliorato lievemente nel 2002, ma è rimasto passivo per un ammontare di 2,4 miliardi di euro. L'andamento delle nostre esportazioni nette nell'arco degli ultimi dieci anni è caratterizzato dal susseguirsi di tre fasi: fino al 1996, il surplus con questi paesi è migliorato costantemente; nel 1997, in coincidenza con l'esplosione della crisi asiatica, il saldo ha perso 2 miliardi, per diventare passivo nel 1998 e approfondirsi nel biennio successivo; dal 2001, la *performance* commerciale dell'Italia è apparsa in ripresa, pur restando nel complesso negativa. A livello di singoli paesi, si segnala il cambiamento di segno del nostro saldo con il *Giappone*, da positivo in negativo, avvenuto nel 1998, anno in cui l'economia giapponese è stata contrassegnata da variazioni negative del PIL e della domanda interna per la prima volta da anni. Nel biennio successivo, il deficit si è approfondito, ma dal 2001 è cominciato un modesto recupero. Per lo scorso anno, il miglioramento del saldo appare legato al notevole incremento del tasso di copertura reale determinato dal crollo delle importazioni, a fronte di una ragione di scambio in discesa. L'andamento del saldo bilaterale con il Giappone è dipeso in parte dagli effetti della delocalizzazione produttiva intrapresa dalle società nipponiche. I conti commerciali con la Cina sono sempre stati passivi nell'ultimo decennio e sono costantemente peggiorati a partire dal 1997.

Le *importazioni* in valore dall'Asia orientale sono diminuite dell'1,9%. A questo dato ha contribuito soprattutto l'andamento degli acquisti dal Giappone, secondo fornitore dell'Italia dopo la Cina tra i paesi dell'area: i flussi di origine nipponica hanno, infatti, subito una variazione pari a -15,2%. Per nessun altro partner dell'Italia, tra quelli di maggior peso, la caduta dei flussi di merci richieste dal nostro mercato è stata così cospicua. Essa è scaturita da una riduzione particolarmente rilevante delle importazioni in volume e, in misura minore, da un lieve decremento dei valori medi

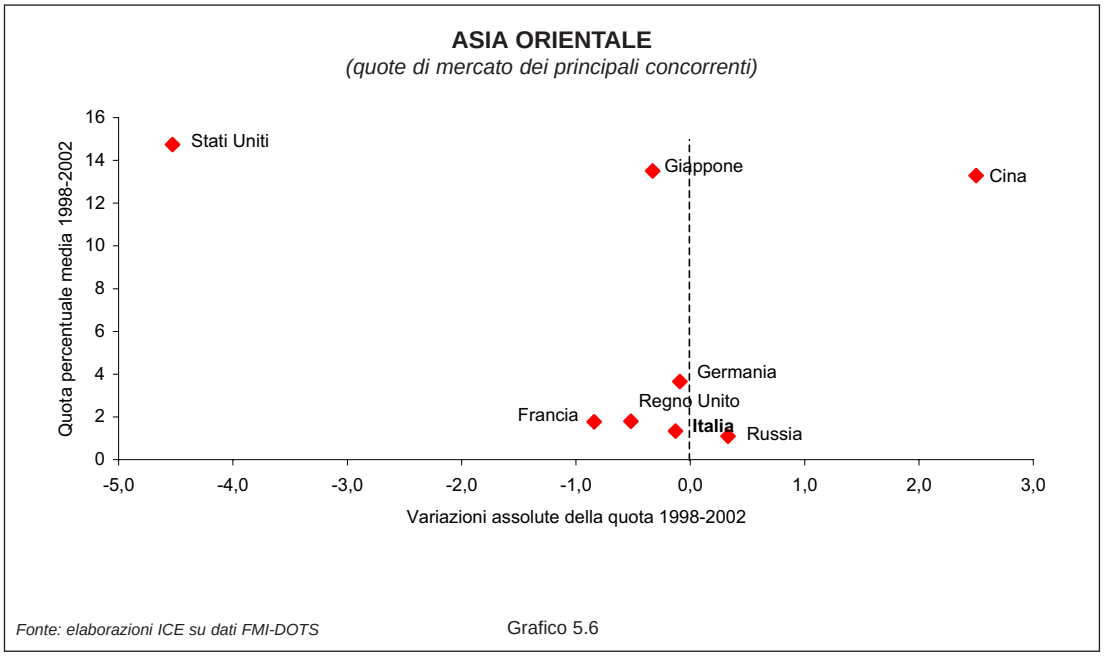
unitari. A livello settoriale, si segnala la crescita degli acquisti di autoveicoli giapponesi e la caduta delle importazioni nel comparto apparecchi elettrici e di precisione, probabilmente indotta dalla tendenza delle multinazionali giapponesi dell'elettronica a spostare la produzione in territorio cinese; non a caso proprio questo è il comparto che pesa di più sui flussi di merci provenienti dalla Cina. Le importazioni in valore da questo fornitore sono cresciute dell'11%, principalmente per effetto del cospicuo incremento delle quantità importate, data la flessione dei corrispondenti valori medi unitari. Al contrario, sono diminuite (-5,1%) le importazioni dal complesso di paesi definiti economie dinamiche asiatiche (EDA).

Le *esportazioni* a prezzi correnti verso l'Asia orientale hanno subito una leggera flessione (-0,4%), rovesciando il trend ascendente del biennio precedente: nel 2000, questi flussi erano aumentati di oltre il 33% e nel 2001 di oltre il 10%. Il dato negativo dello scorso anno sembra ascrivibile alla perdita verificatasi in alcuni settori di specializzazione del modello italiano, vale a dire tessile, abbigliamento e cuoio, e alla riduzione delle esportazioni nel secondo comparto in termini di peso, gli apparecchi elettrici di precisione. L'arretramento in questi settori non è stato sufficientemente compensato dalla buona *performance* degli esportatori italiani nel comparto macchine ed apparecchi meccanici, che pure costituisce la frazione più rilevante dei flussi verso quest'area.

In *Giappone*, primo mercato di sbocco dei flussi italiani tra quelli dell'area, la flessione della domanda nazionale si è riflessa sulle vendite del nostro paese, contribuendo a ridurre del 4,5% le esportazioni a prezzi correnti, dopo un triennio di sostanziale crescita. La quota dell'Italia sulle importazioni giapponesi ha guadagnato 1 decimo di punto rispetto al 2001. Meglio del nostro paese la Germania e la Francia che hanno guadagnato 2 decimi, e soprattutto la Cina che è passata dal 16,5% al 18,3%. Sono, invece, calate le quote del Regno Unito, in arretramento dal 1997, e degli Stati Uniti.

Le esportazioni verso la *Cina* hanno fatto registrare un incremento senza pari (22,7%), se confrontato con gli andamenti relativi agli altri maggiori mercati di sbocco, grazie principalmente alla poderosa crescita economica e alla crescente apertura internazionale del paese. A livello settoriale, emerge il boom delle vendite nel comparto altri mezzi di trasporto e la concomitante riduzione delle esportazioni di prodotti alimentari, tessili, in cuoio, nonché di autoveicoli. L'andamento delle esportazioni a prezzi correnti è scaturito dalla crescita record delle quantità, a fronte di valori medi unitari dei flussi diretti sui mercati cinesi in flessione ad un tasso superiore alla media. Va comunque evidenziato che nel 2002 la dinamica positiva delle nostre esportazioni in Cina, sia in valore sia in volume, ha subito un rallentamento rispetto alla crescita dell'anno precedente. Sul mercato cinese, tutti i nostri principali concorrenti hanno perso qualche decimo nelle loro quote rispetto al 2001; in un tale contesto, l'aumento della quota italiana dall'1,2% all'1,3% può essere considerato un successo.

Nel quinquennio 1998-2002, la quota media dell'Italia sulle importazioni dell'Asia orientale è la più bassa (1,3%), dopo quella della Russia, tra le quote dei principali fornitori. Tuttavia, l'Italia ha perso solo 1 decimo in questo periodo, a fronte di perdite decisamente più pronunciate subite dagli altri fornitori dell'area, con le solite eccezioni di Germania, ugualmente in calo di 1 decimo, e di Cina e Russia, in chiara espansione.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.6

5.7 ASIA CENTRALE E MERIDIONALE

Nel 2002 il *saldo* degli scambi commerciali con l'Asia centrale e meridionale non ha subito variazioni di rilievo, essendo rimasto passivo per un ammontare di 1,3 miliardi di euro. Nel corso dell'ultimo decennio, la *performance* commerciale dell'Italia, come rivelata dall'andamento del saldo normalizzato, è sempre stata negativa e, in particolare, è nettamente peggiorata nel biennio 1999-2000, in coincidenza con la pronunciata crescita del prezzo in dollari del petrolio (uno dei principali prodotti che l'Italia importa da questi fornitori) e con l'apprezzamento della valuta statunitense nei confronti dell'euro.[3] Con il principale partner dell'area, ovvero l'India, il nostro deficit non è variato di molto nel corso dell'ultimo decennio, pur essendo di entità modesta.

Le *importazioni* a prezzi correnti sono diminuite in misura irrisoria (-0,1%) lo scorso anno, frenando la crescita tendenziale del triennio precedente. Più pronunciata la riduzione delle importazioni dall'India (-4,9%), che nel 2001 erano cresciute del 2,5%.

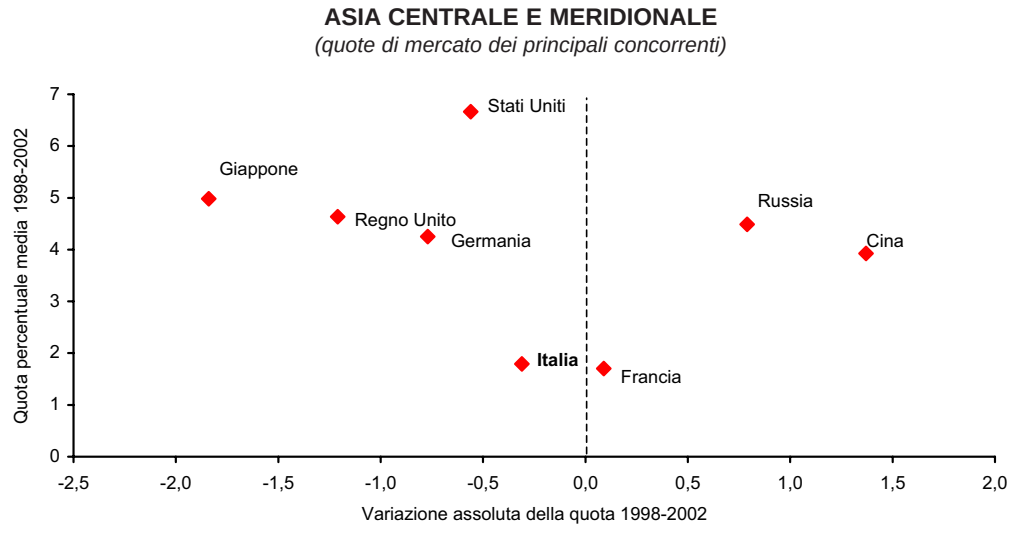
Negativo è risultato anche l'andamento delle *esportazioni* italiane verso l'area, con una contrazione del 3,7%. Questo risultato interrompe l'avanzata delle merci italiane iniziata nel 2000 (6,7%) e proseguita nel 2001 (12,2%). Osservando l'andamento dei settori che pesano di più sulle nostre vendite complessive in Asia centrale e meridionale, si evince che al calo delle esportazioni ha contribuito in primo luogo la netta riduzione delle vendite nel comparto macchine ed apparecchi meccanici. Diversamente, appare buona la *performance* negli altri settori del *made in Italy*.

Nel mercato dell'Asia centro - meridionale, la *quota* media italiana degli ultimi cinque anni è superiore solo alla quota francese, se posta a confronto con quelle dei

[3] Non è un caso che, nel biennio considerato, anche le esportazioni nette verso l'area mediorientale e nordafricana, fondamentali fonti di approvvigionamento per il nostro fabbisogno di petrolio, abbiano subito un analogo deterioramento.

principali fornitori. Tuttavia, mentre la Francia ha guadagnato 1 decimo di punto tra il 1998 e il 2002, l'Italia ha perso 3 decimi di quota. Decisamente peggiore la *performance* della Germania (-0,8), che in quest'area ha subito una perdita consistente rispetto all'andamento registrato in altri mercati. A causa degli effetti negativi del cambio forte sulle esportazioni, Stati Uniti, Giappone e Regno Unito sono arretrati anche in questi paesi, mentre si conferma l'avanzata dei prodotti russi e cinesi in atto sul mercato mondiale.

In *India*, nel 2002 la quota dell'Italia, al pari di quella del Belgio che comunque resta la più elevata (5,2%), ha perso 1 decimo di punto, confermando un progressivo arretramento in questa parte del continente asiatico. In effetti, solo il Regno Unito ha subito una perdita maggiore (-0,2), mentre la Francia e la Germania restano ferme rispettivamente all'1,9% e al 4%.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.7

5.8 MEDIO ORIENTE

Il *saldo* attivo dell'Italia con il Medio Oriente nel 2002 è più che raddoppiato, avvicinandosi ai 3 miliardi di euro. Nel biennio 2001-2002 la *performance* commerciale con quest'area ha fatto registrare un netto rimbalzo, che ha consentito di recuperare ampiamente le perdite subite nel biennio precedente, merito soprattutto del rallentamento della corsa delle quotazioni petrolifere e del recupero dell'euro sul dollaro, cui si è aggiunta la dinamica positiva delle esportazioni italiane su questo mercato. A livello di singoli paesi, il cambiamento più rilevante per il 2002 si è riscontrato nel saldo bilaterale con l'Iran: il deficit del 2001 si è ridotto di 1,1 miliardi di euro. Pressoché invariati i conti commerciali con gli altri partner mediorientali.

Nel 2002, le *importazioni* a prezzi correnti dal Medio Oriente hanno subito un nuovo calo (-14,3%), decisamente più pronunciato rispetto a quelli registrati nel biennio precedente. Considerando che il 70% circa dei flussi provenienti da questi paesi è

costituito dal petrolio, si comprende come la caduta delle importazioni complessive sia imputabile quasi integralmente ad una riduzione superiore alla media degli acquisti di greggio (-17,2%). A livello di composizione geografica, emergono la caduta delle importazioni dall'Arabia Saudita (-11,2%), primo fornitore dell'Italia tra quelli dell'area, e il crollo di oltre il 20% delle importazioni dall'*Iran*, cui si accompagnano variazioni negative più contenute, sia pure di notevole entità, negli acquisti dagli altri principali fornitori mediorientali.

La dinamica crescente delle *esportazioni* italiane in Medio Oriente (dinamica che ha caratterizzato l'ultimo decennio) è proseguita anche quest'anno, pur registrando una battuta d'arresto rispetto all'andamento del 2001: nel 2002 le vendite dell'Italia su questi mercati sono aumentate del 2,9%, contro un 13,9% dell'anno precedente. Complessivamente buona la *performance* delle esportazioni nella meccanica, primo settore dei flussi diretti in Medio Oriente.

Le esportazioni verso l'*Arabia Saudita*, principale mercato di sbocco per le merci italiane nell'area mediorientale, hanno fatto registrare lo scorso anno una variazione positiva del 3,2%, cui ha contribuito principalmente l'aumento delle vendite nella meccanica. In termini di quote in valore sulle importazioni, l'Italia ha ottenuto un modesto guadagno, a fronte di aumenti cospicui conseguiti da Francia e Germania. Va comunque rilevato che tutti gli altri principali fornitori di questo mercato hanno subito variazioni negative delle rispettive quote nel 2002.

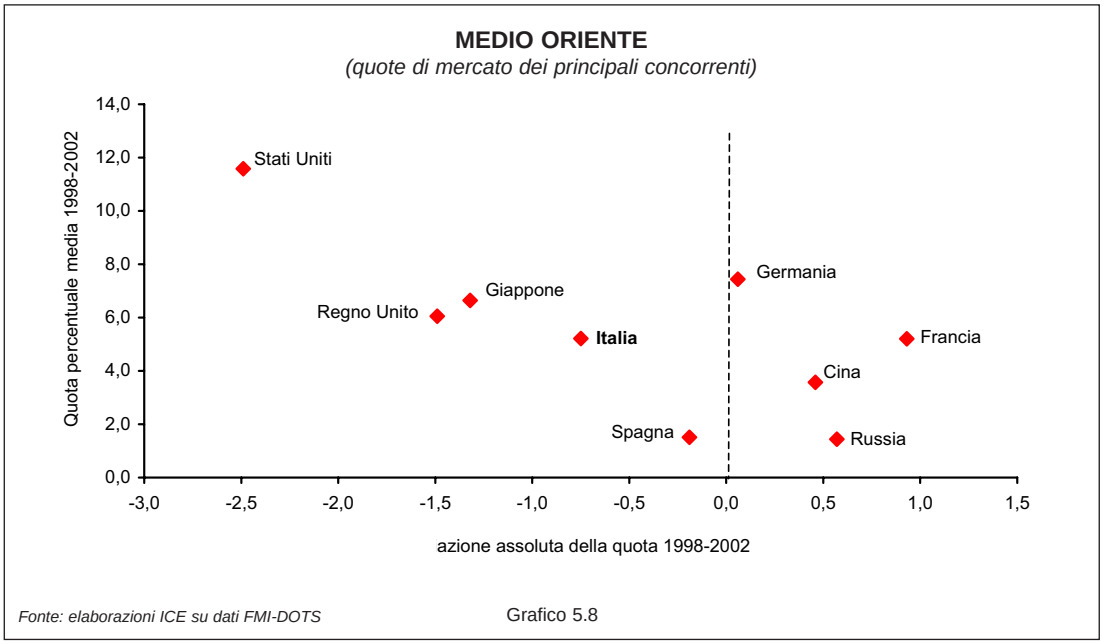
Negli *Emirati Arabi Uniti* le esportazioni in valore dell'Italia si sono ridotte del 3,4%, dopo un quinquennio di crescita ininterrotta. In termini di quote sulle importazioni, l'Italia anche nel 2002 (come nei tre anni precedenti) ha perso qualche decimo di punto, al pari della Francia, del Regno Unito e della Cina, paese che sui mercati di tutto il mondo sta invece espandendo notevolmente la propria presenza commerciale. In crescita rispetto al 2001 le quote degli Stati Uniti, del Giappone e della Germania che, analogamente alla Cina, ha conquistato decimi di punto preziosi in quasi tutti i paesi del mondo.

Crescita dirompente (53,5%) delle nostre esportazioni in *Iran*, che ha così superato Israele come terzo mercato di sbocco delle merci italiane. Anche in termini di quote la *performance* dell'Italia è stata brillante, con un aumento pari a 3 punti percentuali. Nessun altro fornitore dell'Iran ha conseguito lo scorso anno un guadagno così consistente, anche se la Germania, la Francia e il Giappone hanno accresciuto le rispettive quote, a fronte di perdite differenziate degli altri paesi esportatori.

In netto calo le vendite italiane in *Israele* (-15%) per effetto di una riduzione estesa a tutti i principali settori. Superiore alla media la variazione del comparto macchine ed apparecchi meccanici (-19%), penalizzato da una contrazione degli investimenti israeliani particolarmente pronunciata nel 2002 rispetto alle flessioni del biennio precedente. La quota italiana sulle importazioni complessive di questo paese è tornata sul sentiero decrescente degli ultimi dieci anni dopo il modesto recupero del 2001. Non molto diversi sono risultati gli andamenti delle quote dei nostri partner europei, con una perdita particolarmente consistente per la Germania (-1,1), mentre hanno guadagnato più di 1 punto percentuale le quote della Russia e degli Stati Uniti.

Tra il 1998 e il 2002, la quota dell'Italia sulle importazioni complessive del Medio Oriente ha perso 8 decimi di punto. Si tratta di una perdita rilevante quando si consideri che solo i tre paesi a moneta forte che sono arretrati su tutti i mercati, ovvero Stati

Uniti, Giappone, e Regno Unito, hanno fatto registrare nelle stesso arco temporale riduzioni più pronunciate. Decisamente migliore la *performance* della Germania, della Spagna e soprattutto della Francia, che nell'ultimo quinquennio ha conseguito un guadagno di quota senza pari rispetto ai principali fornitori dell'area (9 decimi).



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.8

5.9 AFRICA

Nel 2002, il deficit italiano con l'*Africa settentrionale* si è ridotto di 1,6 miliardi di euro. Anche in quest'area, come in Medio Oriente e in Asia centrale e meridionale, i conti commerciali dell'Italia sono nettamente peggiorati nel biennio 1999-2000, in coincidenza con il forte apprezzamento del dollaro e con l'aumento pronunciato delle quotazioni del greggio, per poi recuperare, sia pure non completamente, tra il 2001 e il 2002. A livello di singoli paesi, rileva l'alleggerimento per 1 miliardo di euro dei saldi passivi con l'Algeria e con la Libia, a fronte di una sostanziale invarianza dei conti (in attivo) con gli altri partner del Nord Africa.

Le *importazioni* in valore sono calate del 12,8%, per effetto di una contrazione estesa agli acquisti da tutti fornitori, ad eccezione dell'Egitto. I cali più consistenti hanno riguardato la Libia e l'Algeria (-10,2% e -20,4% rispettivamente), ovvero i primi fornitori dell'Italia tra quelli dell'area.

Lo scorso anno le *esportazioni* dell'Italia in Africa settentrionale sono diminuite per la prima volta negli ultimi dieci anni (-3,3%). In termini di composizione settoriale, questo risultato è scaturito principalmente dal calo delle vendite nel comparto macchine ed apparecchi meccanici, che pesa per oltre il 28% sulle esportazioni complessive verso questi paesi.

In *Tunisia*, destinazione principale dei flussi diretti in Africa settentrionale, le esportazioni si sono ridotte di 3,9 punti percentuali, dopo anni di crescita ininterrotta e nonostante l'aumento delle vendite nel tessile, primo settore per peso sul totale. La quota italiana sulle importazioni tunisine, seconda solo a quella francese, ha guadagnato 7 decimi di punto; si tratta di un risultato mediamente superiore a quello dei

principali concorrenti, compresa la Germania che su questo mercato ha perso 6 decimi. Non ha pari, invece, la *performance* della Francia che, dopo la perdita del 2001, ha ampiamente recuperato nel 2002 con un guadagno di quota di 1,1 punti.

I rapporti commerciali con la *Libia*, paese in cui l'Italia detiene la quota più elevata, sono stati caratterizzati da un lieve incremento delle esportazioni in valore (2%) e da una riduzione di oltre 2 punti percentuali della quota di mercato. Anche la Francia e la Germania hanno subito variazioni negative delle proprie quote, sia pure di entità più modesta, a vantaggio del Regno Unito, della Spagna, ma soprattutto del Giappone che ha guadagnato quasi 5 punti.

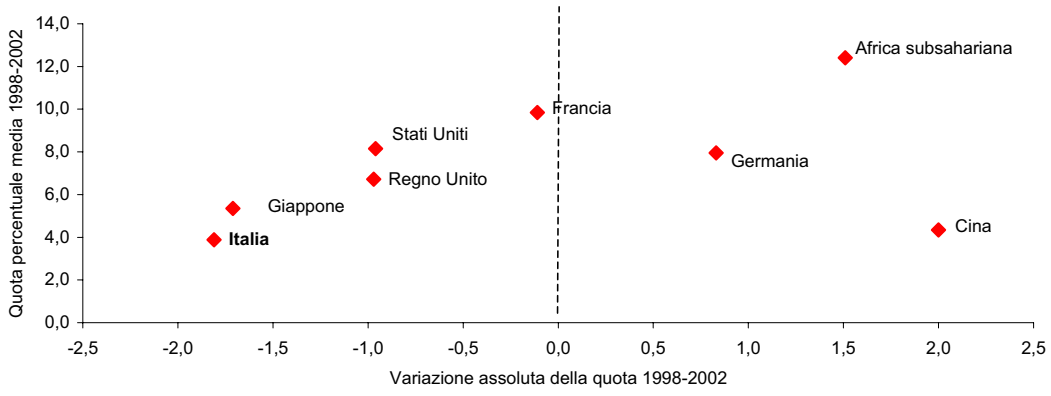
In *Algeria*, terzo mercato di sbocco, le esportazioni italiane hanno fatto registrare un vero e proprio boom con un incremento del 19,7%, cui si è accompagnato un guadagno di quota di 1 punto, inferiore soltanto al risultato conseguito dalla Spagna.

Anche in *Egitto* l'Italia ha conquistato nuovi segmenti della domanda, pur avendo subito un crollo delle proprie vendite (-19,4%). In questo mercato però la *performance* delle merci italiane è risultata inferiore a quella dei suoi principali competitori che, ad eccezione della Germania e della Cina, hanno ottenuto guadagni di quota decisamente più consistenti. Si segnala, in particolare, la conquista di 3,4 punti percentuali da parte degli Stati Uniti, che già detengono la quota più elevata.

Tra il 1998 e il 2002 la quota dell'Italia sulle importazioni complessive del Nord Africa è diminuita di 3 decimi di punto. Sono arretrati in misura maggiore la Germania, decisamente debole su questi mercati, il Regno Unito, gli Stati Uniti e il Giappone, quasi ovunque penalizzati dal cambio forte. In lieve espansione la frazione delle importazioni nordafricane soddisfatta dalle merci francesi (0,1 punti), mentre si conferma anche in quest'area l'ascesa della Cina e della Russia.

Nell'*Africa sub-sahariana*, durante lo stesso arco temporale, la perdita dell'Italia è stata decisamente maggiore, con una riduzione di 1,8 punti della quota di mercato. Nessun altro fornitore dell'area, tra quelli principali, ha subito un arretramento di tale entità, sebbene le variazioni siano state generalmente negative. Soltanto la Germania e la Cina hanno guadagnato nuovi segmenti della domanda estera di questi paesi (rispettivamente 0,8 e 2 punti).

AFRICA SUB-SAHARIANA
(quote di mercato dei principali concorrenti)



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.9

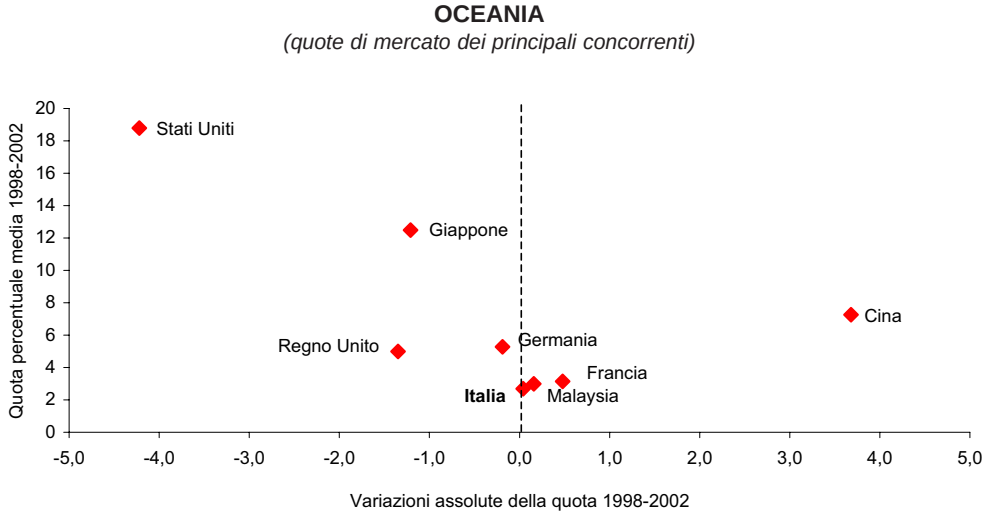
5.10 OCEANIA

Il *saldo* attivo dell'Italia con l'Oceania ha mostrato nell'ultimo decennio un profilo crescente dal quale non si discosta l'andamento del 2002, caratterizzato da un lievissimo miglioramento.

Le importazioni dell'Italia da quest'area si sono ridotte dell'11,6% dopo un biennio di crescita sostenuta. Al contrario, le esportazioni hanno continuato a muoversi lungo un trend ascendente, con un incremento del 13,6% nel 2002, ascrivibile alla crescita degli investimenti nell'area, che hanno favorito le vendite italiane nel settore della meccanica.

Rispetto al 1998, la quota dell'Italia sulle importazioni continentali è rimasta praticamente invariata al 2,8%. L'avanzata delle merci francesi e cinesi, quest'ultima particolarmente significativa dato l'incremento di quota di 3,7 punti, è avvenuta dunque a spese della Germania, del Regno Unito e soprattutto degli Stati Uniti e del Giappone che, nonostante un forte arretramento, restano i detentori rispettivamente della prima e della seconda quota di mercato.

Nel 2002, sul *mercato australiano* la quota italiana è aumentata di 1 decimo di punto, a fronte di una perdita subita dalla Germania, dal Regno Unito e, ancora una volta, dal Giappone (-0,7). La quota francese è cresciuta lievemente, mentre la Cina ha conseguito il risultato migliore con un guadagno di 1,4 punti.



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Grafico 5.10

I PRIMI 20 PAESI DI DESTINAZIONE DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE

		Posizione in graduatoria 2001	Valori (milioni di euro) 2002	Variazioni 2001-02	Pesi percentuali 2001	Pesi percentuali 2002
1	Germania	1	36.305	-9,5	14,7	13,7
2	Francia	2	32.275	-4,2	12,3	12,2
3	Stati Uniti d'America	3	25.854	-1,5	9,6	9,7
4	Regno Unito	4	18.312	-0,9	6,8	6,9
5	Spagna	5	16.824	-0,8	6,2	6,3
6	Svizzera	6	9.361	-4,9	3,6	3,5
7	Belgio	7	8.121	-2,2	3,0	3,1
8	Paesi Bassi	8	6.794	-6,7	2,7	2,6
9	Austria	9	5.811	-2,0	2,2	2,2
10	Grecia	10	5.519	2,3	2,0	2,1
11	Giappone	11	4.493	-4,5	1,7	1,7
12	Polonia	12	4.278	0,8	1,6	1,6
13	Turchia	13	4.073	3,8	1,4	1,5
14	Cina	18	4.018	22,7	1,2	1,5
15	Russia	15	3.801	7,4	1,3	1,4
16	Romania	16	3.613	7,4	1,2	1,4
17	Portogallo	14	3.268	-10,5	1,3	1,2
18	Hong Kong	17	3.089	-5,7	1,2	1,2
19	Ungheria	19	2.725	-8,8	1,1	1,0
20	Svezia	22	2.534	-0,3	0,9	1,0
	Altri paesi		64.297	-1,5	23,9	24,2
	MONDO		**265.365**	**-2,8**	**100,0**	**100,0**

Fonte: elaborazioni iCE su dati ISTAT

Tavola 5.3

I PRIMI 20 PAESI DI PROVENIENZA DELLE IMPORTAZIONI ITALIANE

		Posizione in graduatoria 2001	Valori (milioni di euro) 2002	Variazioni 2001-02	Pesi percentuali 2001	Pesi percentuali 2002
1	Germania	1	45.613	-3,1	17,8	17,8
2	Francia	2	28.987	-2,2	11,2	11,3
3	Paesi Bassi	3	15.080	-9,1	6,3	5,9
4	Regno Unito	4	12.868	-5,0	5,1	5,0
5	Stati Uniti	5	12.507	-3,0	4,9	4,9
6	Spagna	7	11.762	5,2	4,2	4,6
7	Belgio	6	11.203	-3,0	4,4	4,4
8	Svizzera	8	9.725	1,3	3,6	3,8
9	Cina	10	8.307	11,0	2,8	3,2
10	Russia	9	7.915	-7,3	3,2	3,1
11	Austria	11	6.921	6,9	2,5	2,7
12	Giappone	12	5.321	-15,2	2,4	2,1
13	Libia	13	4.908	-10,2	2,1	1,9
14	Algeria	14	4.254	-20,4	2,0	1,7
15	Romania	17	3.815	13,2	1,3	1,5
16	Irlanda	15	3.550	-1,2	1,4	1,4
17	Svezia	16	3.440	-2,3	1,3	1,3
18	Turchia	18	2.941	-2,9	1,1	1,1
19	Polonia	22	2.395	8,9	0,8	0,9
20	Corea del Sud	20	2.387	1,1	0,9	0,9
	Altri paesi		52.988	-1,9	20,5	20,6
	MONDO		**256.887**	**-2,6**	**100,0**	**100,0**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 5.4

ITALIA MULTINAZIONALE – ANALISI PER PAESE[1]

L'Unione Europea è la principale area di localizzazione delle iniziative all'estero delle imprese italiane, ospitando il 40,3% delle imprese partecipate, il 37,8% dei relativi addetti ed il 56,8% del fatturato (tav. 1). Se consideriamo l'Europa nella sua estensione più ampia, includendo anche i paesi dell'Europa centrale e orientale e gli altri paesi non appartenenti all'Unione, come Svizzera, Norvegia e Turchia, la quota complessiva del Vecchio Continente sale al 61,6% delle imprese, al 58,2% degli addetti e al 65,9% del fatturato. Al Nuovo Continente spettano poco meno del 20% delle imprese partecipate ed il 23% sia dei loro addetti, sia del relativo fatturato (rispettivamente 14% degli addetti e 11,4% del fatturato l'America Latina, 9% e 11,6% USA e Canada). I paesi asiatici ospitano nel loro insieme l'11,4% delle imprese partecipate e il 10,2% degli addetti, mentre le quote dell'Africa sono rispettivamente pari al 6,5% e al 7,5% e quelle dell'Oceania all'1,2% per entrambi gli indicatori.

Le partecipazioni italiane all'estero interessano all'inizio del 2002 un totale di 149 paesi nei cinque continenti; tuttavia, una quota significativa degli investimenti italiani si concentra in un numero relativamente ristretto di paesi: in particolare, i primi dieci paesi rappresentano da soli oltre il 60% degli addetti delle partecipate estere. La Francia, con oltre 148mila addetti in imprese partecipate da investitori italiani, è il paese di maggiore destinazione delle iniziative delle nostre imprese. Il Brasile, secondo in questa particolare graduatoria, appare largamente staccato, con 84mila addetti nelle partecipate da imprese italiane. Seguono gli Stati Uniti d'America (oltre 80mila addetti), Germania (circa 71.500), Regno Unito (62.500), Spagna (62mila), Romania (oltre 44mila), Tunisia (40mila), Polonia (35mila) e Cina (31mila addetti, che diventano circa 34mila qualora si considerino anche le imprese domiciliate a Hong Kong).

Per quanto concerne la presenza di imprese multinazionali nel paese (tav. 2), agli investitori che originano dai paesi dell'Unione Europea compete il 60,4% delle imprese italiane a partecipazione estera, il 56,4% dei loro addetti e il 53,5% del fatturato; includendo anche gli investitori provenienti dagli altri paesi europei (in primo luogo Svizzera e Norvegia) tali percentuali salgono rispettivamente al 67,6% al 62% e al 58,4%. Al Nord America spetta il 24,8% delle imprese, il 32,5% degli addetti e il 32,3% del volume d'affari. Il contributo degli altri continenti è dunque relativamente limitato: le quote del Giappone si attestano tra il 3,2% (in termini di addetti) e il 4,6% (per numero di imprese), mentre all'eterogeneo insieme residuale di paesi (resto dell'Asia, America Latina, Oceania ed Africa) compete attorno al 3% (più precisamente il 3,5% delle imprese, il 2,4% degli addetti e il 5,1% del fatturato). Qualora si distingua tra aggregato manifatturiero e dei servizi, si osserva una certa omogeneità delle incidenze percentuali delle diverse aree geografiche, a sottolineare come, perlomeno a livello aggregato, non vi siano vocazioni fortemente dissimili tra di esse.

[1] *Le informazioni in questa sede discusse sono tratte dalla banca dati Reprint, costituita presso il Politecnico di Milano nell'ambito di un progetto di ricerca promosso dall'ICE e volto ad analizzare le imprese multinazionali le cui attività coinvolgono l'economia italiana, ovverosia: (i) le imprese multinazionali a base italiana e le relative imprese partecipate all'estero; (ii) le imprese italiane partecipate da imprese multinazionali a base estera. Il campo di indagine si estende all'intero sistema delle imprese industriali e all'insieme dei servizi che ne supportano le attività. Più precisamente, con riferimento alla classificazione Ateco, i settori considerati sono l'industria estrattiva e manifatturiera (Ateco 11-37), la produzione e distribuzione di energia, elettrica, gas, acqua (Ateco 40-41), le costruzioni (Ateco 45), il commercio all'ingrosso (Ateco 51), i servizi di trasporto e logistici (Ateco 60-63, escluso 63.3), i servizi di telecomunicazione (Ateco 64.2), il* software *e servizi di informatica (Ateco 72), gli altri servizi professionali (Ateco 71, 73, 74).*

Le partecipazioni italiane all'estero al 1.1.2002, per area geografica
(valori in unità e milioni di euro e incidenza percentuale sul totale)

	Partecipazioni di controllo			Partecipazioni paritarie e minoritarie			Totale		
	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato
Unione Europea	4.713	319.075	120.037	629	84.895	30.829	5.342	403.970	150.866
	42,9	38,5	58	27,7	35,3	52,6	40,3	37,8	56,8
Europa centro-orientale	1.763	135.418	11.451	575	38.758	4.066	2.338	174.176	15.517
	16	16,3	5,5	25,3	16,1	6,9	17,6	16,3	5,8
Altri paesi europei	398	31.042	6.059	98	13.175	2.647	496	44.217	8.706
	3,6	3,7	2,9	4,3	5,5	4,5	3,7	4,1	3,3
Africa settentrionale	503	50.892	4.995	186	10.048	550	689	60.940	5.545
	4,6	6,1	2,4	8,2	4,2	0,9	5,2	5,7	2,1
Altri paesi africani	117	14.961	3.111	60	4.253	362	177	19.214	3.473
	1,1	1,8	1,5	2,6	1,8	0,6	1,3	1,8	1,3
Nord America	1.256	89.573	28.025	155	6.665	2.315	1.411	96.238	30.340
	11,4	10,8	13,6	6,8	2,8	4	10,6	9	11,4
America Latina	909	121.805	21.276	234	27.694	9.610	1.143	149.499	30.886
	8,3	14,7	10,3	10,3	11,5	16,4	8,6	14	11,6
Medio Oriente	112	3.339	811	45	2.912	651	157	6.251	1.462
	1	0,4	0,4	2	1,2	1,1	1,2	0,6	0,6
Asia Centrale	140	8.644	805	65	21.284	2.368	205	29.928	3.173
	1,3	1	0,4	2,9	8,9	4	1,5	2,8	1,2
Estremo Oriente	939	42.438	6.155	213	30.292	5.102	1.152	72.730	11.257
	8,5	5,1	3	9,4	12,6	8,7	8,7	6,8	4,2
Oceania	141	11.896	4.072	12	472	99	153	12.368	4.171
	1,3	1,4	2	0,5	0,2	0,2	1,2	1,2	1,6
Totale	**10.991**	**829.083**	**206.797**	**2.272**	**240.448**	**58.599**	**13.263**	**1.069.531**	**265.396**
	100	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fonte: banca dati Reprint.

Tavola 1

Gli USA continuano ad essere il principale paese investitore in Italia: alle multinazionali statunitensi fanno capo 1.319 imprese italiane, con quasi 279mila addetti e un giro d'affari di oltre 101 miliardi di euro. Francia e Germania occupano appaiate il secondo posto tra i paesi investitori per numero di partecipazioni, con 897 presenze ciascuna; la Francia prevale tuttavia se si guarda alla consistenza delle attività partecipate (153mila addetti e 53,7 miliardi di euro di fatturato per il paese latino, contro oltre 122mila addetti e 46,5 miliardi di euro riferibili alle multinazionali tedesche). Guardando al numero di addetti delle imprese partecipate, al quarto posto tra i paesi investitori in Italia si colloca Regno Unito (circa 91.500), che distanzia nettamente Paesi Bassi (48.600), Svizzera (43.500) e Svezia (poco meno di 40mila). Solo ottavo il Giappone, con circa 28.600 addetti nelle partecipate italiane. Oltre 8mila addetti spettano ad Austria, Finlandia e Canada, mentre attorno ai 5mila figurano Spagna e Argentina; Danimarca e Norvegia completano il lotto dei 15 maggiori paesi investitori, cui compete ben il 97,6% degli addetti complessivi delle imprese italiane a partecipazione estera.

Sul lato delle partecipazioni italiane all'estero, la dinamica di lungo periodo è riferibile al solo settore manifatturiero, il quale tuttavia rappresenta quasi l'80% del totale censito. Essa mostra alcuni nitidi fenomeni (tav. 3). Nei primi anni novanta si è avuta l'esplosione delle iniziative in Europa centro-orientale, la cui incidenza in termini di addetti nelle partecipate sale dal nulla al 17,9% del 1996 ed al 18,4% del 2002. Questa crescita non è andata a scapito della presen-

Le partecipazioni estere in Italia al 1.1.2002, per area geografica di origine degli investitori
(valori in unità e milioni di euro e incidenza percentuale sul totale)

	Partecipazioni di controllo			Partecipazioni paritarie e minoritarie			Totale		
	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato
Unione Europea	2.989	419.873	151.715	284	77.570	21.729	3.273	497.443	173.444
	59,9	56,4	55,0	66,0	56,1	44,9	60,4	56,4	53,5
Europa centro-orientale	23	474	475	2	104	32	25	578	507
	0,5	0,1	0,2	0,5	0,1	0,1	0,5	0,1	0,2
Altri paesi europei	340	46.015	14.533	24	2.379	574	364	48.394	15.107
	6,8	6,2	5,3	5,6	1,7	1,2	6,7	5,5	4,7
Africa	16	1.036	5.536	11	527	622	27	1.563	6.158
	0,3	0,1	2,0	2,6	0,4	1,3	0,5	0,2	1,9
Nord America	1.275	235.711	81.553	72	51.466	23.154	1.347	287.177	104.707
	25,5	31,7	29,5	16,7	37,2	47,8	24,8	32,5	32,3
America Latina	12	6.563	1.877	5	362	225	17	6.925	2.102
	0,2	0,9	0,7	1,2	0,3	0,5	0,3	0,8	0,6
Asia	321	34.082	20.240	30	5.848	2.076	351	39.930	22.316
	6,4	4,6	7,3	7,0	4,2	4,3	6,5	4,5	6,9
Oceania	15	367	147	2	52	3	17	419	150
	0,3	0,0	0,1	0,5	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0
Totale	**4.991**	**744.121**	**276.071**	**430**	**138.308**	**48.417**	**5.421**	**882.429**	**324.491**
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint.

Tavola 2

Evoluzione delle partecipazioni italiane all'estero nell'industria manifatturiera, per area geografica, 1.1.1986-1.1. 2002

	Imprese partecipate (N.)						*Addetti delle imprese partecipate (N.)*					
	Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002		Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Europa occidentale	331	47,5	1.182	41,8	1.811	35,9	94.526	38,8	238.456	39,2	337.055	39,6
Europa centro-orientale	4	0,6	588	20,8	1.229	24,4	2.100	0,9	108.926	17,9	156.409	18,4
Africa	71	10,2	307	10,9	559	11,1	26.324	10,8	33.730	5,5	68.309	8,0
Nord America	101	14,5	232	8,2	406	8,0	22.996	9,4	54.985	9,0	79.029	9,3
America Latina	135	19,4	266	9,4	452	9,0	75.396	30,9	95.719	15,7	108.855	12,8
Asia	47	6,7	232	8,2	552	10,9	21.298	8,7	74.189	12,2	93.032	10,9
Oceania	8	1,1	20	0,7	38	0,8	1.010	0,4	1.794	0,3	8.592	1,0
Totale	**697**	**100,0**	**2.827**	**100,0**	**5.047**	**100,0**	**243.650**	**100,0**	**607.799**	**100,0**	**851.281**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint.

Tavola 3

za in Europa occidentale, la cui incidenza rimane stabile per l'intero periodo (39,6% nel 2002). In termini assoluti quest'ultima è stata infatti la direttrice fondamentale di espansione dell'investimento italiano, inizialmente trainato dall'attivismo delle maggiori imprese italiane e poi dalle iniziative diffuse delle imprese minori. Nettamente ridimensionata è invece l'incidenza dell'America Latina (dal 30,9% al 12,8%); stabile quella del Nord America (seppure in contrazione per incidenza sulla numerosità delle partecipazioni); in espansione l'Asia (dallo 8,7% allo 10,9%); in contrazione l'Africa (seppure in aumento per incidenza sulla numerosità delle partecipazioni).

Evoluzione delle partecipazioni estere in Italia nell'industria manifatturiera, per area geografica di origine degli investitori, 1.1.1986-1.1. 2002

	Imprese partecipate (N.)						*Addetti delle imprese partecipate (N.)*					
	Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002		Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Europa	880	64,0	1.347	70,8	1.594	68,7	257.396	55,3	350.242	67,0	373.492	60,9
Nord America	465	33,8	464	24,4	604	26,0	200.156	43,0	138.544	26,5	207.249	33,8
Giappone	12	0,9	59	3,1	76	3,3	2.444	0,5	13.302	2,5	19.696	3,2
Altri paesi	18	1,3	32	1,7	47	2,0	5.147	1,1	20.947	4,0	12.909	2,1
Totale	**1.375**	**100,0**	**1.902**	**100,0**	**2.321**	**100,0**	**465.143**	**100,0**	**523.035**	**100,0**	**613.346**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint.

Tavola 4

Per quanto concerne le partecipazioni estere in Italia, nella dinamica degli anni recenti si riscontra una crescita delle iniziative nord americane, ovverosia statunitensi e canadesi, soprattutto con iniziative e consolidamenti che hanno innalzato la consistenza delle partecipazioni (addetti, fatturato). Anche le multinazionali europee, se pur con effetti di "dimensione" inferiori, hanno incrementato la loro presenza. Queste tendenze possono peraltro essere qualitativamente correlate alla dinamica internazionale degli investimenti diretti esteri, che segnala la ripresa degli investimenti statunitensi a partire dalla parte centrale del decennio scorso, la stagnazione e la caduta di quelli giapponesi e l'andamento oscillante e diversificato dei maggiori paesi europei. L'analisi di lungo periodo per il settore manifatturiero, che rappresenta quasi il 70% del totale censito, offre informazioni di maggiore rilevanza sul piano strutturale (tav. 4). Nonostante la ripresa degli ultimi anni, la tradizionale presenza nordamericana è stata ridimensionata: in termini di addetti, tra il 1986 e il 2002 si è passati da un'incidenza del 43% al 33,8%. Per converso, si sono avuti l'espansione delle iniziative a base europea e il pur modesto incremento delle partecipazioni giapponesi.

L'EURO E IL COMMERCIO INTRA-UEM

di Sergio de Nardis e Claudio Vicarelli[*]

1. Introduzione

Come ampiamente dibattuto nella letteratura sulle aree valutarie ottimali, l'eliminazione delle monete nazionali comporta sia benefici che costi per i paesi che rinunciano alla loro sovranità monetaria; il prevalere dei primi sui secondi – e, quindi, il grado di ottimalità di un'area valutaria – dipende dalle caratteristiche strutturali delle economie dei paesi coinvolti. In generale, i costi sono essenzialmente legati alla perdita di un importante strumento di politica economica (il tasso di cambio) che consente di contrastare gli effetti indesiderati di shock asimmetrici, mentre i benefici derivano dall'eliminazione dell'incertezza determinata dalle fluttuazioni dei rapporti di cambio e dal guadagno di efficienza legato alla riduzione dei costi di transazione associati all'uso di valute differenti.

Secondo diversi osservatori l'azzeramento dei costi di transazione e l'abbattimento del rischio di cambio dovrebbero produrre anche un'espansione degli scambi commerciali tra i paesi partecipanti all'area valutaria. Ciò dipenderebbe dal fatto che, nonostante lo sviluppo e la diffusione di strumenti finanziari per la copertura del rischio, la volatilità e imprevedibilità dei cambi costituiscono pur sempre un fattore di freno ai traffici internazionali; la loro eliminazione all'interno del gruppo di paesi che adottano una moneta unica incrementerebbe quindi le esportazioni tra le economie coinvolte e favorirebbe una più profonda integrazione dell'area monetaria.

Questa visione, concentrata esclusivamente sugli effetti generatori di trade conseguenti alla riduzione della variabilità del cambio, non sembra, però, cogliere il punto più rilevante nell'analisi delle ripercussioni sugli scambi commerciali della creazione di un'unione monetaria. L'abbattimento della volatilità dei rapporti di cambio rappresenta infatti solo una parte, e probabilmente non la più rilevante, dei potenziali vantaggi commerciali derivanti dalla moneta unica; lo stesso risultato potrebbe infatti essere ottenuto attraverso l'istituzione di un regime di tassi di cambio fissi perfettamente credibile. Una unione monetaria è, invece, qualcosa di profondamente diverso. Essa comporta un grado di trasparenza (tutti i prezzi tra gli stati membri sono denominati nella stessa valuta) e di irrevocabilità (rompere un'unione monetaria è assai diverso dal rompere un meccanismo di cambio) tali da determinare una modificazione permanente nella percezione e nelle aspettative degli agenti economici: una consistente parte di commercio estero può divenire equivalente, nelle valutazioni degli operatori, al commercio domestico. In questa prospettiva la discussione circa le ripercussioni sugli scambi di una unione monetaria – e in particolare di quella specifica e giovane esperienza di unione rappresentata dall'euro – acquista una qualificazione profondamente diversa.

2. Linee guida per la verifica dell'impatto dell'euro sul commercio intra-UEM

A distanza di quattro anni dalla sua nascita, è possibile tentare una prima misurazione del possibile impatto che l'adozione dell'euro ha avuto sugli scambi

[*]*ISAE (Istituto di Studi e Analisi Economica). Le opinioni espresse nel contributo sono esclusivamente degli autori e non coinvolgono l'Istituto di appartenenza.*

commerciali dei paesi di Eurolandia. La recente e abbondante letteratura empirica riguardante gli effetti sul commercio derivanti della costituzione di una unione valutaria, nata sulla scia del primo lavoro di Andrew Rose (2000)[1], prende a riferimento un set di paesi molto più ampio ed eterogeneo di quello rappresentato dalle economie dell'UEM; da questo punto di vista, i membri fondatori del "club dell'euro" rappresentano un nucleo molto particolare e con caratteristiche specifiche rispetto all'insieme delle economie mondiali. Da questo filone di letteratura si possono estrarre alcune indicazioni generali e gli strumenti metodologici utili all'applicazione per l'analisi cui si è interessati. Le principali linee guida possono essere così sintetizzate:

- *una netta distinzione tra l'effetto sul commercio derivante dall'introduzione della moneta unica e quello attribuibile alla riduzione della volatilità del cambio, dal momento che, per quanto detto nell'introduzione, il primo dovrebbe avere implicazioni differenti dal secondo sul comportamento degli agenti economici;*
- *inclusione nel dataset del solo gruppo di economie che hanno aderito all'UEM;*
- *inclusione nell'analisi, accanto alla dimensione cross-section (rappresentata da un ampio gruppo di relazioni commerciali bilaterali in un punto nel tempo), della dimensione temporale, in modo da poter misurare la variazione del commercio prima e dopo la creazione di una unione monetaria;*
- *esplicita considerazione di quei fattori, diversi dalla moneta unica, che nell'arco di tempo considerato hanno promosso l'integrazione commerciale tra i paesi di Eurolandia.*

Per tenere conto del primo aspetto, nella verifica empirica si sono introdotte due distinte variabili: un indicatore della volatilità dei rapporti di cambio bilaterali e una dummy in grado di rappresentare l'adozione della moneta unica europea.

Proprio in considerazione del fatto che l'obiettivo principale dell'analisi è rappresentato dall'impatto dell'euro sugli scambi commerciali, si è scelto di concentrare l'attenzione esclusivamente sui flussi di esportazione bilaterali generati dagli 11 membri dell'UEM. Più ampio è invece il gruppo dei paesi importatori, comprendenti, oltre alle economie di Eurolandia, anche altri 21 paesi, europei e non, in rappresentanza dei principali mercati di sbocco delle esportazioni dell'area[2].

Il periodo temporale preso in considerazione va dal 1980 al 2001. La moneta unica europea ha sostituito le valute nazionali, anche se in forma solo virtuale, a partire dall'1 gennaio 1999, ma la decisione irrevocabile circa l'appartenenza o meno all'"euro club" delle singole economie è stata sancita nel maggio del 1998, sulla base dei risultati macroeconomici conseguiti nel 1997. Si è quindi ipotizzato che il 1998 possa essere considerato come il primo anno per il quale misurare un effetto della (futura) moneta unica sul commercio.

Il quarto punto, infine, appare particolarmente rilevante nell'analisi della realtà europea. Da un lato, negli ultimi quaranta anni il processo di integrazione commerciale è stato guidato dalle tappe che hanno contrassegnato la costruzione della Comunità economica europea; dall'altro, le relazioni commerciali bilaterali sono state influenzate dall'accumulazione di assets cosiddetti invisibili quali fattori politici, culturali e geografici. Si è cercato quindi di cogliere il primo aspetto attraverso l'utilizzo di una dummy che tenesse conto sia del progressivo processo di liberalizza-

[1] *In questo lavoro l'autore mostra una relazione empirica molto forte: due paesi che condividono la stessa moneta commerciano tra loro tre volte di più di quanto farebbero con valute differenti. L'ampiezza di tale risultato ha stimolato una serie di altri lavori che hanno ridimensionato, anche se non drasticamente, questa prima evidenza. Si veda Rose (2001); Frankel e Rose (2001); Rose e Engel (2002). Per una rassegna della letteratura empirica su questo argomento si veda Rose (2002).*

[2] *I paesi importatori sono: Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Repubblica Ceca, Corea, Danimarca, Hong Kong, Giappone, Messico, Norvegia, Polonia, Romania, Russia, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria, Regno Unito, Stati Uniti.*

zione degli scambi intra-area (abbattimento dei dazi doganali), sia della costituzione di accordi di libero scambio intrapresi dalla Comunità europea (e quindi dai singoli paesi che ne facevano parte) con paesi extra-area. Il secondo aspetto è stato invece colto attraverso una formulazione dinamica dell'equazione stimata. L'introduzione di un elemento dinamico, attraverso l'inclusione tra i regressori della variabile dipendente ritardata, risponde a esigenze diverse. In generale, nelle analisi di commercio dovrebbe essere riscontrabile un forte "effetto di persistenza": paesi che commerciano molto tra di loro tendono normalmente a mantenere nel tempo tali relazioni. Questa inerzia deriva dai costi irrecuperabili che gli esportatori devono affrontare per la costituzione delle reti di distribuzione e di servizi nei mercati di sbocco; l'entità di tali investimenti è spesso così elevata da rappresentare delle forme di barriere al commercio, sia in ingresso che in uscita. Nel caso particolare dei paesi europei, inoltre, alla costituzione di solidi rapporti commerciali hanno contribuito fattori di vicinanza geografica e culturale; anche questi ultimi, insieme all'"effetto persistenza", vengono in parte colti dal termine endogeno ritardato. Inoltre, l'UEM rappresenta una realtà temporalmente ancora giovane; una formulazione dinamica consente di concentrarsi sugli effetti di breve periodo, più consoni a rappresentare l'oggetto dell'analisi, rispetto a un approccio statico, più adatto a descrivere relazioni di lungo periodo.

3. Il dataset e la stima

Per la stima dei flussi di esportazione degli 11 paesi dell'area euro si è adottata la forma funzionale del modello gravitazionale. Quest'ultimo mutua il proprio nome dalla formulazione di Newton della teoria della gravità, secondo la quale l'attrazione dei corpi è direttamente proporzionale al prodotto delle masse e inversamente proporzionale al quadrato della distanza. In termini economici, il commercio bilaterale tra paesi può essere spiegato sulla base del PIL dei paesi coinvolti, o meglio del loro prodotto (la massa) e dalla distanza geografica tra gli stessi. Quest'ultima approssima i costi di trasporto e incide quindi negativamente sugli scambi commerciali. Tale semplice modello, arricchito nel tempo con altri elementi esplicativi per tenere conto della complessità che caratterizza la realtà di questo fenomeno, ha incontrato in letteratura un enorme successo a causa della sua efficacia empirica.

La metodologia di stima adottata è quella di un panel dinamico. L'introduzione della dinamica in una stima panel data determina un problema econometrico. Se il commercio è un processo statico, lo stimatore "within" (effetti fissi)[3] è consistente per una dimensione temporale T finita e per un dimensione cross-section N (rappresentata dal numero di coppie-paese) che tende a infinito. Ma se il commercio è un processo dinamico, e il termine di errore è serialmente correlato, allora si determina una correlazione tra la variabile dipendente ritardata e il termine di errore[4] che (per T finito e N infinito) rende lo stimatore dei minimi quadrati distorto e inconsistente.

Sono stati proposti diversi metodi (e stimatori) alternativi per risolvere il problema dell'inconsistenza. Uno di quelli più comunemente utilizzati consiste nel trasformare il modello in differenze prime (eliminando così l'effetto individuale) e sti-

[3] *Lo stimatore "within" rimuove gli effetti fissi sottraendo la media temporale di ogni variabile per ogni paese, per poi applicare i minimi quadrati su queste variabili trasformate*

[4] *Se infatti il termine di errore u_t è serialmente correlato, allora dipenderà da u_{t-1}; il termine endogeno ritardato y_{t-1} è correlato a u_{t-1}; ne consegue che y_{t-1} e u_t sono correlati. La rimozione della media temporale operata dallo stimatore within non elimina questo problema.*

mare l'equazione così ottenuta con il metodo delle variabili strumentali[5]*. La trasformazione dell'equazione in differenze prime non consente ovviamente di utilizzare le variabili invarianti al tempo, quali ad esempio la distanza geografica.*

La forma funzionale stimata è la seguente:

$$Ln(Exp_{ijt}) = b1\ Ln(Exp_{ijt-n}) + b2\ EURO_{ijt} + b3\ VOL_{ijt} + b4\ FTA_{ijt} + b5\ ln(MASS) + b6\ ln(PILPCI_{jt}) \quad (1)$$

dove ln è il logaritmo naturale, i rappresenta il paese esportatore, j il paese importatore, t il tempo, n una struttura di ritardi per la variabile dipendente;

Exp_{ijt-n} *sono le esportazioni in volume dal paese i al paese j;*

EURO è una dummy che descrive l'adozione dell'euro da parte degli 11 paesi europei. Assume valore 0 tra tutte le coppie-paese nelle quali almeno una delle due economie non appartenga all'UEM e valore 1 (tra il 1998 e il 2001) per i rapporti tra i paesi di Eurolandia;

VOL_{ijt} *è un indicatore della volatilità dei tassi di cambio nominali bilaterali, calcolato come la deviazione standard del logaritmo naturale dei cambi bilaterali nominali (su base mensile) nell'anno corrente t;*

FTA_{ijt} *è una variabile dummy che assume valore 0 in assenza di accordi di libero scambio o unioni doganali, 1 nel caso di esistenza di tali accordi;*

MASS è il prodotto tra il PIL reale di ogni coppia-paese.

$PILPCI_{jt}$ *è il PIL pro-capite del paese importatore, una proxy di domanda.*

Le esportazioni bilaterali, espresse in dollari correnti, sono di fonte FMI, Direction of Trade Statistics; sono state deflazionate con gli indici di valore medio unitario alle esportazioni di fonte FMI, International Financial Statistics. Il PIL è espresso in dollari a prezzi e cambi costanti 1995, fonte OCSE; per i paesi non OCSE è stato calcolato partendo dai dati a prezzi correnti in valuta nazionale, convertiti in dollari a tassi di cambio 1995 e deflazionati con il deflatore del PIL, fonte FMI, International Financial Statistics. Dalla stessa fonte sono tratti i dati sulla popolazione. I tassi di cambio bilaterali sono stati calcolati come cross-rate sulla base del rapporto delle singole valute nazionali rispetto al dollaro, fonte FMI, International Financial Statistics. La dummy FTA è stata creata sulla base delle informazioni di fonte WTO, Mapping of Regional Trade Agreement[6]*.*

Le esportazioni bilaterali sono attese essere positivamente influenzate da:

a) *Il prodotto tra il PIL del paese esportatore e importatore. Nell'ambito dell'approccio gravitazionale, i flussi commerciali sono positivamente influenzati dalla dimensione sia del paese di origine che di destinazione.*
b) *La presenza di unioni doganali o accordi bilaterali di libero scambio. Il libero movimento di merci e servizi all'interno della Comunità europea a seguito dell'implementazione del Mercato Unico dovrebbe avere avuto un effetto importante sul volume delle merci scambiate all'interno dell'area. D'altra parte, nel periodo temporale preso in esame, i paesi europei hanno siglato accordi commerciali con molte economie non europee incluse nel nostro dataset. Da questa variabile ci attendiamo perciò un impatto sul commercio positivo e di entità non trascurabile.*

[5] *In particolare, Manuel Arellano e Stephen Bond (1991) all'interno dell'approccio metodologico del metodo generalizzato dei momenti (GMM), identificano quanti ritardi della variabile dipendente e delle variabili predeterminate costituiscano dei validi strumenti e come combinare tra loro questi livelli ritardati insieme alle variabili esogene espresse in differenze prime. Da questa matrice di strumenti gli autori hanno derivato i corrispondenti stimatori GMM.*

[6] *Il documento è disponibile sul web all'indirizzo http://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm*

c) L'adozione dell'euro. Ci si attende un effetto positivo sul commercio derivante dall'introduzione della moneta unica europea, dovuto alla definitiva eliminazione del rischio di cambio, l'abbattimento dei costi di transazione, la percezione da parte degli operatori dell'irreversibiltà di tale processo. Tuttavia, l'impatto dovrebbe essere di modeste dimensioni: gran parte dei vantaggi commerciali sono stati presumibilmente ottenuti prima della nascita dell'euro grazie alle successive tappe che hanno condotto alla moneta unica (libera circolazione di merci e servizi, diminuzione della volatilità dei cambi a seguito dell'imposizione dei parametri di Maastricht).

d) La variabile endogena ritardata. In generale, ci attendiamo che paesi che commerciano molto tra loro continuino a farlo, riflettendo così l'esistenza di barriere al commercio, sia all'entrata che all'uscita, dovute alla presenza di sunk costs; in particolare tale relazione dovrebbe essere verificabile per il commercio tra paesi europei, caratterizzati da vincoli economici, geografici, culturali molto stretti.

e) Il PIL pro-capite del paese importatore.

Ci si attende invece una relazione negativa tra flussi bilaterali e:

f) l'indicatore di volatilità del cambio; all'eliminazione dell'incertezza legata agli andamenti del tasso di cambio nominale dovrebbe corrispondere uno stimolo al commercio.

4. I risultati

Arellano e Bond propongono un test per la verifica dell'ipotesi che non vi sia correlazione seriale di secondo ordine nei residui dell'equazione espressa in differenze prime[7]; condizione necessaria per la consistenza dello stimatore GMM. Tale test viene riportato nella tavola 1, insieme a quello che rileva la presenza di autocorrelazione seriale di primo ordine: il rigetto dell'ipotesi nulla (la presenza di correlazione seriale di primo ordine) indica l'inconsistenza dello stimatore dei minimi quadrati. Viene riportato anche il risultato del test di sovra-identificazione di Sargan: l'ipotesi che tutte le restrizioni dei momenti siano soddisfatte per la specificazione dinamica non viene rigettata.

I risultati confermano segno e significatività statistica per tutti i regressori; l'unica eccezione è costituita proprio dalla dummy EURO.

La variabile endogena ritardata, come atteso, mostra un valore del coefficiente particolarmente elevato, confermando l'importanza dell'"effetto persistenza" nelle analisi di commercio: un incremento di volume di export dell'1% nel periodo precedente determina un aumento di circa lo 0.67% nel periodo corrente. Risulta inoltre statisticamente significativo anche il volume di commercio bilaterale ritardato di 2 anni, anche se il valore del coefficiente appare particolarmente ridotto.

La variabile "gravitazionale" (la "massa") risulta in linea con le attese e con l'evidenza empirica delle numerose analisi basate su questo tipo di modellistica: le esportazioni sono direttamente correlate all'ampiezza sia del paese esportatore che a quella del mercato di sbocco. Inoltre, la capacità di domanda dei consumatori nei mercati di sbocco, approssimata dal PIL pro-capite, rappresenta un fattore quantitativamente rilevante nello spiegare l'andamento del volume delle esportazioni.

Anche le variabili relative alla volatilità del tasso di cambio e all'appartenenza a un accordo di libero scambio sono significative e presentano il segno atteso. In particolare, una ipotetica riduzione della volatilità del tasso di cambio nominale tra

[7] Nel caso fosse presente correlazione seriale nei residui di secondo ordine, allora il problema della correlazione tra termine endogeno ritardato e termine di errore rimarrebbe irrisolto.

le valute dei singoli paesi euro e quelle dei paesi partner nella misura di una deviazione standard intorno alla media storica avrebbe determinato, per l'insieme dei paesi di Eurolandia, un incremento di commercio bilaterale di circa il 3%.[8] *L'appartenenza ad un area di libero scambio o la presenza di unioni doganali ha determinato un incremento di esportazioni (in media) del 7.1%*[9].

Dal confronto tra i coefficienti stimati delle variabili "di policy" (così definibili nel senso che il loro valore dipende da decisioni politiche) sembrerebbe poter essere tratta la conclusione che il maggior impatto sul commercio sia quello derivante dall'implementazione del mercato unico: l'effetto della dummy FTA sul commercio risulta infatti più elevato di quello dell'indicatore di volatilità dei cambi. Riguardo quest'ultima variabile, la spiegazione della sua relativamente scarsa influenza sui flussi di export può essere ricondotta all'abbattimento della volatilità avvenuta tra le valute dei paesi candidati alla terza fase dell'UEM nel corso degli anni novanta, sotto la spinta del processo di convergenza macroeconomica guidata dal rispetto dei vincoli di Maastricht. La riduzione di volatilità si riflette in un basso valore della deviazione standard, in grado di controbilanciare l'ampiezza del coefficiente stimato; in altre parole, l'esercizio sul quale si basa il calcolo dell'elasticità del commercio alla volatilità del cambio (di quanto sarebbero aumentate le esportazioni nel caso di un azzeramento della deviazione standard rispetto al suo valore "storico") è di tipo "controfattuale": essendo già particolarmente ridotta la volatilità storica, i vantaggi in termini di commercio derivante da un suo completo azzeramento non sarebbero stati particolarmente elevati.

Dopo aver controllato per questi due fattori, a livello aggregato l'effetto dell'adozione dell'euro sul commercio bilaterale dei paesi europei risulta statisticamente non significativo. Questo risultato potrebbe in parte dipendere dalla oggettiva brevità temporale dell'esperienza di moneta unica che si è presa in esame: i cambiamenti strutturali nelle percezioni e nei comportamenti degli agenti economici, richiamati nell'introduzione, potrebbero richiedere più tempo per materializzarsi. Accanto a ciò si deve considerare che un parte molto rilevante dei vantaggi commerciali dell'integrazione si sono probabilmente concretizzati prima della nascita dell'euro e sono quelli connessi alle variabili di policy che misurano la diminuzione della volatilità del cambio e l'avvio del mercato unico: in altri termini, i vincoli mercantili tra i paesi del vecchio continente sono già particolarmente solidi per ragioni di carattere culturale e di vicinanza geografica; essi si sono ulteriormente rafforzati negli ultimi venti anni grazie a decisioni di carattere politico quali la costituzione del Sistema Monetario Europeo alla fine degli anni settanta e l'istituzione del Mercato Unico nel corso degli anni ottanta. L'effetto addizionale sull'integrazione commerciale dovuto alla moneta unica potrebbe quindi non essere statisticamente individuato, tenuto anche conto del tempo limitato intercorso dalla nascita dell'euro.

L'analisi panel fornisce la stima di un coefficiente unico, valido quindi in media per l'intero set di coppie-paese, oltre che per tutto l'arco temporale considerato. E' però possibile "scomporre" la dummy EURO nelle 10 dummy paese che la compongono (Belgio e Lussemburgo sono aggregati); tale operazione ci dà quindi la possibilità di individuare per quali singoli membri dell'"euro club" si sia verificata una relazione positiva e statisticamente significativa tra adozione della moneta unica e

[8] *Questa quantificazione si ottiene ipotizzando una riduzione della variabile VOL di un ammontare pari alla propria deviazione standard. Quest'ultima è pari a 0.1342; il parametro stimato è di –0.271; l'incremento di volume di commercio determinato da un azzeramento della deviazione standard della volatilità di cambio è quindi dato da:*
$[(e^{-0.271x(VOL-0.1342)}/e^{-0.271xVOL})-1]x100$ *e quindi da* $[e^{(-0.271)(-0.1342)} -1]x100$*; dal momento che* $e^{(-0.271)(-0.1342)}=e^{0.02867} = 1.02909$*, cioè il 2,9%. Si veda Rose (2000).*

[9] *Dal momento che il parametro stimato della dummy FTA è pari a 0.0688, la variazione di commercio indotta dall'appartenenza ad un area di libero scambio (FTA=1) rispetto al caso in cui non se ne faccia parte (FTA=0) è dato da:* $[(e^{0.0688x1}/ e^{0.0688x0}) -1]x100=7.1\%$.

incremento negli scambi. L'evidenza, non riportata in tabella, mostra che solo per un paese, l'Irlanda, tale relazione presenta un risultato statisticamente valido. Ciononostante, l'interpretazione complessiva dei risultati della stima di tavola 1 sembra confermarsi. La rilevanza statistica della relazione tra commercio e moneta unica per questo paese potrebbe essere dovuta alla composizione geografica del proprio commercio estero, tradizionalmente legato al mercato britannico da solidi legami storici, culturali e linguistici. L'adozione dell'euro potrebbe, quindi, aver accresciuto le relazioni commerciali dell'Irlanda con i paesi dell'area, anche in considerazione della elevata capacità di attrazione nei confronti di investimenti diretti di multinazionali statunitensi e giapponesi, che avrebbero così colto una importante occasione, attraverso la testa di ponte creata nell'economia irlandese, di accesso ai mercati continentali.

5. Considerazioni conclusive

Le relazioni commerciali tra i paesi europei che hanno scelto di abbandonare le rispettive monete nazionali per adottare una nuova valuta comune sono state storicamente molto intense, grazie all'agire di fattori di vicinanza culturale e geografica. Il processo politico-istituzionale che dalla costituzione della Comunità economica europea ha portato all'adozione dell'euro, ne ha ulteriormente rafforzato i legami. La verifica empirica dell'impatto dell'adozione dell'euro sul commercio dei paesi dell'UEM richiede dunque di distinguere tale effetto da tutti gli altri che nel tempo hanno influenzato le relazioni commerciali di questi paesi. In particolare, sembra necessario distinguere un "puro" effetto moneta unica da quello determinato dall'abbattimento della volatilità del tasso di cambio e dalla presenza di accordi di libero scambio.

Vi sono inoltre validi argomenti nel ritenere che una specificazione dinamica sia più indicata per l'equazione da sottoporre a verifica: da un lato, infatti, ciò permette di concentrare l'attenzione sugli effetti di breve periodo, più adatti a descrivere un fenomeno temporalmente giovane quale la nascita della moneta unica europea; dall'altro, la presenza di "persistenza" nelle relazioni commerciali, una caratteristica determinata dai costi irrecuperabili negli investimenti fisici nelle reti di distribuzione e di servizi, appare tanto più importante nel caso dei paesi europei, dove dovrebbe essere stata favorita anche da fattori politici, storici, geografici e culturali.

Per l'insieme dei paesi dell'UEM, non si è riscontrata una relazione statisticamente valida circa l'impatto dell'adozione dell'euro sul volume di esportazioni. L'effetto complessivo è' stato quindi disaggregato per verificarne la significatività per i singoli paesi; i vantaggi sembrano al momento essere evidenti per la sola Irlanda. D'altra parte, si conferma l'importanza rivestita dai fattori "policy related" utilizzati come variabili di controllo, quali la forte riduzione della volatilità nei rapporti di cambio nominali, l'istituzione del Mercato Unico e la costituzione di accordi commerciali bilaterali con paesi non UEM. E', peraltro, da sottolineare che l'attenzione dell'analisi è stata rivolta al breve periodo; gli effetti di lungo periodo potrebbero essere più elevati, quando i cambiamenti strutturali impliciti nel nuovo regime valutario saranno pienamente interiorizzati nella percezione e nel comportamento di cittadini e imprenditori europei.

RISULTATI DELLA STIMA DI UN MODELLO GRAVITAZIONALE PER LE ESPORTAZIONI BILATERALI DEI 11 PAESI UME

	Coef.	Std. Err.	z	P>|z|	[95% Conf. Interval]	
EXP_{ijt-1}	6696153	0,0213121	31,42	0	0,6278444	0,7113862
EXP_{ijt-2}	0,0282247	0,0130451	2,16	0,03	0,0026568	0,0537926
VOL_{ijt}	-0,2135646	0,0384779	-5,55	0	0,2889799	-0,1381492
FTA_{ijt}	0,0688875	0,0228363	3,02	0,003	0,0241292	0,1136459
$MASS_{ijt}$	0,2279534	0,0757959	3,01	0,003	0,0793962	0,3765106
$PILPC_{ijt}$	0,3288741	0,1027471	3,2	0,001	0,1274935	0,5302547
EURO	0,0097583	0,0207416	0,47	0,638	-0,0308946	0,0504111
_const	0,0022346	0,0024372	0,92	0,359	0,0025421	0,0070114

Tavola 1

Sargan test of over-identifying restrictions:
chi2(207) = 278.88 Prob > chi2 = 0.0006

Arellano-Bond test that average autocovariance in residuals of order 1 is 0:
H0: no autocorrelation z = -5.23 Pr > z = 0.0000
Arellano-Bond test that average autocovariance in residuals of order 2 is 0:
H0: no autocorrelation z = -0.62 Pr > z = 0.5360

Riferimenti bibliografici

Arellano M. and Bond S. (1991), "Some Test of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations", Review of Economic Studies n. 58, pp. 277-297

Frankel J. and Rose A.K. (2000), "Estimating the Effect of a Currency Unions on Trade and Output", NBER Working Paper n. 7857, Agosto.

Rose A.K., (2000), "One Money, One Market: the Effect of Common Currencies on Trade", Economic Policy, 30, Aprile, pp.7-45

Rose A.K., (2001), "Currency Unions and Trade: the Effect is Large", Economic Policy, 33, Ottobre, pp.449-461.

Rose A.K., (2002), "The Effect of Common Currencies on International Trade: a Meta-Analysis", in corso di pubblicazione su Monetary Union and Hard Pegs: Effects on Trade, Financial Development and Stability, a cura di V. Alexander, J. Melitz George M. von Furstemberg.

Rose A.K. and Engel C.(2000), "Currency Unions and International Integration", NBER Working Paper n.7872, Settembre.

6. LA STRUTTURA SETTORIALE DEL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA*

Sintesi

L'anno scorso, a fronte di una contrazione del passivo della bilancia commerciale energetica maggiore che nel 2001, e di una stazionarietà di quello che si riferisce ai prodotti agricoli di base, nei manufatti l'attivo dell'Italia è sceso da 44,5 a 41,3 miliardi di euro (fob-cif), in controtendenza rispetto al biennio precedente e rispetto a quanto mostrato in media dai concorrenti dell'Unione Europea, come riflesso del fatto che il valore delle esportazioni è diminuito (-2,7%) più di quello delle importazioni (-1,8%).

Nei servizi, il saldo aggregato è divenuto passivo in seguito non solo alla riduzione dell'avanzo turistico, ma anche al peggioramento riguardante le comunicazioni ed in generale i servizi alle imprese, di cui sono complessivamente aumentati i "debiti" verso l'estero (i "crediti" sono invece cresciuti in misura consistente solo per i servizi finanziari).

Nell'ambito dell'industria manifatturiera, il valore del saldo commerciale ha mostrato un'evoluzione migliore nei settori di svantaggio comparato, grazie soprattutto ad una dinamica contenuta o negativa delle loro importazioni: se negli autoveicoli, anche in conseguenza della crisi FIAT, il disavanzo si è di nuovo allargato (superando gli 11 miliardi di euro) e nei prodotti ICT è rimasto al ragguardevole livello di 9,4 miliardi, hanno continuato a ridursi gli squilibri riguardanti gli alimentari, la chimica e la metallurgia. D'altra parte, sono diminuiti gli attivi nei comparti di specializzazione: nelle macchine agricole e industriali, l'avanzo si è ridimensionato pur in corrispondenza di un calo percentuale delle esportazioni inferiore a quello delle importazioni; oltre ad essere sceso in termini assoluti, in rapporto all'interscambio settoriale il saldo ha toccato il minimo storico sia nel "sistema moda", per il quale a partire dal 1997 si è verificato un forte deterioramento delle quantità relative compensato solo marginalmente da un guadagno di ragioni di scambio, sia nel "sistema casa" (materiali per l'edilizia, prodotti in metallo, mobili, elettrodomestici).

Questi andamenti dei saldi potrebbero essere letti, in positivo, come segnali di una progressiva attenuazione degli squilibri settoriali del commercio estero italiano, che tuttavia restano decisamente superiori a quelli dei principali concorrenti.

Le importazioni di manufatti hanno mostrato un incremento delle quantità dell'1,3%, in presenza di una riduzione dei loro valori unitari in euro (-3,1%) a cui ha contribuito l'apprezzamento della moneta comune, ma le variazioni settoriali risultano molto differenziate ed a volte di segno opposto rispetto a quelle medie: se nell'insieme dei beni di consumo le quantità importate sono cresciute in misura discreta, anche nei casi (calzature, autoveicoli) in cui si è verificato un aumento dei loro prez-

* Redatto da Alessia Proietti – ICE Area Studi, Statistica e Documentazione – con la supervisione del dott. Sergio de Nardis

zi in euro, nella chimica di base, nelle macchine utensili, nelle macchine per ufficio e nella componentistica elettronica sono nettamente diminuite, come nel 2001, a riflesso della perdurante stagnazione degli investimenti.

I valori unitari delle esportazioni italiane di manufatti hanno presentato una dinamica (-2% in euro) nuovamente superiore a quella dei prezzi delle esportazioni dei paesi industriali (-2,2%), sebbene lo scarto si sia ridotto rispetto al 2001 quando era stato di oltre 3 punti percentuali; la discesa dei valori unitari nell'aggregato risulta contenuta dalle variazioni positive registrate negli alimentari e bevande, nella siderurgia, nel tessile-abbigliamento e nei prodotti in cuoio. Escludendo gli alimentari, si tratta degli stessi settori che, insieme con i prodotti elettronici e per le telecomunicazioni di cui è proseguita la crisi internazionale, hanno manifestato nel 2002 una vera e propria caduta delle quantità esportate; nel tessile-abbigliamento e nelle calzature, i volumi di vendita hanno subito una diminuzione particolarmente accentuata (di oltre il 10%) nel mercato dell'Unione Europea, come nel 2001, in corrispondenza di valori unitari che su tale mercato hanno continuato a crescere molto più che nel resto del mondo.

Del resto, il leggero calo complessivo delle esportazioni di manufatti in quantità (-0,7%) è funzione di quello nell'Unione Europea spiegato in parte dalla sua fiacca congiuntura economica, mentre nell'insieme delle altre aree i volumi sono aumentati del 2%, a conferma della prevalenza delle condizioni di domanda rispetto all'andamento del cambio. Solo negli alimentari e bevande e nella chimica le quantità esportate sono cresciute in misura significativa (anche nel mercato europeo), mostrando inoltre una dinamica migliore che nel 2001, ma l'aumento che si riferisce alla chimica è dipeso quasi per intero dall'impennata dei prodotti farmaceutici, verificatasi a fronte di un crollo dei suoi valori unitari: considerando che questo settore presenta all'importazione le stesse anomale variazioni di quantità e prezzi, si può ribadire l'ipotesi che si tratti di un fenomeno legato ad estemporanei scambi *intra-firm* delle multinazionali.

La quota dell'Italia sul valore delle esportazioni mondiali di manufatti, che nel 2001 era salita grazie all'incremento dei prezzi relativi, si è ridotta dal 4,5% al 4,4% malgrado il fatto che il commercio internazionale sia stato ancora relativamente dinamico nei segmenti di mercato in cui il nostro paese presenta vantaggi comparati. La posizione dell'Italia è migliorata solo negli alimentari e bevande, l'unico settore ad aver manifestato un'evoluzione della quota quasi costantemente positiva nell'arco degli ultimi cinque anni, nell'abbigliamento (in presenza di una crescita relativa particolarmente elevata dei mercati europei e mediterranei), nei prodotti in carta e nella cantieristica.

Tra i principali esportatori di manufatti, oltre all'Italia hanno mostrato un ripiegamento delle loro quote la Francia, il Regno Unito e soprattutto gli Stati Uniti; al contrario, le hanno incrementate la Germania, la Cina e le altre "economie dinamiche" dell'Asia, che hanno usufruito di una composizione della domanda estera complessivamente vantaggiosa.

Sebbene rimanga modesta, in molti settori ha continuato ad espandersi la quota dell'Europa orientale grazie ai guadagni conseguiti nell'Unione Europea, mentre nei prodotti della moda hanno raggiunto valori non trascurabili le porzioni di mercato mondiale detenute da alcuni paesi a più recente sviluppo (ad esempio India e Turchia nel tessile-abbigliamento, Vietnam nelle calzature).

Il negativo andamento della quota italiana non sembra essere soltanto la contropartita del naturale successo, nei beni tradizionali ed in altri settori, dei concorrenti meno industrializzati: infatti, la nostra posizione è peggiorata anche in rapporto alle esportazioni dell'insieme dei paesi che compongono l'area dell'euro, proseguendo una tendenza declinante che, per il complesso dei manufatti e per molti singoli comparti, si è verificata ininterrottamente dal 1997.

Questa progressiva riduzione di quota può essere attribuita solo in piccola parte al fatto che diverse imprese italiane, soprattutto nei settori della moda, riforniscono ormai i mercati esteri direttamente dalle proprie filiali in Europa orientale, in Estremo Oriente o in altre aree; di fatto, i riflessi della frammentazione produttiva sulle quote settoriali dell'Italia appaiono limitati, almeno stando alle indicazioni relative al mercato tedesco di calzature nel quale la percentuale complessivamente coperta dai prodotti di origine italiana e romena risulta decrescente.

Piuttosto, sono le *performance* di alcuni dei nostri principali concorrenti ad essere condizionate dai più ampi processi di delocalizzazione attiva o passiva di cui sono protagonisti, che ad esempio contribuiscono a spiegare, da un lato, il ripiegamento delle quote degli Stati Uniti nella generalità dei settori, dall'altro, il guadagno della Cina nell'elettronica e del Vietnam nelle calzature.

L'Italia resta ancora ai margini di tali processi in particolare nei settori ad alta intensità di ricerca, decisivi nella diffusione di innovazioni tecnologiche in tutto il tessuto produttivo, di cui negli ultimi anni è nettamente diminuita l'incidenza sul totale degli investimenti esteri nell'industria manifatturiera italiana; dato che in questi comparti prevalgono gli investitori non appartenenti all'area della moneta comune, l'apprezzamento dell'euro rischia di aggravare la situazione se non si attivano articolate politiche per stimolarne l'interesse verso il nostro paese.

IL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA PER SETTORI
(valori in milioni di euro)

	ESPORTAZIONI			IMPORTAZIONI			SALDI	
	2002	peso %	var. % dei valori 2001-02	2002	peso %	var. % dei valori 2001-02	2001	2002
PRODOTTI AGRICOLI, DELL'ALLEVAMENTO E DELLA PESCA	4.097	1,5	-3,6	8.852	3,4	-1,9	-4.770	-4.755
PRODOTTI DELL'INDUSTRIA ESTRATTIVA	673	0,3	23,2	26.246	10,2	-8,6	-28.172	-25.573
Prodotti energetici	*211*	*0,1*	*135,3*	*24.201*	*9,4*	*-8,8*	*-26.445*	*-23.990*
PRODOTTI DELL'INDUSTRIA MANIFATTURIERA	258.329	97,3	-2,7	217.065	84,5	-1,8	44.507	41.265
Alimentari, bevande e tabacco	14.808	5,6	5,7	18.046	7,0	-1,8	-4.364	-3.239
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	27.378	10,3	-4,7	13.764	5,4	0,2	15.000	13.614
Tessili	*15.606*	*5,9*	*-7,5*	*7.036*	*2,7*	*-5,8*	*9.393*	*8.571*
Abbigliamento	*11.772*	*4,4*	*-0,8*	*6.728*	*2,6*	*7,4*	*5.608*	*5.043*
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	13.295	5,0	-8,7	6.334	2,5	-1,8	8.113	6.960
Calzature	*7.911*	*3,0*	*-6,5*	*3.233*	*1,3*	*5,3*	*5.394*	*4.678*
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	1.438	0,5	-4,4	3.286	1,3	1,1	-1.743	-1.847
Prodotti in carta, stampa, editoria	6.058	2,3	-0,4	6.433	2,5	-4,2	-635	-375
Prodotti petroliferi raffinati	4.408	1,7	-12,9	5.032	2,0	8,8	435	-625
Prodotti chimici e farmaceutici	26.738	10,1	3,8	34.820	13,6	2,4	-8.237	-8.082
Prodotti chimici di base	*8.497*	*3,2*	*-3,7*	*15.692*	*6,1*	*-5,9*	*-7.854*	*-7.195*
Prodotti farmaceutici e medicinali	*10.099*	*3,8*	*13,0*	*10.225*	*4,0*	*19,7*	*399*	*-126*
Prodotti in gomma e plastica	9.669	3,6	0,0	5.416	2,1	0,4	4.276	4.253
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	9.136	3,4	-2,9	2.892	1,1	-2,1	6.452	6.245
Metalli e prodotti in metallo	21.317	8,0	-3,0	23.892	9,3	-6,9	-3.688	-2.575
Prodotti della siderurgia	*7.409*	*2,8*	*-3,5*	*8.986*	*3,5*	*-4,6*	*-1.742*	*-1.577*
Metalli non ferrosi	*3.336*	*4,2*	*-3,2*	*10.816*	*4,2*	*-10,3*	*-8.619*	*-7.480*
Prodotti finali in metallo	*10.572*	*4,0*	*-2,7*	*4.089*	*1,6*	*-2,4*	*6.673*	*6.483*
Macchine e apparecchi meccanici	52.456	19,8	-2,8	20.150	7,8	-2,7	33.250	32.306
Macchine industriali di impiego generale	*22.738*	*8,6*	*-0,8*	*10.026*	*3,9*	*-1,9*	*12.690*	*12.711*
Meccanica strumentale	*22.221*	*8,4*	*-5,8*	*8.432*	*3,3*	*-6,1*	*14.608*	*13.789*
Apparecchi per uso domestico (inclusi gli elettrodomestici)	*6.984*	*2,6*	*2,1*	*1.457*	*0,6*	*11,5*	*5.535*	*5.527*
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	24.651	9,3	-10,8	34.114	13,3	-8,5	-9.650	-9.464
Prodotti ICT	*9.696*	*3,7*	*-19,1*	*19.146*	*7,5*	*-10,5*	*-9.404*	*-9.450*
Apparecchi e materiali elettrici	*8.834*	*3,3*	*-5,9*	*7.260*	*2,8*	*-7,6*	*1.527*	*1.572*
Strumenti medicali e di precisione	*6.121*	*2,3*	*-2,1*	*7.708*	*3,0*	*-3,9*	*-1.772*	*-1.587*
Mezzi di trasporto	30.280	11,4	2,2	38.806	15,1	3,4	-7.924	-8.526
Autoveicoli e parti	*20.222*	*7,6*	*-2,9*	*31.669*	*12,3*	*5,1*	*-9.306*	*-11.447*
Altri mezzi di trasporto	*10.058*	*3,8*	*14,3*	*7.137*	*2,8*	*-3,8*	*1.383*	*2.921*
Altri manufatti	16.698	6,3	-4,6	4.080	1,6	-4,8	13.221	12.618
Mobili	*9.108*	*3,4*	*-3,5*	*1.053*	*0,4*	*0,2*	*8.389*	*8.055*
Gioielleria e oreficeria	*4.973*	*1,9*	*-7,8*	*800*	*0,3*	*-15,6*	*4.448*	*4.173*
ALTRI PRODOTTI	2.266	0,9	-16,1	4.725	1,8	-6,1	-2.331	-2.459
TOTALE	**265.365**	**100,0**	**-2,8**	**256.887**	**100,0**	**-2,6**	**9.233**	**8.478**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 6.1

ESPORTAZIONI MONDIALI E QUOTA DI MERCATO DELL'ITALIA PER SETTORI

	INCIDENZA SULLE ESPORTAZIONI MONDIALI		VARIAZIONI DEI VALORI IN EURO RISPETTO AL PERIODO PRECEDENTE		QUOTE DI MERCATO DELL'ITALIA	
	2001	2002[1]	2001	2002	2001	2002
PRODOTTI AGRICOLI, DELL'ALLEVAMENTO E DELLA PESCA	2,6	2,6	1,8	-1,9	2,5	2,5
PRODOTTI DELL'INDUSTRIA ESTRATTIVA	7,1	6,9	-7,1	-4,3	0,1	0,2
PRODOTTI DELL'INDUSTRIA MANIFATTURIERA	85,9	85,8	-0,5	-1,9	4,5	4,4
Alimentari, bevande e tabacco	5,1	5,1	7,3	-1,7	4,1	4,4
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	5,8	5,8	1,1	-2,5	7,4	7,3
Tessili	*2,9*	*2,9*	*-0,2*	*-2,6*	*8,6*	*8,2*
Abbigliamento	*2,9*	*2,8*	*2,4*	*-2,5*	*6,3*	*6,4*
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	1,4	1,4	5,7	-4,8	15,7	15,1
Calzature	*0,8*	*0,8*	*5,7*	*-3,2*	*15,9*	*15,5*
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	1,0	1,0	-3,5	-0,1	2,4	2,3
Prodotti in carta, stampa, editoria	2,6	2,6	-2,4	-3,4	3,6	3,7
Prodotti petroliferi raffinati	2,5	2,3	-5,3	-9,2	3,0	2,8
Prodotti chimici e farmaceutici	9,5	10,1	5,9	4,3	3,8	3,8
Prodotti chimici di base	*4,3*	*4,4*	*-0,6*	*0,0*	*2,7*	*2,6*
Prodotti farmaceutici e medicinali	*2,5*	*2,9*	*24,7*	*15,3*	*5,5*	*5,4*
Prodotti in gomma e plastica	2,3	2,4	0,8	1,3	6,3	6,2
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	1,2	1,2	1,5	-1,5	11,9	11,8
Metalli e prodotti in metallo	6,8	6,7	-3,7	-2,1	4,8	4,8
Prodotti della siderurgia	*2,2*	*2,3*	*-5,7*	*2,8*	*5,3*	*5,0*
Prodotti finali in metallo	*2,1*	*2,1*	*0,9*	*-0,4*	*7,7*	*7,6*
Macchine e apparecchi meccanici	8,4	8,3	1,1	-2,2	9,7	9,7
Macchine industriali di impiego generale	*3,9*	*3,9*	*4,9*	*-1,6*	*8,9*	*8,9*
Meccanica strumentale	*3,6*	*3,5*	*-3,7*	*-4,5*	*9,8*	*9,7*
Apparecchi per uso domestico	*0,7*	*0,8*	*6,4*	*4,2*	*14,2*	*14,0*
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	22,5	21,7	-6,5	-4,8	1,8	1,7
Prodotti ICT	*14,9*	*14,4*	*-9,5*	*-5,1*	*1,2*	*1,0*
Apparecchi e materiali elettrici	*4,1*	*4,0*	*-2,3*	*-4,9*	*3,5*	*3,4*
Strumenti medicali e di precisione	*3,4*	*3,4*	*2,7*	*-3,6*	*2,8*	*2,8*
Mezzi di trasporto	13,9	14,1	4,2	-0,3	3,2	3,3
Autoveicoli e parti	*9,8*	*10,3*	*1,9*	*3,5*	*3,2*	*3,0*
Altri mezzi di trasporto	*4,2*	*3,8*	*10,0*	*-9,2*	*3,2*	*4,0*
Altri manufatti	3,0	3,1	-0,7	1,8	8,8	8,3
Mobili	*1,0*	*1,0*	*1,6*	*0,0*	*14,7*	*14,2*
Gioielleria e oreficeria	*0,8*	*0,9*	*-1,9*	*5,2*	*9,7*	*8,5*
ALTRI PRODOTTI	4,4	4,7	-	-	-	-
TOTALE	**100**	**100**	**-1,0**	**-1,6**	**4,0**	**3,9**

(1) Nel 2002 il peso dei manufatti è leggermente sottovalutato, a vantaggio degli "altri prodotti".

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI e OMC

Tavola 6.2

QUANTITA' E PREZZI DELL'INTERSCAMBIO PER SETTORI

(variazioni percentuali, nel 2002, per esportazioni e importazioni; indici: 1995=100 per quantità e prezzi relativi)

Settori ATECO	ESPORTAZIONI		IMPORTAZIONI		QUANTITA' RELATIVE (1)		RAGIONI DI SCAMBIO (2)	
	quantità	valori medi unitari	quantità	valori medi unitari	2001	2002	2001	2002
PRODOTTI AGRICOLI, DELL'ALLEVAMENTO E DELLA PESCA	-6,2	2,8	0,3	-2,2	93,6	87,5	127,0	133,5
PRODOTTI DELL'INDUSTRIA ESTRATTIVA	26,1	-2,3	-0,2	-8,4	102,0	128,9	55,3	59,0
PRODOTTI DELL'INDUSTRIA MANIFATTURIERA	-0,7	-2,0	1,3	-3,1	90,3	88,4	103,8	105,0
Alimentari, bevande e tabacco	4,1	1,6	3,0	-4,6	107,7	108,8	105,8	112,6
Bevande	*3,5*	*5,1*	*10,1*	*-2,5*	*85,6*	*80,5*	*121,9*	*131,5*
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	-6,5	1,9	4,2	-3,8	80,2	72,0	106,7	113,0
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	-9,9	1,3	3,6	-5,2	65,8	57,3	103,7	110,8
Calzature	*-10,6*	*4,6*	*3,0*	*2,3*	*55,3*	*47,9*	*103,0*	*105,4*
Prodotti in legno e sughero (esclusi mobili)	-1,2	-3,3	1,6	-0,4	118,1	114,9	92,5	89,8
Prodotti in carta, stampa, editoria	9,7	-9,3	5,5	-9,3	139,1	144,6	87,7	87,7
Prodotti petroliferi raffinati	-8,3	-5,0	15,2	-5,5	181,5	144,5	99,1	99,7
Prodotti chimici e farmaceutici	24,7	-16,7	15,0	-10,9	109,2	118,4	106,9	99,9
Prodotti chimici di base	*4,2*	*-7,4*	*-4,1*	*0,5*	*107,0*	*116,2*	*99,4*	*91,6*
Prodotti farmaceutici e medicinali	*75,0*	*-35,5*	*78,9*	*-35,5*	*101,0*	*98,8*	*109,4*	*109,3*
Prodotti in gomma e plastica	1,4	-1,4	3,5	-3,0	94,7	92,8	99,6	101,2
Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia	-2,3	-0,6	-0,9	-1,3	90,2	88,9	106,5	107,3
Piastrelle ceramiche	*1,1*	*-0,1*	*3,5*	*0,4*	*121,9*	*119,1*	*97,3*	*96,8*
Metalli e prodotti in metallo	-1,8	-1,3	-5,0	-2,0	101,8	105,2	101,0	101,7
Tubi in ferro e acciaio	*-5,3*	*5,3*	*-6,9*	*3,0*	*111,9*	*113,8*	*95,1*	*97,3*
Macchine e apparecchi meccanici	-1,8	-1,0	-2,9	0,2	82,2	83,1	107,3	106,1
Macchine utensili	*-10,1*	*-3,5*	*-8,7*	*-1,1*	*92,8*	*91,5*	*97,1*	*94,7*
Apparecchi per uso domestico (inclusi elettrodomestici)	*2,1*	*0,0*	*11,6*	*-0,1*	*90,4*	*82,6*	*93,5*	*93,6*
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	-12,3	1,8	-6,6	-2,1	84,8	79,5	104,3	108,4
Macchine per ufficio, elaboratori e sistemi informatici	*-19,3*	*-1,2*	*-11,6*	*2,5*	*42,8*	*39,0*	*113,6*	*109,5*
Motori, generatori e trasformatori elettrici	*-5,8*	*-0,2*	*5,6*	*-5,0*	*119,2*	*106,3*	*93,8*	*98,5*
Componentistica elettronica	*-1,9*	*0,4*	*-14,8*	*-6,4*	*120,0*	*138,2*	*104,5*	*112,1*
Mezzi di trasporto	0,2	2,0	-0,7	4,1	68,0	68,6	105,8	103,7
Autoveicoli	*-3,7*	*-1,4*	*4,4*	*0,8*	*62,8*	*57,9*	*100,4*	*98,2*
Altri manufatti	-4,4	-0,3	-2,2	-2,7	84,2	82,4	92,3	94,6
Mobili	*-4,4*	*1,0*	*-1,8*	*2,1*	*63,6*	*61,9*	*97,4*	*96,3*
TOTALE	**-0,9**	**-1,9**	**1,0**	**-3,6**	**91,2**	**89,5**	**99,9**	**101,7**

(1) Rapporti percentuali fra gli indici delle quantità esportate ed importate.

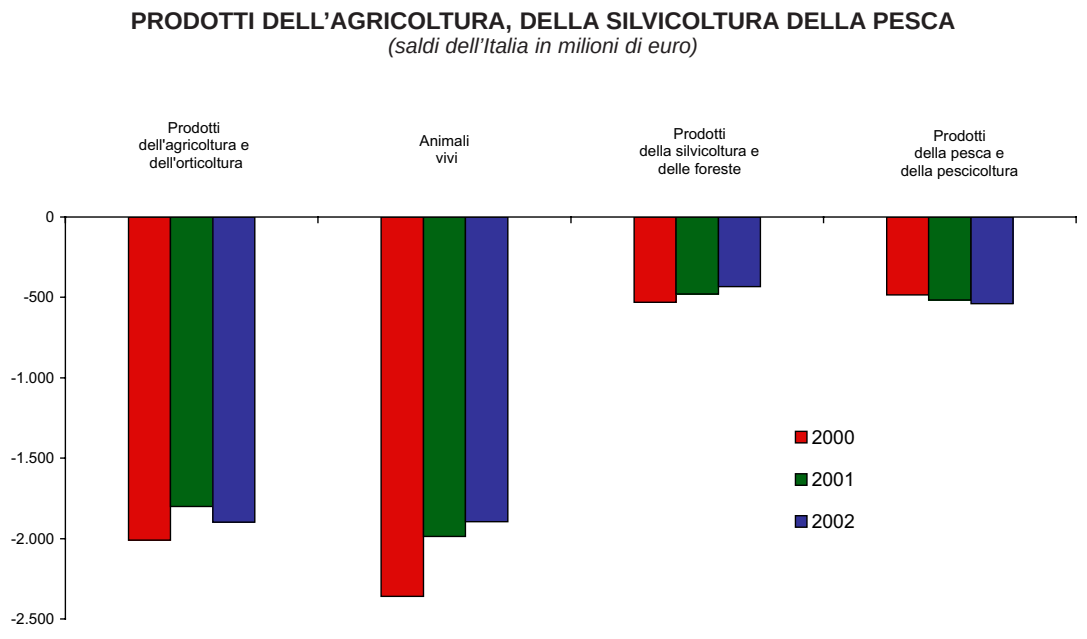
(2) Rapporti percentuali fra gli indici dei valori medi unitari all'esportazione e all'importazione.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 6.3

Prodotti agro-alimentari

Il passivo del settore si è ridotto nel corso del 2002 di oltre un miliardo di euro, attestandosi sul valore più basso (8 miliardi di euro) degli ultimi dieci anni. Il saldo negativo non ha subito cambiamenti nel comparto dei *prodotti agricoli di base*, per i quali si sono verificate riduzioni in valore delle importazioni e delle esportazioni di entità simile. Il comparto con il maggior disavanzo, in rapporto al totale dell'interscambio, resta quello degli *animali vivi e prodotti di origine animale* in cui l'Italia è importatore netto soprattutto di prodotti francesi.



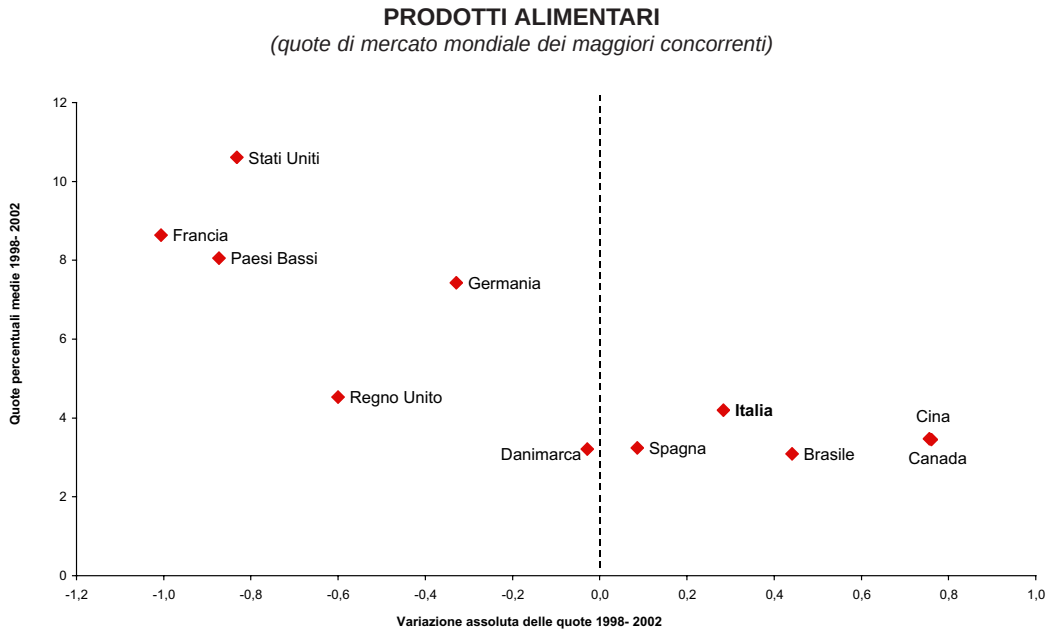
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 6.1

Nel comparto *alimentare*, invece, la vivace dinamica delle quantità esportate, in presenza di un aumento dei prezzi all'esportazione, si è tradotta in una crescita del 5,7% del valore delle vendite estere; la contestuale seppur lieve riduzione degli acquisti, sia dai mercati UE che da quelli extra-UE, ha prodotto una netta riduzione del disavanzo (da 4.350 a 3.250 milioni di euro).

Le nostre vendite si sono rivolte principalmente in Germania (19,2%), Stati Uniti (12,7%), Francia (12,6%) e Regno Unito (9,7%). L'evoluzione delle vendite, nella prospettiva di lungo periodo, evidenzia la netta crescita di importanza del mercato nordamericano dove le esportazioni italiane sono aumentate negli ultimi dieci anni a un ritmo quasi doppio rispetto a quello registrato nei principali mercati UE. In questo comparto la maggiore voce del disavanzo è costituita dai *prodotti a base di carne* (con una tendenza alla riduzione del rapporto tra disavanzo e totale dell'interscambio) e *di pesce*.

Una buona performance si è avuta soprattutto nei prodotti della *dieta mediter-*

ranea la cui domanda mondiale è cresciuta ad un tasso decisamente superiore a quello medio dei prodotti del comparto e per cui esiste un orientamento geografico piuttosto peculiare. Solo un terzo delle esportazioni di *olio di oliva*, ad esempio, è destinato ai paesi UE (la media del comparto alimentare è superiore al 60%); le nostre vendite si rivolgono soprattutto al mercato dell'America settentrionale. Per quanto riguarda il *vino* l'Italia si è confermata il secondo esportatore mondiale, con una quota di mercato che, cresciuta di 0,6 punti percentuali nel solo 2002, ha superato il 20%. A questo successo ha contribuito l'estrema dinamicità degli acquisti statunitensi; in questo mercato l'Italia è leader e i nostri vini, specialmente di origine toscana e veneta, sembrano risentire meno, rispetto a quelli francesi, della concorrenza australiana. In questo particolare prodotto, piuttosto concentrato nel lato dell'offerta, esiste una sorta di concentrazione anche sul fronte degli acquisti: Regno Unito, Stati Uniti e Germania acquistano il 50% di tutto il vino esportato; mentre l'Italia ha un'ottima posizione relativa sugli ultimi due mercati, sperimenta qualche più consistente difficoltà competitiva in quello britannico.



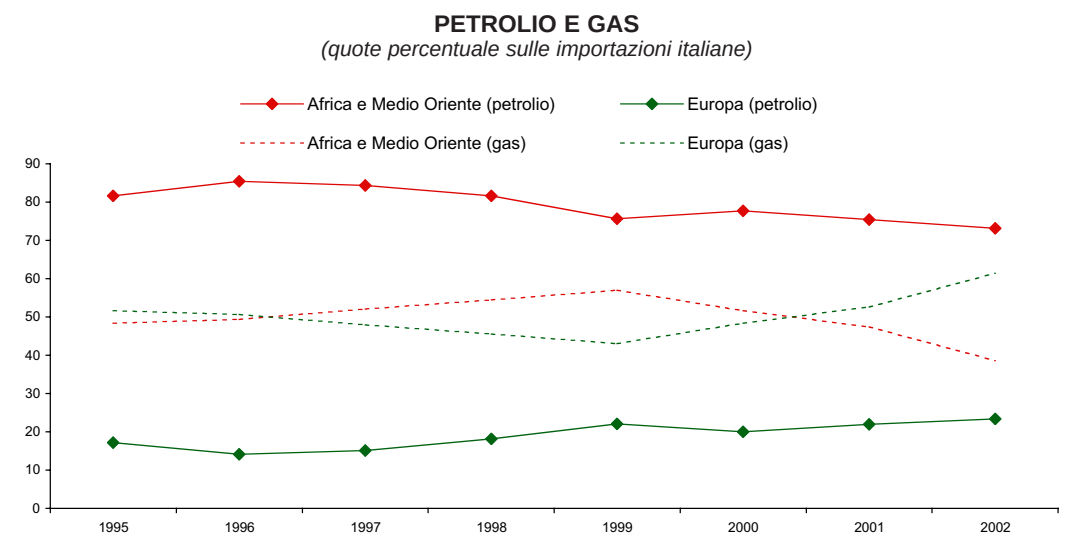
Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.2

Prodotti dell'industria estrattiva

Il saldo della bolletta energetica dell'Italia si è ridotto nel corso del 2002 di circa 2,5 miliardi di euro. Alla riduzione del disavanzo hanno contribuito sia il favorevole andamento dei prezzi d'importazione, conseguenza soprattutto dell'apprezzamento dell'euro, sia la leggera riduzione delle quantità importate, probabile riflesso di una stagnazione dell'attività industriale.

La Libia ha continuato a coprire un quarto del nostro fabbisogno petrolifero, mentre la quota di mercato della Russia sul totale degli acquisti italiani si è leggermente ridotta. Per il secondo anno consecutivo è diminuito anche il valore delle importazioni italiane di gas che sono passate, dagli 8,8 del 2001 ai circa 8 miliardi di euro del 2002. La flessione si è diversamente distribuita tra i principali fornitori di questa materia prima: dalla sola Algeria, che pure resta il nostro primo mercato d'approvvigionamento, gli acquisti si sono ridotti di 1,1 miliardi di euro, mentre si sono quadruplicate le importazioni dalla Norvegia e sono notevolmente cresciute quelle dalla Germania. Nel complesso la Russia, terzo esportatore mondiale di materie prime energetiche dopo Arabia Saudita e Norvegia, rimane il nostro principale fornitore, seguito da Libia ed Algeria.



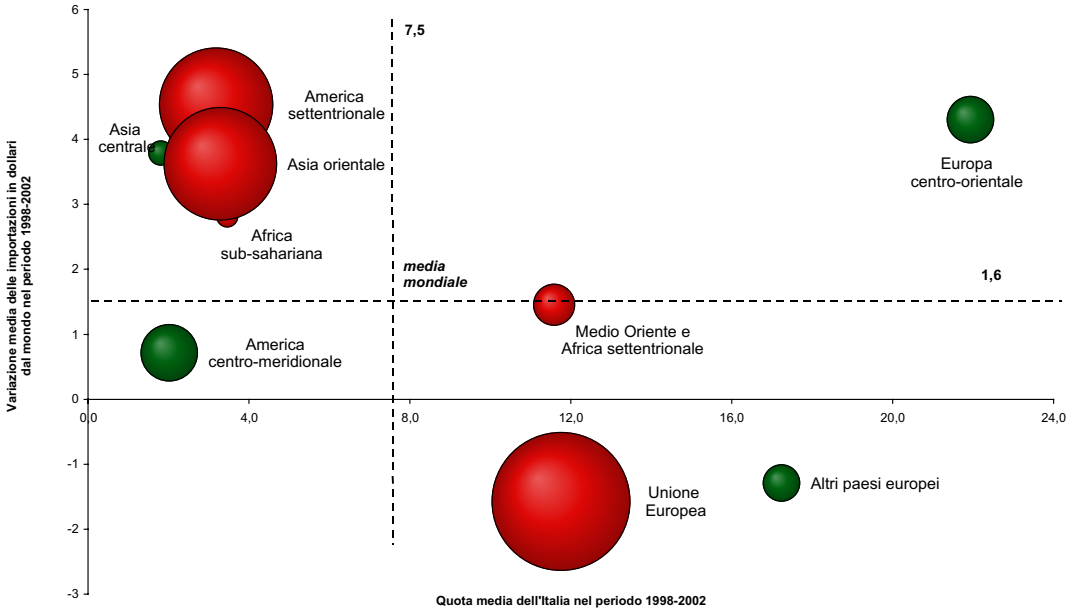
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 6.3

Prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento

Dopo due anni di miglioramento, l'avanzo del settore è tornato a contrarsi (da 15 a 13,6 miliardi di euro); il saldo normalizzato settoriale ha continuato ad erodersi, sulla scia di una tendenza in atto ormai dal 1996. Le esportazioni italiane si sono ridotte in misura consistente nei comparti in cui i mercati europei non hanno contribuito positivamente all'andamento degli scambi mondiali. La domanda estera attivata dall'UE ha contribuito in modo diverso all'andamento globale del commercio mondiale del settore: mentre gli acquisti europei di prodotti d'*abbigliamento* sono stati relativamente più dinamici ed hanno sostenuto le vendite italiane, nel comparto dei *tessili* il vecchio continente ha perso d'importanza, con un effetto negativo sulle nostre esportazioni. Ad incidere sulla quota aggregata dell'Italia è stata anche la non soddisfacente performance ottenuta nell'area NAFTA; in quest'area, che continua a rappresentare il 30% del mercato totale, oltre alla concorrenza dei paesi asiatici, si è

verificata una crescita del commercio intra-regionale relativamente più intensa rispetto a quella della media dei prodotti manifatturieri. Nel corso del 2002 si sono ulteriormente intensificati gli scambi con i paesi dell'Europa centro-orientale, conseguenti al maggiore traffico di perfezionamento passivo; un quarto delle importazioni italiane proviene da quest'area (era l'8% nel 1993), cui è destinato di contro oltre il 15% delle nostre esportazioni (era il 4% nel 1993).

TESSILE E ABBIGLIAMENTO: QUOTE DI MERCATO DELL'ITALIA PER AREE

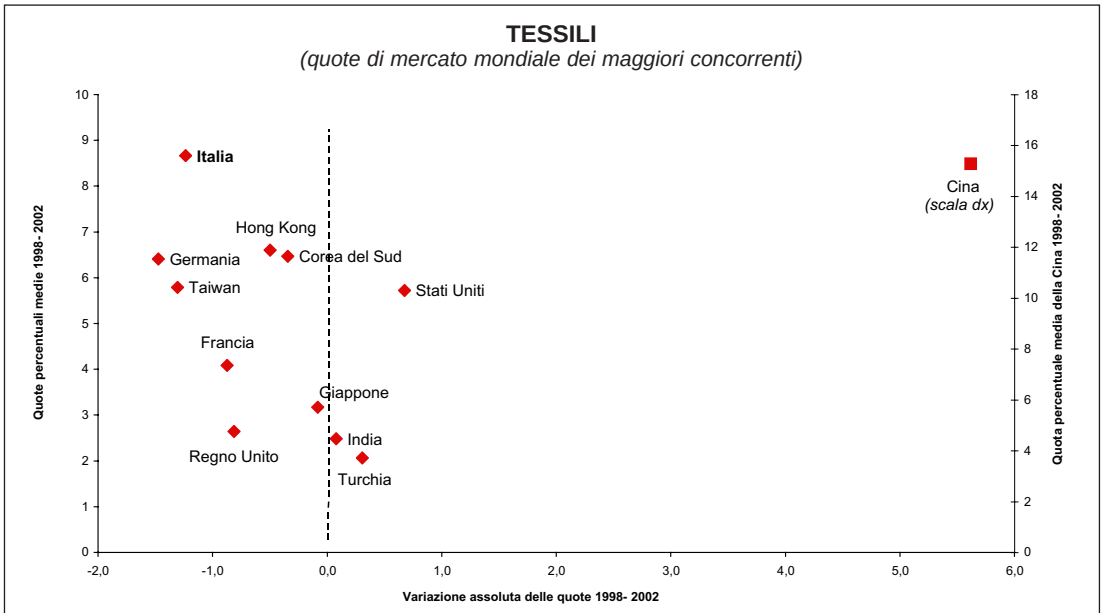


La dimensione del cerchio rappresenta il peso medio dell'area sulle importazioni mondiali nel periodo 1998-2002; cerchi di colore rosso individuano aree con quote in diminuzione dal 1998 al 2002

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI Grafico 6.4

Prodotti tessili

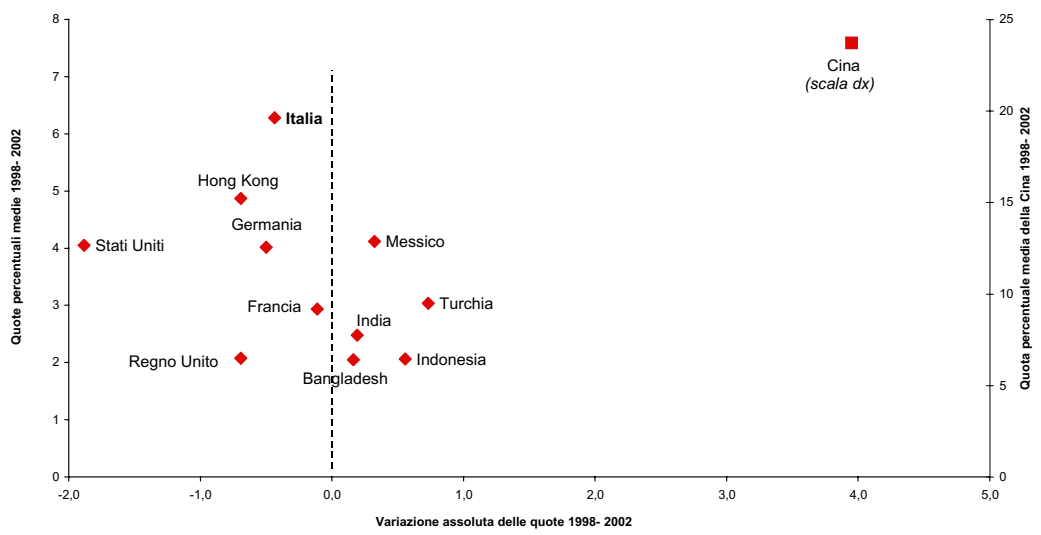
A seguito di una forte riduzione in valore delle vendite estere (prodottasi in tutti i mercati ad eccezione di quelli dell'Europa non UE e dei paesi del Mediterraneo) che ha sopravanzato quella delle importazioni, l'avanzo del settore è passato dai 9,4 miliardi di euro del 2001 agli 8,6 del 2002. In un contesto già negativo, la domanda estera del comparto dei paesi UE si è ridotta di oltre il 6%. I produttori italiani, penalizzati nei confronti dei concorrenti extra UE dall'apprezzamento dell'euro, hanno subito in quest'area la riduzione di quota più evidente. Le perdite più importanti si sono verificate in Francia e, soprattutto, in Germania. In questo comparto alla conferma di una significativa concorrenza dei produttori asiatici (Cina, India e Pakistan) si accompagna la crescita, ad esempio, della Turchia, particolarmente forte nei mercati europei. La riduzione di quota nel mercato dei quindici, cui si aggiunge quella di tutte le altre aree ad eccezione dell'Europa centro-orientale e del Mediterraneo, si riflette in una perdita complessiva della quota in valore di 0,4 punti percentuali.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 6.5

Prodotti dell'abbigliamento

Il principale mercato di sbocco degli *articoli d'abbigliamento in tessuto* del 2002 è risultato quello tedesco, cui è stato destinato il 12,5% del totale esportato (11,8 miliardi di euro). Nel corso degli ultimi dieci anni la geografia dei nostri principali mercati di sbocco ha subito delle modifiche considerevoli e appare meno concentrata di quanto non lo fosse dieci anni fa: nel 1993 alla sola Germania era destinato, ad esempio, il 22% del totale esportato. La diversificazione geografica dei nostri mercati di destinazione ha consentito di "ammortizzare" la flessione del 2002 degli acquisti statunitensi (che, inserendosi in un decennio di crescita, dovrebbe essere episodica e legata all'indebolimento complessivo dell'economia americana) e tedeschi, con la crescita delle vendite in altri paesi europei. Ne risulta una contrazione delle vendite estere (-0,7%) decisamente inferiore sia a quella dell'intero settore sia a quella dei prodotti manufatti. La quota di mercato dell'Italia nel comparto dei *prodotti d'abbigliamento* è risultata leggermente superiore a quella del 2001 (dal 6,3 al 6,4%); il nostro Paese si è confermato il secondo esportatore mondiale, preceduto sola dalla Cina. Il guadagno di quota si è prodotto sostanzialmente nei paesi dell'Unione Europea (buona la performance in Spagna, Francia e nel Regno Unito), dove la domanda è stata particolarmente dinamica.



Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.6

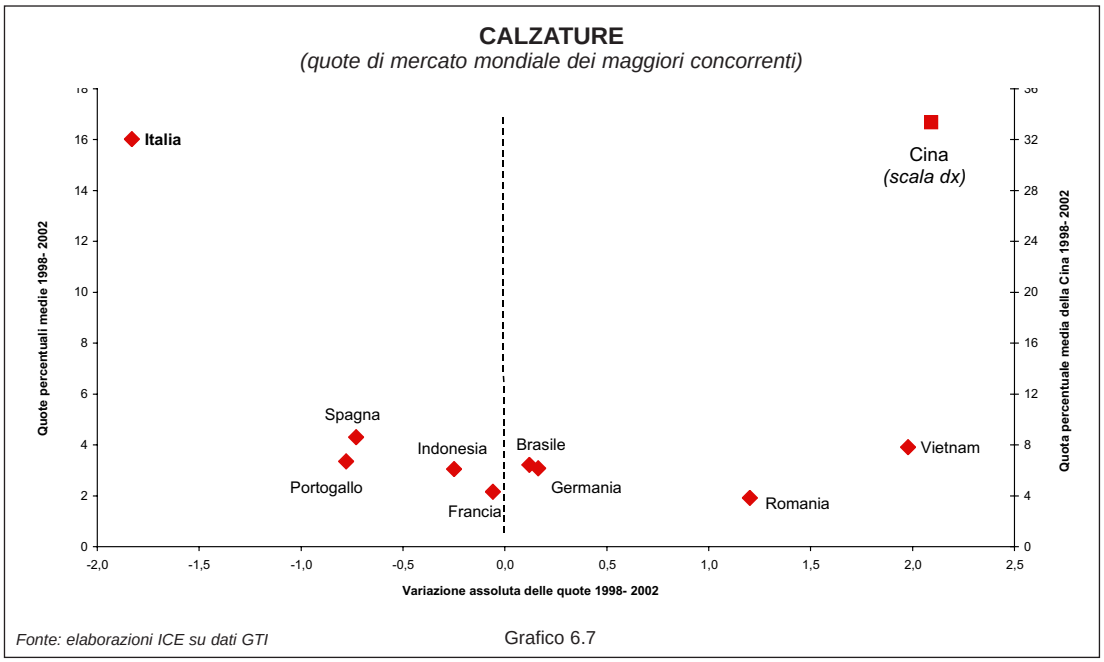
Calzature e prodotti in pelle e cuoio

Dopo un triennio di ampliamento, nel 2002 l'avanzo del settore ha subito un notevole ridimensionamento (da 8.100 a 6.950 milioni di euro), riportandosi sul livello del 1999. La contrazione ha riflesso una flessione delle esportazioni in valore (-8,7%) superiore a quella delle importazioni (-1,8%). La dinamica negativa delle vendite è da ricondursi quasi per intero alla diminuzione dei volumi esportati (-9,9%). Dal lato degli acquisti, invece, la riduzione in valore ha risentito, in presenza di una crescita delle quantità importate (+3,6%), della riduzione dei prezzi d'importazione, da ricondursi al favorevole impatto dell'apprezzamento dell'euro sui costi delle materie prime di base, provenienti per la maggior parte dai paesi extra-UE.

La flessione delle esportazioni è stata relativamente meno intensa se si guarda al solo comparto *calzaturiero*, in cui la caduta delle quantità è stata in parte attenuata dall'innalzamento dei valori medi unitari. La riduzione delle esportazioni italiane di *calzature* è avvenuta in un contesto di rallentamento generale degli scambi internazionali di questo prodotto; la perdita di quota dell'Italia nel 2002, pari a 0,4 punti percentuali, ha sostanzialmente corretto la crescita dell'anno precedente. Il guadagno che si era prodotto nel corso del 2001, imputabile quasi per intero all'innalzamento dei valori medi unitari, si è rivelato effimero e l'Italia si è riportata nel 2002 sul sentiero di deterioramento della propria quota di mercato che la caratterizza da alcuni anni (-1,8 punti percentuali nell'arco dell'ultimo quinquennio). I concorrenti asiatici ed europei, primo fra tutti la Cina, hanno invece accresciuto la loro quota, anche se sembrano specializzarsi, dal punto di vista geografico, in modo diverso: per esempio, negli Stati Uniti (principale mercato di destinazione dell'Italia), la Cina provvede al 60% delle forniture; nell'ambito dell'Unione Europea, invece, la concorrenza è eser-

citata in modo più evidente dai paesi dell'Europa centro-orientale e dal Vietnam. In particolare, la Germania, tradizionalmente nostro principale mercato di sbocco, viene oggi rifornita in gran parte dai paesi dell'Europa centro-orientale, magari attraverso le filiali estere dei nostri operatori. Il Vietnam, con una crescita della quota nell'ultimo anno di 0,6 punti percentuali, è diventato il terzo esportatore mondiale a discapito soprattutto della Spagna che, di contro, ha perso nell'ultimo anno un decimo della propria quota. Tra i competitori europei, che più verosimilmente possono esercitare una forma di concorrenza sui segmenti di mercato medio-alto in cui l'Italia è leader, si segnala la crescita di Belgio, Germania e Francia.

Dal lato delle importazioni di calzature, gli acquisti dall'estero sono stati particolarmente sostenuti dalle aree di provenienza extra-Ue, da cui proviene oltre l'80% dei nostri acquisti. Dalla sola Romania le importazioni sono aumentate dell'11,7% nel solo 2002. Gli acquisti da questo paese si sono praticamente decuplicati nel corso degli ultimi dieci anni, talché lo scorso anno il 30% delle importazioni italiane di calzature ha avuto una provenienza rumena; tale percentuale era del 10% dei primi anni novanta. Gli acquisti italiani sono costituiti per circa un terzo da semilavorati (tomaie di cuoio) e per un altro terzo da prodotti finiti di media qualità; le nostre vendite nel mercato rumeno, invece, sono costituite da cuoio e semilavorati (diversi dalle tomaie).



Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.7

Legno e prodotti in legno

Il disavanzo del settore, che si era ridotto nel corso del 2001, è tornato ad ampliarsi lo scorso anno (da 1.750 a 1.850 milioni di euro). La maggior parte dei nostri acquisti è stata di origine UE, con l'Austria che, con un peso del 25% sul totale, si è confermata al primo posto tra i fornitori dell'Italia. La crescita in valore delle importazioni si è verificata in presenza di opposte dinamiche dei comparti a più spiccato disavanzo (si

sono ridotte le importazioni dei materiali di base, sono cresciute quelle dei semilavorati). Da sottolineare la contrazione degli acquisti di legno dai paesi dell'Africa centro-meridionale da cui proviene tradizionalmente il legname più pregiato.

Il commercio mondiale dei prodotti di questo settore è stato nel 2002 più dinamico di quello medio dei prodotti manufatti; l'Italia, che nel periodo precedente aveva leggermente accresciuto la propria quota di mercato, si è riportata al 2,3% e ha pagato le perdita di posizioni sul mercato dei PECO, uno tra i più dinamici del 2002. Tra tutti i principali esportatori di *prodotti in legno* solo Cina, Germania e Austria (le ultime due sostenute dall'ottima posizione relativa nei mercati dell'Europa centro-orientale) hanno consolidato nel 2002 le proprie posizioni di mercato; il Canada, pur rimanendo leader del settore, ha visto ridursi la propria quota dal 20,4 al 18,9%.

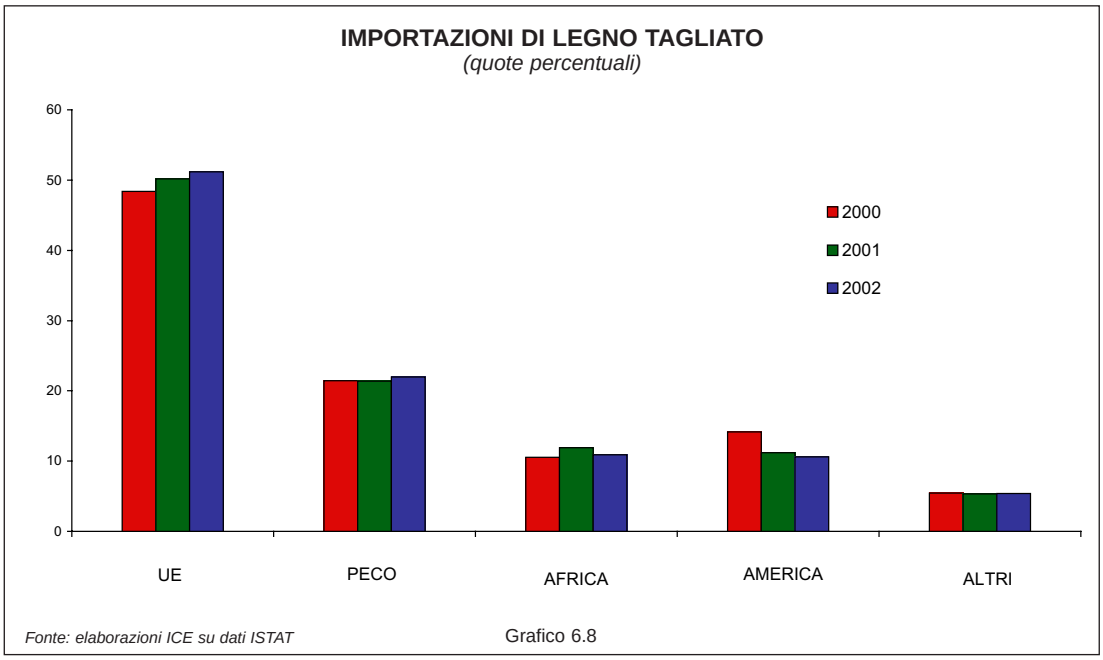
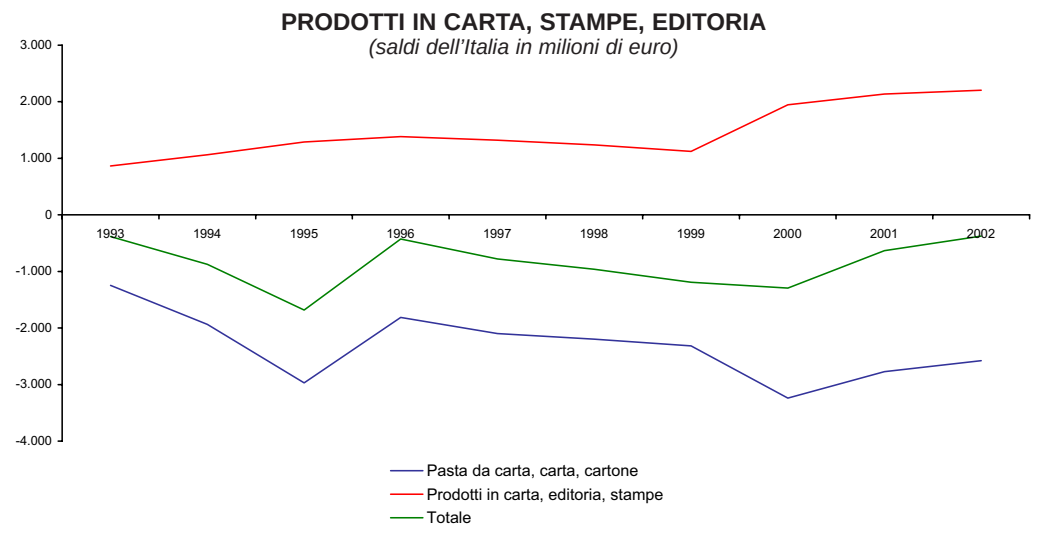


Grafico 6.8

Prodotti in carta, stampa, editoria e supporti registrati

La riduzione degli acquisti dall'estero e la contestuale stabilità delle esportazioni hanno prodotto una nuova riduzione del passivo del settore che, dopo la crescita degli ultimi anni novanta, si è riportato sui livelli del 1997. Il miglioramento è dovuto, se si guarda all'aggregato, al differenziale di crescita tra le quantità importate (5,5%) e quelle esportate (9,7%). L'Italia presenta una netta situazione di disavanzo nelle materie di base (*pasta da carta, carta e cartone*) del settore; gli acquisti italiani di questi prodotti provengono prevalentemente dai vicini paesi europei anche se, nell'anno trascorso, forse come riflesso dell'apprezzamento dell'euro che ha reso i loro prodotti più competitivi, gli Stati Uniti hanno recuperato parte del terreno perso nel 2001.

Gli scambi internazionali del settore, che avevano già subito un netto rallentamento nel corso del 2001, hanno perso ulteriore peso sul totale del commercio mondiale. Gli acquisti dei paesi europei sono stati relativamente più dinamici, con positivi riflessi sulla quota di mercato mondiale italiana passata dal 3,6 del 2001 al 3,7% del 2002.

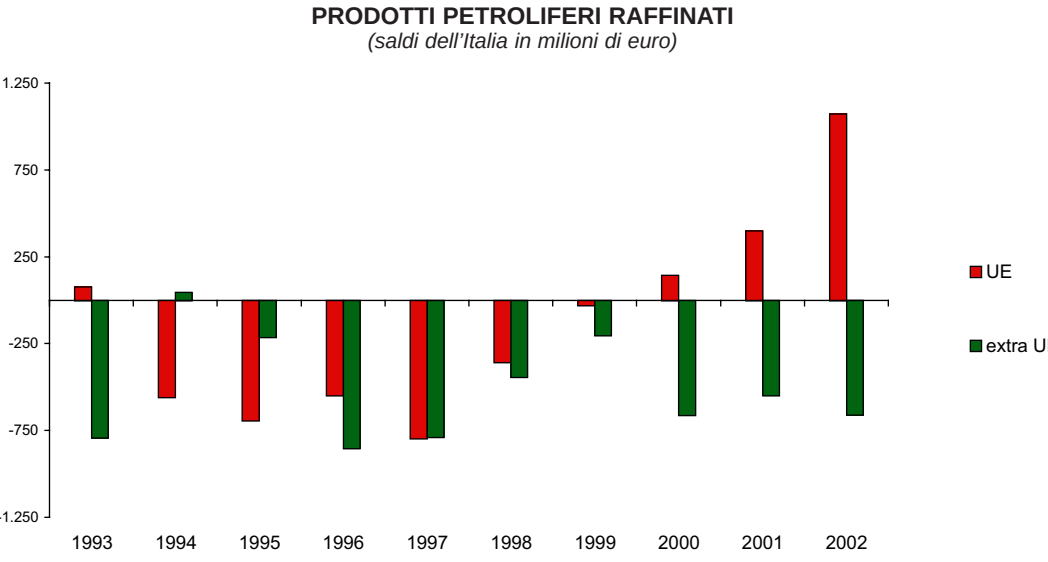


Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 6.9

Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari

Questo settore, tradizionalmente in disavanzo, aveva registrato un'inversione di tendenza nel 2001, con un saldo della bilancia commerciale tornato positivo. Nel corso del 2002, invece, gli acquisti dall'estero (5 miliardi di euro) hanno largamente superato le vendite (4,4 miliardi di euro); tali dinamiche hanno fondamentalmente riflesso aumenti delle quantità importate sensibilmente superiori a quelle esportate. Dal lato delle esportazioni, i nostri principali mercati di destinazione sono stati la Spagna, gli Stati Uniti e l'insieme dei vicini paesi del Mediterraneo.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 6.10

Il processo di despecializzazione produttiva del comparto da parte dei paesi di prima industrializzazione, in atto da tempo, si è confermato nei dati dell'anno trascorso: in quasi tutti questi paesi si è assistito a una tendenziale e generalizzata riduzione delle esportazioni, se non in termini assoluti quantomeno in termini relativi, a fronte di dinamiche invece più differenziate sul fronte degli acquisti. Gli scambi internazionali del settore, in virtù dell'innalzamento del prezzo del petrolio nel 2000, erano cresciuti enormemente negli ultimi due anni; nel corso del 2002 il valore globale degli scambi è andato stabilizzandosi e il settore ha perso peso sul totale del commercio mondiale. In tale contesto l'Italia ha perso due decimi della propria quota di mercato che è così giunta al 2,8%. La Russia, con un guadagno di quota di oltre un punto decimale nel solo 2002, è stata leader del settore, superando in questo ruolo i Paesi Bassi.

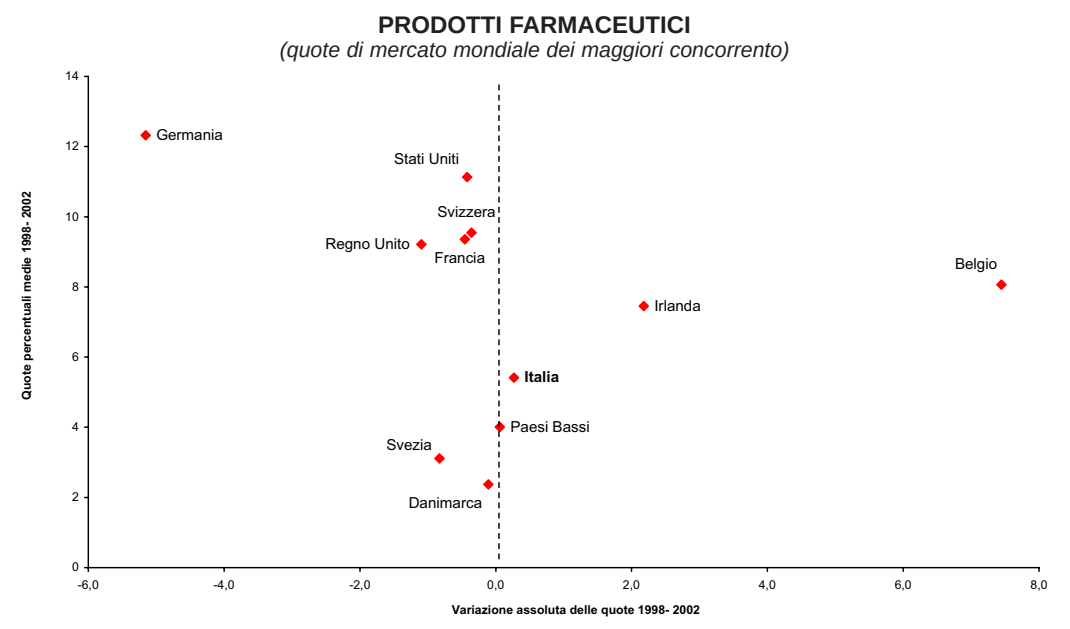
Prodotti chimici e farmaceutici, fibre sintetiche e artificiali

Il settore chimico è stato interessato da importanti cambiamenti nel corso dell'ultimo decennio; le modifiche sono andate nel senso di un graduale aumento della rilevanza di questi prodotti nelle esportazioni complessive del nostro paese e di una diversa "gerarchia" dei punti di forza e di debolezza nell'ambito del settore. Nel 1993 il peso dei prodotti chimici sul totale delle esportazioni manifatturiere era del 7,7%, oggi questi prodotti rappresentano il 10,3% delle vendite. Contemporaneamente, si è modificata la composizione delle esportazioni chimiche: l'*industria chimica di base*, che nei primi anni novanta rappresentava circa il 50% delle vendite all'estero del settore, nel 2002 è scesa a circa un terzo (26,7 miliardi di euro); i *prodotti farmaceutici*, pari all'inizio delle scorso decennio al 17% delle esportazioni chimiche, sono stati nel 2002 circa un terzo delle vendite all'estero del settore.

Nel complesso, la bilancia commerciale della chimica, pur rimanendo negativa, ha registrato nel 2002 un ulteriore leggero miglioramento; esso ha riflesso l'ampliamento dell'avanzo nei confronti dei mercati extra-UE. Insieme agli Stati Uniti, per i quali nel 2002 si è registrata un'inversione del saldo, l'Italia è l'unico tra i primi 10 paesi esportatori a mantenere in questo settore una situazione di disavanzo complessivo. Il comparto di maggiore svantaggio è la *chimica di base*, nonostante un costante seppur lento rientro del rapporto tra il saldo e il totale dell'interscambio. Le nostre esportazioni si rivolgono prevalentemente in Belgio, Germania e Svizzera. Nel corso del 2002, per quanto riguarda il comparto *farmaceutico*, si devono segnalare l'aumento dei nostri acquisti dall'Irlanda ed il contestuale ampliamento delle nostre esportazioni verso il Belgio.

Mentre alla fine degli novanta la dinamica degli scambi mondiali di prodotti chimici era stata sostanzialmente in linea con quella della domanda mondiale di manufatti, negli ultimi due anni il settore ha avuto una netta evoluzione, specie nella componente farmaceutica. I dati del 2002 mostrano, nell'aggregato, una sorprendente crescita delle quote di mercato del Belgio e dell'Irlanda. Per quanto riguarda quest'ultimo paese, il guadagno è da attribuirsi al rafforzamento del solo comparto farmaceutico (+2,9 punti percentuali); nel caso del Belgio, invece, all'eccezionale performance del comparto dei farmaceutici (+6,3 punti percentuali), si accompagna una buona crescita di quota anche della chimica di base (+0,6 punti percentuali). A tali

dinamiche si contrappone la riduzione del peso sulle esportazioni mondiali di tutti i principali paesi esportatori, con la sola eccezione della Svizzera. Le perdite più consistenti sono state quelle di Stati Uniti e Germania che, pur rimanendo primo e secondo esportatore mondiale, hanno perso rispettivamente 1 e 1,2 punti percentuali rispetto al 2001. L'Italia, decimo esportatore mondiale, mantiene la quota di mercato settoriale sul 3,8% del 2001, compensando la leggerissima perdita di posizione nella chimica di base e nei prodotti farmaceutici con il lieve guadagno nei comparti complementari della chimica.



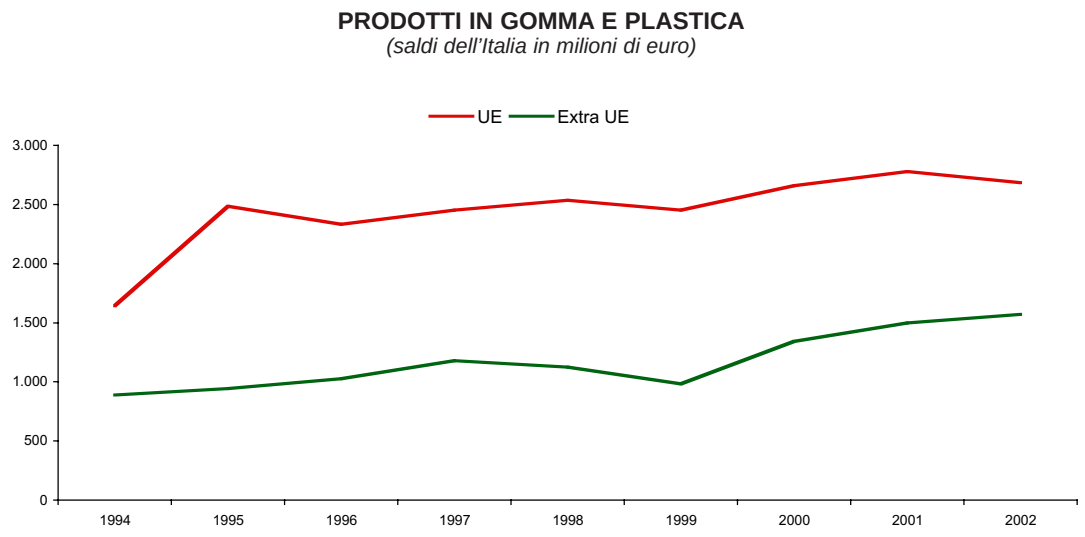
Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.11

Articoli in gomma e materie plastiche

L'attivo settoriale, dopo due anni di ampliamento, si è confermato sui 4.250 milioni di euro. Al mantenimento del saldo sui livelli del 2001 hanno concorso gli opposti andamenti dell'avanzo nei confronti dei paesi UE, che si è leggermente ridotto, e di quello nei confronti dei paesi extra-UE, che, di contro, è leggermente cresciuto. Gli scambi dell'Italia dei prodotti di questo comparto sono estremamente concentrati nei vicini mercati europei (Francia e Germania hanno acquistato da sole oltre un terzo del venduto).

Gli scambi internazionali di prodotti in *gomma e plastica* sono stati tra i più dinamici del 2002. L'Italia ha sperimentato una flessione di quota di mercato sostanzialmente legata agli andamenti della domanda UE di questi prodotti: il 67% delle vendite estere italiane ha infatti come destinazione uno dei mercati dell'Unione, talché il nostro paese è particolarmente esposto agli andamenti relativi della domanda di quest'area e alla performance ivi ottenuta. La riduzione di quota nell'UE, pur nell'ordine di pochi centesimi di punto, ha di fatto inciso profondamente sulla riduzione della quota sul mercato mondiale, passata dal 6,3% del 2001 al 6,2% del 2002.



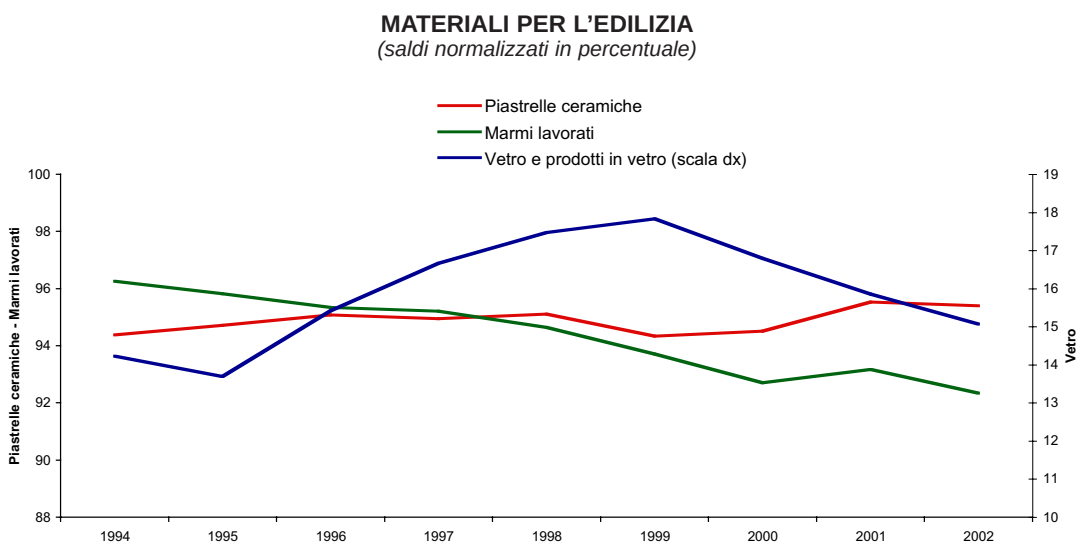
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 6.12

Vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia

Il saldo della bilancia commerciale , pur mantenendosi decisamente positivo, si è ridotto di circa 200 milioni di euro (da 6,4 a 6,2 miliardi di euro). Il rapporto dell'avanzo sul totale dell'interscambio ha raggiunto il valore più basso degli ultimi 10 anni (51,9%). Gli Stati Uniti sono ormai stabilmente il primo mercato di sbocco delle esportazioni italiane del settore (18,2%); non sembra dare segnali di ripresa, invece, il mercato tedesco che, pur rimanendo il nostro primo mercato d'approvvigionamento, continua a perdere d'importanza quale mercato di destinazione delle nostre vendite estere. Tra i vari comparti che compongono il settore, si devono registrare le riduzioni delle vendite estere di *prodotti in vetro* e delle *pietre da taglio*. E' proprio in quest'ultimo comparto che in maniera più evidente si manifesta la concorrenza cinese.

La voce più importante del comparto per quanto riguarda le vendite estere è rappresentata dalla *piastrelle in ceramica*; le esportazioni di questo comparto sono cresciute dell'1%. In questi prodotti l'Italia, pur rimanendo leader mondiale, nel solo 2002 ha perso 1,2 punti percentuali della propria quota di mercato (45,2%); in un arco temporale che va dal 1997 ad oggi, la perdita cumulata è pari a 4,4 punti. La Spagna, nostro principale concorrente, dopo avere sperimentato negli ultimi anni una crescita di quote di mercato e una conseguente riduzione della distanza nei confronti dell'Italia, ha subito nel 2002 una riduzione del peso sulle esportazioni mondiali. Mentre la Spagna ha risentito della crisi del mercato dell'America latina e ha perso quote nei vicini mercati UE, l'Italia ha registrato un'erosione esclusivamente nel Medio Oriente. In quest'area, tra le più dinamiche del 2002, la Cina ha soddisfatto il 9,3% degli acquisti; l'unico concorrente a non aver perso quote nell'anno trascorso è stata la Turchia.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

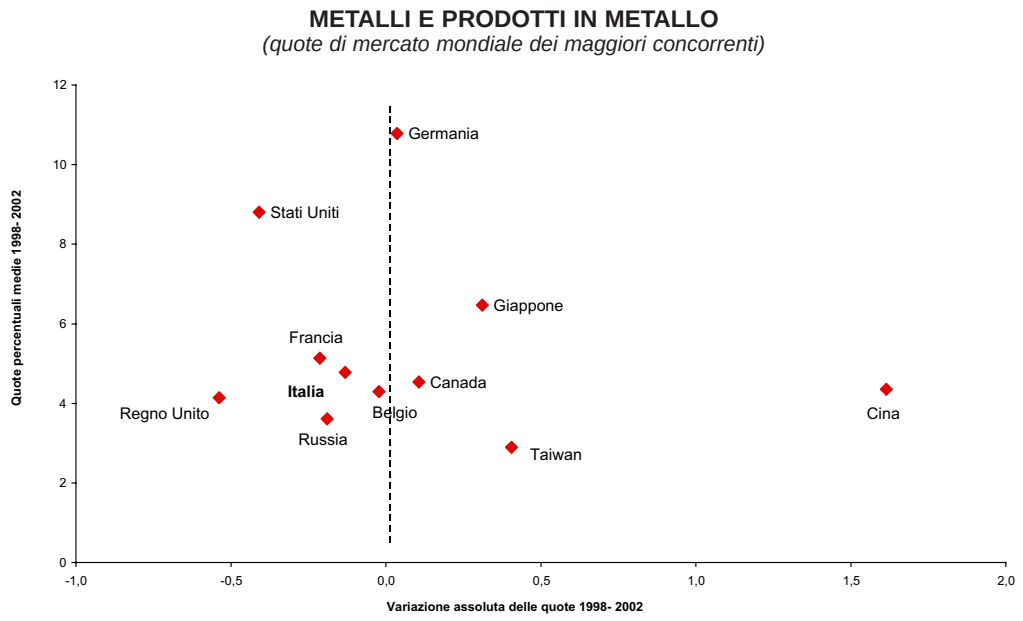
Grafico 6.13

Metalli e prodotti in metallo

Il settore dei metalli è stato caratterizzato nel 2002 da un ridimensionamento dei volumi d'importazione, pur in presenza di una riduzione dei prezzi, in alcuni dei comparti che lo compongono e che tradizionalmente si presentano con un ampio disavanzo (*prodotti della siderurgia e metalli di base non ferrosi*). La contestuale diminuzione delle esportazioni, inferiore sia in termini di variazione percentuale sia in termini assoluti a quella delle importazioni, ha comportato un nuovo calo del passivo della bilancia commerciale (attestatosi sui 2.600 milioni di euro, oltre 1.000 in meno rispetto al 2001). La contrazione delle vendite estere si è verificata sostanzialmente nel mercato UE mentre la performance è stata positiva in quasi tutti gli altri mercati. La forte riduzione degli acquisti di *metalli preziosi* è probabilmente legata alla diminuzione delle vendite dei prodotti che si trovano a valle della catena produttiva di cui questi metalli fanno parte.

All'andamento complessivo degli scambi internazionali del settore (-2,1% rispetto al 2001) hanno contribuito in modo diverso le dinamiche dei vari comparti in cui il settore può essere diviso: mentre gli scambi di prodotti finiti in cui l'Italia presenta un avanzo commerciale ed una quota relativamente alta (7,6% nel 2002) sono diminuiti, le transazioni di prodotti della siderurgia e di metalli di base non ferrosi hanno avuto nel complesso una dinamica positiva (+2,8%). In questi due comparti la quota di mercato italiana è passata rispettivamente dal 5,3% e dal 2,1% del 2001 al 4,9% e al 2,2% del 2002. Gli andamenti della domanda mondiale dal punto di vista merceologico sono stati, quindi, sostanzialmente negativi per l'Italia (sono cresciuti di più i settori in cui la nostra quota di mercato è relativamente più bassa). Il mantenimento della quota complessiva trova, quindi, giustificazione nell'andamento della domanda dal punto di vista geografico: le aree più dinamiche (Europa centro-orienta-

le, Medio Oriente e Nord Africa) sono quelle in cui i nostri esportatori detengono quote di mercato più elevate. Al contrario, la Germania, che resta leader mondiale del settore e nostro principale concorrente nei PECO, sembra avere risentito del rallentamento degli acquisti americani. Per quanto riguarda i nostri maggiori concorrenti, da registrare il successo del Giappone (conseguente alla dinamicità del mercato asiatico) e la perdita di terreno degli Stati Uniti.



Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.14

Macchine ed apparecchi meccanici

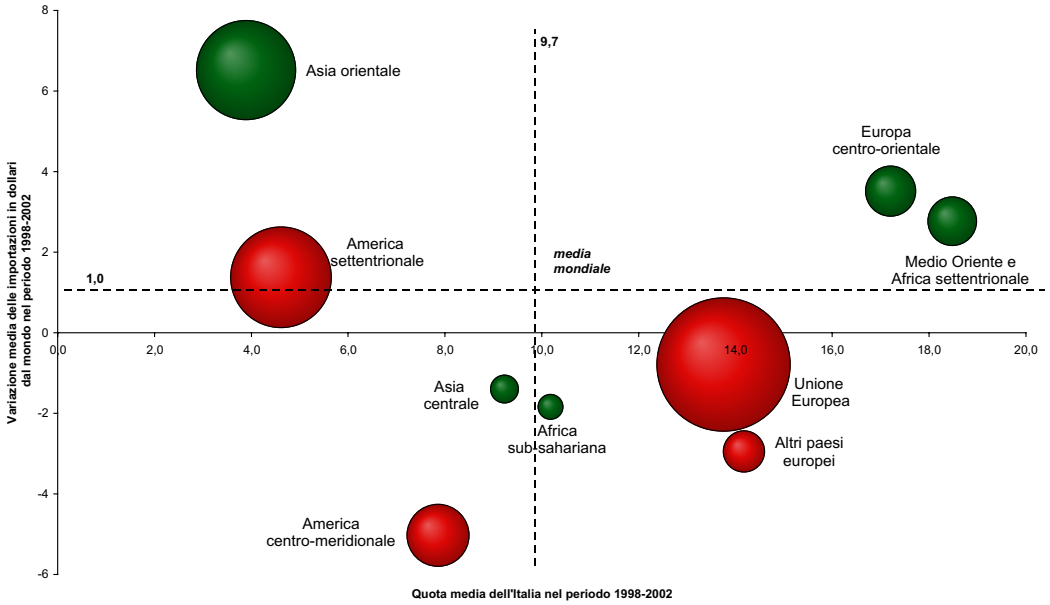
A fronte dinamiche molto simili nei flussi d'esportazione e d'importazione, diminuiti in valore rispettivamente del 2,8 e del 2,7%, l'avanzo commerciale del settore si è ridotto, per un effetto di scala, di circa un miliardo nel corso del 2002, portandosi sui 32,3 miliardi di euro. Le esportazioni, di poco inferiori ai 52,5 miliardi di euro, sono state sostenute dai mercati dell'Asia orientale e da quello dell'Europa centro-orientale, cui si dirige ormai l'11% delle nostre vendite estere. La positiva dinamica delle vendite in questi mercati è stata però più che compensata dalle flessioni registrate in pressoché tutti gli altri paesi di destinazione. Sulla riduzione delle nostre esportazioni potrebbe aver influito anche la pressione della domanda interna, stimolata, soprattutto nella seconda metà dell'anno, dagli incentivi fiscali alle spese in beni di investimento in scadenza alla fine del 2002. Con riferimento ai principali mercati di sbocco, la Francia è diventato il nostro principale acquirente, superando la Germania; il sorpasso è tuttavia avvenuto in un quadro di generalizzata flessione delle importazioni dei paesi dell'UE, incluse quelle francesi, che avevano manifestato negli ultimi anni buoni tassi di crescita; per quanto riguarda le importazioni della Germania, esse mostrano una tendenza declinante ormai dalla fine degli anni novanta.

Diminuzioni hanno riguardato anche gli acquisti dell'Italia da alcuni paesi dell'UE. Le riduzioni, più ampie si sono prodotte nei nostri acquisti dalla Germania e dal Regno Unito; a ciò si sono contrapposti aumenti delle importazioni italiane dalla Francia e dal Belgio.

Gli scambi internazionali del settore, strutturalmente più stabili rispetto a quelli caratterizzanti gli altri comparti, hanno registrato andamenti relativamente più lenti rispetto alla media dell'industria manifatturiera. L'evoluzione delle esportazioni italiane è risultata sostanzialmente in linea con quella degli scambi mondiali con una conseguente stabilità della quota di mercato italiana, ferma al 9,7%. Tale stasi ha però sotteso dinamiche piuttosto differenziate nei vari mercati. Ad esempio, nell'Europa centro-orientale, mercato in significativa espansione nel 2002, le vendite italiane hanno sperimentato un buon risultato. Anche nell'area dell'Estremo Oriente, che sta velocemente riportandosi sulle posizioni antecedenti la crisi del 1997, gli esportatori italiani hanno evidenziato un andamento favorevole, consolidando il guadagno di quota conseguito nel 2001.

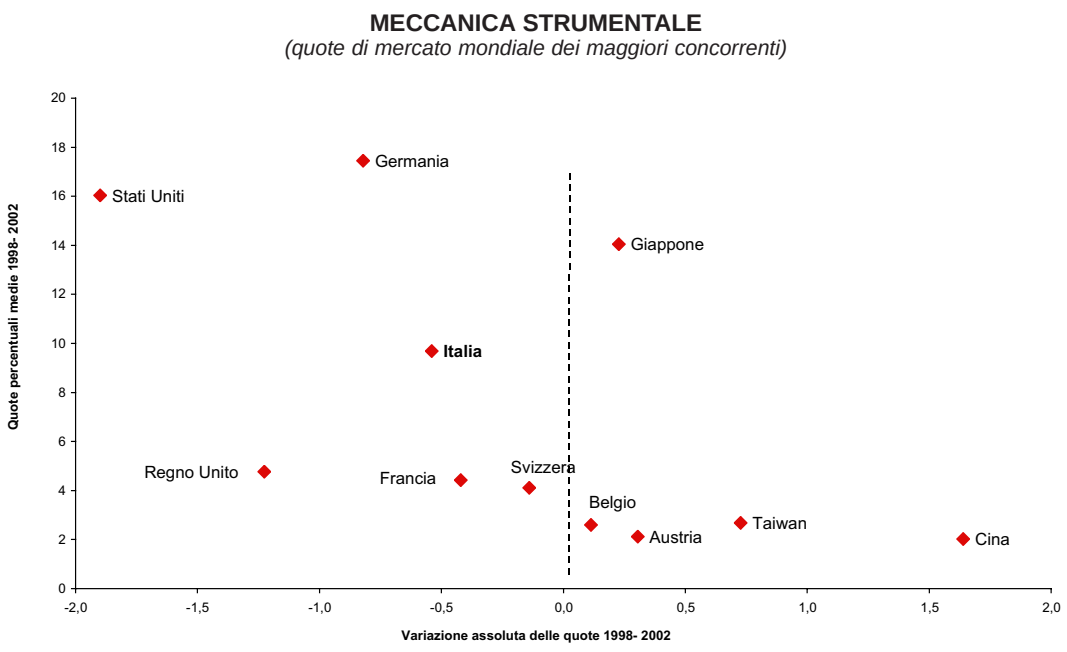
L'Italia, quarto esportatore mondiale di *macchine industriali di impiego generale*, ha confermato la propria quota di mercato all'8,9%. A questo risultato si è giunti grazie alla performance, positiva in relazione all'andamento generale degli scambi, registrata nel mercato UE; in quest'area la quota dell'Italia è cresciuta (dal 12,1 al 12,3%), nonostante la riduzione in valore delle vendite. Italia e Germania hanno tratto vantaggio inoltre dal proprio posizionamento nel mercato dei PECO e dalla dinamicità degli acquisti di quest'area; la quota degli Stati Uniti, invece, è passata dal 17,2% del 2001 al 15,4% del 2002 e ha risentito, oltre che della crisi di domanda dell'America centro-meridionale, della cattiva performance realizzata nei mercati asiatici.

MACCHINE E APPARECCHI MECCANICI: QUOTE DI MERCATO DELL'ITALIA PER AREE



La dimensione del cerchio rappresenta il peso medio dell'area sulle importazioni mondiali nel periodo 1998-2002; cerchi di colore rosso individuano aree con quote in diminuzione dal 1998 al 2002

Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI Grafico 6.15



Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.16

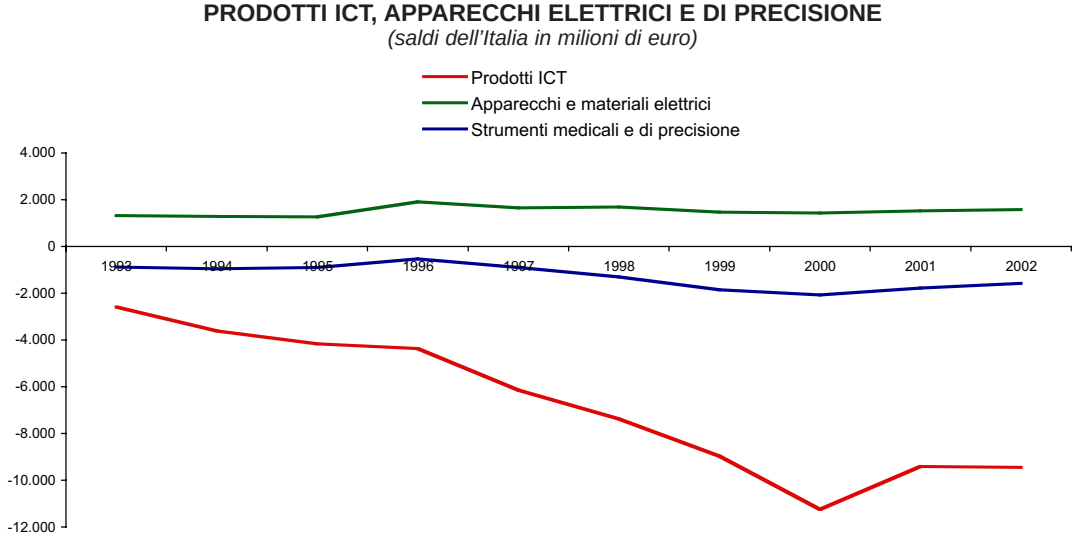
Per quanto riguarda la *meccanica strumentale*, la cui domanda mondiale è stata meno vivace di quella degli altri comparti del settore, le esportazioni italiane sono diminuite complessivamente del 5,8% a fronte di una riduzione degli scambi internazionali leggermente inferiore. I prodotti di questo comparto restano, comunque, quelli che in misura maggiore contribuiscono al saldo positivo della bilancia commerciale. L'andamento delle esportazioni è stato piuttosto disomogeneo dal punto di vista geografico. La performance nei mercati dell'area PECO è risultata decisamente positiva, con un incremento della quota di mercato italiana (dal 17,6 al 18,3%), superiore a quello della Germania, che comunque mantiene la leadership in quest'area. Da segnalare, in particolare, la crescita delle nostre esportazioni verso la Polonia, soprattutto di macchine utensili legate alla lavorazione dei metalli. Buoni risultati sono stati conseguiti anche nell'area mediorientale e in Asia orientale.

Il settore degli *elettrodomestici* è stato uno dei più dinamici del 2002. Nei mercati dell'Europa occidentale, cui è destinato più del 60% delle nostre vendite estere, la domanda si configura come prettamente di sostituzione, talché difficilmente in futuro essa potrà avere margini sostanziali di crescita. Le migliori opportunità, invece, dovrebbero verificarsi nei mercati emergenti, soprattutto dell'Europa orientale. All'interno di quest'area spiccano, per importanza e dinamicità, gli acquisti di Russia, Polonia e Repubblica Ceca. In tali paesi la quota italiana si è tuttavia ridotta sensibilmente nel corso del 2002 (-4,7 punti percentuali), risentendo della forte pressione competitiva dei concorrenti asiatici.

Macchine e apparecchi elettrici e di precisione

Il disavanzo commerciale, che alla fine del 2000 aveva raggiunto cifre prossime ai 12 miliardi di euro, si è ridotto per il secondo anno consecutivo portandosi sui 9,5 miliardi di euro.Il saldo normalizzato del settore, tradizionalmente negativo, è tornato, dopo l'interruzione del 2001, a peggiorare. Al cattivo andamento delle esportazioni verso l'Unione Europea, cresciute solo nel comparto degli *strumenti medicali e di precisione*, si è aggiunta la performance negativa delle vendite verso i paesi dell'Europa centro-orientale che, insieme a quelli dell'America centro-meridionale, avevano sostenuto negli anni precedenti le nostre vendite estere. Dal lato degli acquisti, in presenza di una riduzione dei valori medi unitari, le importazioni in quantità si sono ridotte di oltre il 5%.

Il comparto dei prodotti *ICT* è quello in cui l'Italia presenta la situazione di disavanzo più evidente; la discesa delle vendite di computer del 2002, pari al 20% rispetto al periodo precedente e percentualmente molto più ampia di quella registratasi nei flussi d'importazione, si è innestata su un percorso di indebolimento che coinvolge tutti i paesi occidentali. Sottraendo la leadership agli Stati Uniti, la Cina è diventata nel 2002 il primo produttore mondiale di computer; la conquista di quote di mercato in atto da parte di tutti i paesi del sud-est asiatico coinvolge tutto il comparto dei prodotti *ICT*, anche a discapito di nazioni come l'Irlanda, protagoniste negli ultimi anni di una rapida ascesa. Più che del ridimensionamento del mercato degli elaboratori elettronici, il cui commercio mondiale ha stentato a riprendersi nonostante una crescita degli scambi dei prodotti di *ICT* dello 0,4%, l'Italia ha risentito della crisi di mercato di quei prodotti in cui deteneva quote di mercato relativamente più alte dell'1% medio. Le vendite di *apparecchi trasmittenti per la radio-televisione e la telefonia su filo*, ad esempio, si sono ridotte nel 2002 del 14% e la quota italiana è passata dal 2,2 all'1,6%. L'unica tra le nazioni europee a non perdere terreno nell'anno trascorso è stata la Germania, in virtù del processo di integrazione con i paesi



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 6.17

dell'Europa centro-orientale estremamente vivace anche in questo settore.

La tradizionale situazione di avanzo commerciale dell'Italia negli *apparecchi e materiali elettrici* si è confermata nel 2002, accompagnata da un nuovo miglioramento del saldo normalizzato (in recupero dopo la netta flessione del 2002). Sulla leggera crescita del saldo ha inciso la netta riduzione degli acquisti dall'Unione Europea con la quale, dopo l'inversione del 2001, l'Italia è tornata ad avere una situazione di avanzo commerciale. In quest'area, inoltre, l'Italia è riuscita a mantenere la propria posizione di mercato (la quota sulle importazioni dell'UE è rimasta del 6%), mentre la quota nei paesi dell'Europa centro-orientale, già relativamente più alta, è addirittura cresciuta (passando dall'8,1% del 2001 all'8,4% del 2002). La leggera flessione invece nei mercati americano e asiatico, per i quali si partiva da livelli molto bassi, pesa relativamente poco sulla flessione della quota aggregata dell'Italia, su cui ha invece inciso più pesantemente il ridimensionamento nel mercato mediorientale: in quest'area, servita in misura sempre maggiore dalla Cina, sono cresciuti anche i produttori dell'Europa non UE.

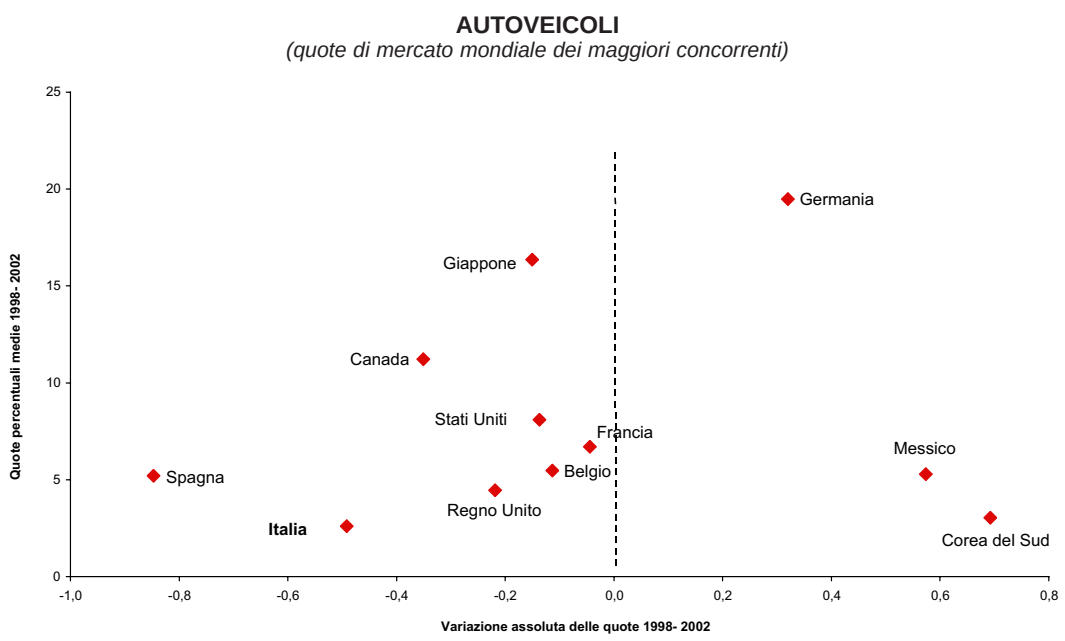
All'interno del comparto degli *strumenti di medicali e di precisione*, si segnala il buon risultato dei prodotti dell'*occhialeria*; in questo comparto l'Italia, nonostante la continua crescita delle esportazioni cinesi, ha mantenuto la leadership mondiale con una quota di mercato superiore al 27%. Il soddisfacente andamento delle esportazioni (+2,1% rispetto al 2001) si deve alle vendite nei mercati UE (+25%) che hanno compensato la riduzione delle esportazioni negli Stati Uniti, per i quali la Cina è ormai il primo fornitore.

Mezzi di trasporto

Nonostante una leggera crescita del rapporto tra volumi d'esportazione e d'importazione, la dinamica dei prezzi relativi ha fatto sì che il disavanzo del settore abbia raggiunto nel 2002 il suo valore massimo (-8.500 milioni di euro); il peggioramento è legato all'andamento del comparto *autoveicoli e parti* le cui esportazioni, nonostante la ripresa degli scambi a livello mondiale e una certa vivacità degli acquisti UE, sono leggermente diminuite; le importazioni sono invece aumentate risentendo, soprattutto nella seconda metà dell'anno, degli incentivi agli acquisti di autoveicoli attesi scadere alla fine dell'anno.

La perdita di quota dell'Italia in questo comparto (-0,2 punti percentuali rispetto al 2001) si è prodotta pressoché per intero nell'Unione Europea; in quest'area, ed in particolare negli *autoveicoli*, si deve registrare di contro il successo del Regno Unito e il recupero del Giappone.

A sostenere il settore è stato, invece, il comparto degli altri *mezzi di trasporto*. Per questi prodotti l'avanzo commerciale, che si era dimezzato nel corso del 2001, è tornato a crescere grazie soprattutto alle vendite nelle Americhe e nell'Asia orientale. In quest'area, grazie alla contrazione degli acquisti di motocicli di grande cilindrata, l'esposizione netta sul totale dell'interscambio è passata dal 74% del 2001 al 19% dell'anno passato.



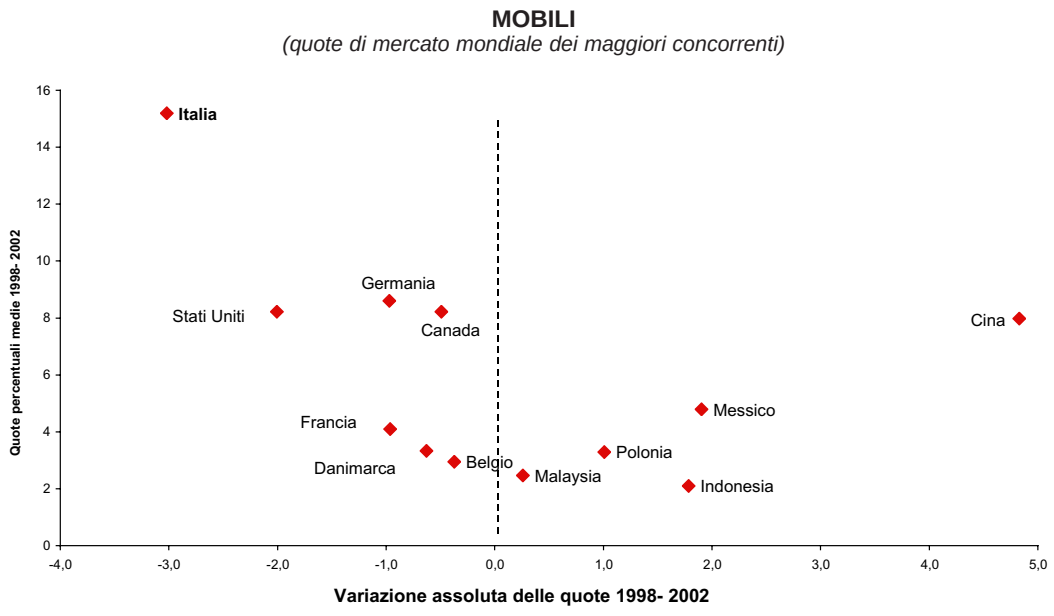
Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.18

Mobili

In presenza una diminuzione della ragione di scambio, l'avanzo del settore si è leggermente ridotto nel corso del 2002. Il saldo normalizzato, pur positivo, ha continuato ad erodersi, a riflesso di un deterioramento negli scambi con l'area extra europea che ha più che compensato il miglioramento denotato nel commercio con l'Unione Europea. In un contesto di scambi piuttosto dinamico, soprattutto nell'area Nord Americana, le esportazioni italiane, laddove non diminuiscono, crescono ad un tasso decisamente inferiore a quello dei principali concorrenti. Gli Stati Uniti si sono confermati per il secondo anno consecutivo, oltre che il primo mercato del settore, il nostro principale mercato di sbocco. Il 31% delle importazioni di mobili statunitensi del 2002 ha origine cinese; la crescita della Cina e, a tassi decisamente inferiori, del Messico in questo mercato è avvenuta a spese, oltre che del Canada, degli esportatori europei. La riduzione di quota dell'Italia, pur nell'ordine di 0,7 punti percentuali nell'ultimo quinquennio, è relativamente contenuta se confrontata con quella dell'Unione Europea; l'Italia opera su segmenti di mercato medio-alti e proprio per questo motivo sembra riuscire a sostenere la concorrenza di Cina e Messico. Nel mercato UE, invece, la concorrenza viene esercitata più prepotentemente da alcuni paesi dell'Europa centro-orientale: Polonia e Repubblica Ceca, decisamente in crescita verso il mercato tedesco, stanno velocemente guadagnando porzioni di mercato.

Il contributo della sola Cina (da cui proviene ormai il 10,8% delle esportazioni mondiali contro il 5,4% nel 1997) all'evoluzione delle esportazioni mondiali di mobili nel 2002 è stato del 47%. Mentre l'Italia negli ultimi sei anni ha sperimentato una variazione prossimo a zero delle vendite di mobili, l'andamento delle esportazioni è



Fonte: elaborazioni ICE su dati GTI

Grafico 6.19

stato molto più dinamico per Cina (20%), Messico (14%) e Polonia (13%). Tutti i principali 10 esportatori di mobili, ad eccezione di Cina e Polonia, hanno subito una riduzione di quota nel 2002; quella dell'Italia, dell'ordine di 4 decimi di punto, è in linea con gli altri produttori europei che partivano da posizioni di mercato più basse e si è prodotta sostanzialmente in tutti i mercati.

ITALIA MULTINAZIONALE – ANALISI PER SETTORE[1]

La composizione settoriale delle partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia vede in entrambi i casi l'assoluta prevalenza dell'industria manifatturiera, seppure con una non trascurabile differenza in termini di incidenza relativa: riferendoci agli addetti, la quota di questo comparto è del 79,6% in uscita, ma scende al 69,5% in entrata (tav. 1). Di tale differenza beneficiano, sul lato delle partecipazioni dall'estero, alcuni settori dei servizi, che hanno maggiore rilevanza comparativamente alla consistenza delle partecipazioni in uscita: in particolare, i servizi professionali, i servizi di logistica e trasporto ed i servizi di informatica e di telecomunicazione (soprattutto nel caso delle partecipazioni di controllo); più equilibrata, se pur con un saldo sempre favorevole all'entrata, risulta invece la consistenza delle attività commerciali.

Ad un esame più di dettaglio, le partecipazioni in entrata sembrano ancora caratterizzarsi per un maggiore spessore "strategico". Il confronto basato sugli addetti collegati a tutte le partecipazioni estere in entrata e in uscita premia

Tav. 1 - Le partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia al 1.1.2002, per settore

	Partecipazioni italiane all'estero (a)			Partecipazioni estere in Italia (b)			(a) / (b)	
	Imprese	Addetti	Fatturato (mn. euro)	Imprese	Addetti	Fatturato (mn. euro)	Addetti	Fatturato
				Totale				
Industria estrattiva	118	12.983	7.800	13	1.512	133	8,59	21,31
Industria manifatturiera	5.047	851.281	157.101	2.321	613.346	40.150	1,39	0,85
Energia elettrica, gas e acqua	149	9.856	2.068	40	5.409	1.417	1,82	0,53
Costruzioni	552	17.915	2.210	56	6.745	434	2,66	1,31
Commercio all'ingrosso	5.666	76.995	64.704	1.863	93.369	8.764	0,82	0,70
Logistica e trasporti	739	7.610	3.141	264	39.296	2.180	0,19	0,28
Servizi di informatica e telecomunicazione	347	72.261	24.129	389	79.385	7.271	0,91	1,23
Altri servizi professionali	645	20.630	4.243	475	43.367	3.094	0,48	0,44
Totale	**13.263**	**1.069.531**	**265.396**	**5.421**	**882.429**	**63.444**	**1,21**	**0,82**
				Partecipazioni di controllo				
Industria estrattiva	93	12.787	7.765	13	1.512	133	8,46	21,22
Industria manifatturiera	3.914	672.150	122.373	2.063	501.540	34.609	1,34	0,83
Energia elettrica, gas e acqua	123	8.732	1.736	32	3.094	595	2,82	0,95
Costruzioni	331	17.445	1.648	46	5.985	346	2,91	1,16
Commercio all'ingrosso	5.050	67.074	60.803	1.791	90.626	8.580	0,74	0,67
Logistica e trasporti	624	6.959	2.709	240	35.484	2.009	0,20	0,27
Servizi di informatica e telecomunicazione	298	24.659	5.783	360	64.336	6.904	0,38	0,37
Altri servizi professionali	558	19.277	3.980	446	41.544	2.993	0,46	0,44
Totale	**10.991**	**829.083**	**206.797**	**4.991**	**744.121**	**56.168**	**1,11**	**0,75**

Fonte: banca dati REPRINT.

[1] *Le informazioni in questa sede discusse sono tratte dalla banca dati Reprint, costituita presso il Politecnico di Milano nell'ambito di un progetto di ricerca promosso dall'ICE e volto ad analizzare le imprese multinazionali le cui attività coinvolgono l'economia italiana, ovverosia: (i) le imprese multinazionali a base italiana e le relative imprese partecipate all'estero; (ii) le imprese italiane partecipate da imprese multinazionali a base estera. Il campo di indagine si estende all'intero sistema delle imprese industriali e all'insieme dei servizi che ne supportano le attività. Più precisamente, con riferimento alla classificazione Ateco, i settori considerati sono l'industria estrattiva e manifatturiera (Ateco 11-37), la produzione e distribuzione di energia, elettrica, gas, acqua (Ateco 40-41), le costruzioni (Ateco 45), il commercio all'ingrosso (Ateco 51), i servizi di trasporto e logistici (Ateco 60-63, escluso 63.3), i servizi di telecomunicazione (Ateco 64.2), il* software *e servizi di informatica (Ateco 72), gli altri servizi professionali (Ateco 71, 73, 74).*

il lato dell'uscita, grazie alla presenza di una significativa componente di partecipazioni italiane in paesi con funzione di produzione – dati i prezzi relativi di capitale e lavoro – polarizzata su tecnologie utilizzatrici di lavoro. In termini di fatturato, la consistenza delle partecipazioni in entrata sopravanza ancora nettamente quella delle partecipazioni in uscita. Se poi si considerano le sole partecipazioni di controllo, anche il rapporto entrata/uscita riguardo agli addetti si riequilibra.

Le tavole 2, 3 e 4 offrono il quadro evolutivo delle partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia nel periodo recente e nel più lungo termine (1986–2002), mentre le tavole 5 e 6 consentono di analizzare ad un maggiore livello di dettaglio l'attuale composizione settoriale delle partecipazioni in uscita ed in entrata che interessano l'industria manifatturiera.

Tav. 2 - Evoluzione delle partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia, 1.1.2000-1.1.2002 (numero di addetti delle imprese partecipate)

	Partecipazioni italiane all'estero				Partecipazioni estere in Italia			
	1.1.2000	1.1.2001	1.1.2002	Var. % 2000-'02	1.1.2000	1.1.2001	1.1.2002	Var. % 2000-'02
Industria estrattiva	10.585	13.018	12.983	22,7	1.307	1.243	1.512	15,7
Industria manifatturiera	757.811	808.257	851.281	12,3	559.181	609.853	613.346	9,7
Energia elettrica, gas e acqua	8.112	9.676	9.856	21,5	1.772	2.259	5.409	205,2
Costruzioni	18.486	17.809	17.915	-3,1	3.596	3.295	6.745	87,6
Commercio all'ingrosso	72.957	74.253	76.995	5,5	87.271	90.153	93.369	7,0
Logistica e trasporti	7.526	7.604	7.610	1,1	32.403	37.970	39.296	21,3
Servizi di informatica e telecom.	62.850	71.192	72.261	15,0	49.007	72.645	79.385	62,0
Altri servizi professionali	14.211	20.211	20.630	45,2	34.138	39.604	43.367	27,0
Totale	**952.538**	**1.022.020**	**1.069.531**	**12,3**	**768.675**	**857.022**	**882.429**	**14,8**

Fonte: banca dati REPRINT.

Tav. 3 - Evoluzione delle partecipazioni italiane all'estero nell'industria manifatturiera, per macro-settori alla Pavitt, 1.1.1986-1.1. 2002

	Imprese partecipate (N.)						*Addetti delle imprese partecipate (N.)*					
	Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002		Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Settori tradizionali	101	14,5	1.008	35,7	1.811	35,9	19.188	7,9	123.466	20,3	196.907	23,1
Settori scale intensive	381	54,7	1.277	45,2	2.193	43,5	183.233	75,0	379.853	62,5	489.388	57,5
Settori specialistici	118	16,9	302	10,7	643	12,7	17.802	7,3	55.283	9,1	81.139	9,5
Settori science based	97	13,9	240	8,5	400	7,9	23.965	9,8	49.197	8,1	83.847	9,8
Totale	**697**	**100,0**	**2.827**	**100,0**	**5.047**	**100,0**	**244.188**	**100,0**	**607.799**	**100,0**	**851.281**	**100,0**

Fonte: banca dati REPRINT.

Tav. 4 - Evoluzione delle partecipazioni estere nell'industria manifatturiera italiana, per macro-settori alla Pavitt, 1.1.1986-1.1. 2002

	Imprese partecipate (N.)						*Addetti delle imprese partecipate (N.)*					
	Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002		Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Settori tradizionali	135	9,8	209	11,0	287	12,4	30.866	6,6	30.057	5,7	36.055	5,9
Settori scale intensive	637	46,3	904	47,5	1.118	48,2	206.172	44,3	255.490	48,8	327.163	53,3
Settori specialistici	263	19,1	378	19,9	499	21,5	86.156	18,5	101.458	19,4	110.699	18,0
Settori science based	340	24,7	411	21,6	417	18,0	146.644	31,5	136.030	26,0	139.429	22,7
Totale	**1.375**	**100,0**	**1.902**	**100,0**	**2.321**	**100,0**	**465.143**	**100,0**	**523.035**	**100,0**	**613.346**	**100,0**

Fonte: banca dati REPRINT.

Tav. 5 - Le partecipazioni italiane all'estero nell'industria manifatturiera al 1.1.2002, per settore (valori in unità e milioni di euro e incidenza percentuale sul totale)

	Partecipazioni di controllo			Partecipazioni paritarie e minoritarie			Totale		
	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato
Alimentari, bevande e tabacco	532 13,6	113.913 16,9	26.641 21,8	77 6,8	9.917 5,5	3.157 9,1	609 12,1	123.830 14,5	29.798 19,0
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	615 15,7	75.729 11,3	5.983 4,9	169 14,9	18.248 10,2	1.234 3,6	784 15,5	93.977 11,0	7.217 4,6
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	158 4,0	17.479 2,6	807 0,7	79 7,0	8.671 4,8	425 1,2	237 4,7	26.150 3,1	1.232 0,8
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	110 2,8	9.526 1,4	790 0,6	35 3,1	1.351 0,8	145 0,4	145 2,9	10.877 1,3	935 0,6
Prodotti in carta; stampa ed editoria	232 5,9	36.432 5,4	12.368 10,1	85 7,5	3.029 1,7	823 2,4	317 6,3	39.461 4,6	13.191 8,4
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	27 0,7	7.384 1,1	4.088 3,3	26 2,3	4.299 2,4	2.099 6,0	53 1,1	11.683 1,4	6.187 3,9
Prodotti chimici e farmaceutici	213 5,4	23.096 3,4	5.766 4,7	76 6,7	6.760 3,8	1.503 4,3	289 5,7	29.856 3,5	7.269 4,6
Articoli in gomma e plastica	216 5,5	33.742 5,0	4.833 3,9	51 4,5	2.354 1,3	328 0,9	267 5,3	36.096 4,2	5.161 3,3
Vetro, ceramica e materiali per l'edilizia	219 5,6	36.479 5,4	6.355 5,2	73 6,4	10.008 5,6	1.798 5,2	292 5,8	46.487 5,5	8.153 5,2
Metalli e prodotti in metallo	332 8,5	62.005 9,2	9.466 7,7	98 8,6	9.507 5,3	1.475 4,2	430 8,5	71.512 8,4	10.941 7,0
Macchine e apparecchi meccanici	518 13,2	103.091 15,3	17.142 14,0	139 12,3	12.464 7,0	2.730 7,9	657 13,0	115.555 13,6	19.872 12,6
Macchine e apparecchi elettrici e di precisione	428 10,9	72.683 10,8	11.030 9,0	119 10,5	45.211 25,2	9.540 27,5	547 10,8	117.894 13,8	20.570 13,1
Mezzi di trasporto	187 4,8	70.218 10,4	15.718 12,8	64 5,6	45.735 25,5	9.285 26,7	251 5,0	115.953 13,6	25.003 15,9
Altre industrie	127 3,2	10.373 1,5	1.386 1,1	42 3,7	1.577 0,9	186 0,5	169 3,3	11.950 1,4	1.572 1,0
Totale	**3.914** **100,0**	**672.150** **100,0**	**122.373** **100,0**	**1.133** **100,0**	**179.131** **100,0**	**34.728** **100,0**	**5.047** **100,0**	**851.281** **100,0**	**157.101** **100,0**

Fonte: banca dati REPRINT.

Sul lato delle partecipazioni italiane all'estero, nel periodo più recente la crescita accomuna tutti i settori e gli indicatori,[2] *ma si evidenziano tassi più elevati per alcune attività di servizio (tav. 2). L'avanzata delle partecipazioni nel settore delle* utilities *(energia, gas e acqua), in larga misura assenti sino a pochi anni fa, è associata all'apertura dei mercati ed alla liberalizzazione delle attività, avviate in epoca recente. Nei servizi di informatica e telecomunicazione, alla liberalizzazione si associano le nuove applicazioni indotte da Internet e il clima della "nuova economia", all'apice del suo* boom *nel periodo di rilevazione.*

[2] *Con la parziale eccezione di addetti e fatturato all'estero nel settore delle costruzioni.*

Tav. 6 - Le partecipazioni di multinazionali estere in Italia nell'industria manifatturiera al 1.1.2002, per settore (valori in unità e milioni di euro e incidenza percentuale sul totale)

	Partecipazioni di controllo			Partecipazioni paritarie e minoritarie			Totale		
	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato
Alimentari, bevande e tabacco	123 6,0	35.224 7,0	13.131 8,9	11 4,3	1.471 1,3	641 1,7	134 5,8	36.695 6,0	13.772 7,4
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	63 3,1	9.968 2,0	2.049 1,4	11 4,3	1.785 1,6	282 0,7	74 3,2	11.753 1,9	2.331 1,3
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	23 1,1	3.033 0,6	1.026 0,7	1 0,4	177 0,2	30 0,1	24 1,0	3.210 0,5	1.056 0,6
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	3 0,1	125 0,0	24 0,0	2 0,8	68 0,1	9 0,0	5 0,2	193 0,0	33 0,0
Prodotti in carta; stampa ed editoria	117 5,7	18.353 3,7	5.322 3,6	33 12,8	6.650 5,9	2.062 5,4	150 6,5	25.003 4,1	7.384 4,0
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	25 1,2	6.270 1,3	12.279 8,3	4 1,6	798 0,7	535 1,4	29 1,2	7.068 1,2	12.814 6,9
Prodotti chimici e farmaceutici	352 17,1	94.744 18,9	36.319 24,6	24 9,3	3.136 2,8	875 2,3	376 16,2	97.880 16,0	37.194 20,1
Articoli in gomma e plastica	182 8,8	36.883 7,4	7.285 4,9	21 8,1	1.606 1,4	356 0,9	203 8,7	38.489 6,3	7.641 4,1
Vetro, ceramica e materiali per l'edilizia	93 4,5	21.564 4,3	4.685 3,2	20 7,8	6.069 5,4	928 2,5	113 4,9	27.633 4,5	5.613 3,0
Metalli e prodotti in metallo	223 10,8	43.189 8,6	10.493 7,1	39 15,1	10.192 9,1	2.868 7,6	262 11,3	53.381 8,7	13.361 7,2
Macchine e apparecchi meccanici	395 19,1	90.190 18,0	19.526 13,2	32 12,4	9.248 8,3	2.626 6,9	427 18,4	99.438 16,2	22.152 11,9
Macchine e apparecchi elettrici e di precisione	294 14,3	91.363 18,2	23.430 15,9	32 12,4	18.653 16,7	3.612 9,5	326 14,0	110.016 17,9	27.042 14,6
Mezzi di trasporto	120 5,8	43.010 8,6	9.838 6,7	21 8,1	51.421 46,0	22.926 60,6	141 6,1	94.431 15,4	32.764 17,7
Altre industrie	50 2,4	7.624 1,5	2.143 1,5	7 2,7	532 0,5	112 0,3	57 2,5	8.156 1,3	2.255 1,2
Totale	**2.063** **100,0**	**501.540** **100,0**	**147.550** **100,0**	**258** **100,0**	**111.806** **100,0**	**37.862** **100,0**	**2.321** **100,0**	**613.346** **100,0**	**185.412** **100,0**

Fonte: banca dati REPRINT.

L'inseguimento multinazionale dell'industria italiana si coglie tuttavia pienamente solo se si guarda al lungo periodo. L'analisi è possibile per il settore manifatturiero, che, oltre a rappresentare quasi lo 80% dell'intero fenomeno censito, è stato certamente in parte presupposto e in parte guida del processo di crescita all'estero anche delle attività commerciali e di servizio (tav. 3). In estrema sintesi: (a) il numero delle imprese investitrici, rimasto stazionario per buona parte degli anni ottanta, è decuplicato tra l'inizio del decennio ed oggi, determinando uno straordinario allargamento del club degli investitori all'estero nel senso della formazione di nuove piccole e medie multinazionali; (b) il numero delle partecipazioni estere è cresciuto di sette volte e la loro consistenza totale, misurata in termini di addetti all'estero è cresciuta di tre volte e mezzo; (c) la dinamica delle partecipazioni di controllo appare superiore all'andamento generale.

Il quadro attuale vede i settori caratterizzati da elevate economie di scala pesare per il 57,5% degli addetti totali delle imprese partecipate, i settori tradizionali per il 23,1%, mentre i settori basati sulla scienza e quelli specialistici della meccanica e dell'elettromeccanica strumentale si attestano su quote, rispettivamente, del 9,8 % e del 9,5%. I settori tradizionali del made in Italy, *popolati dalle PMI, hanno accresciuto notevolmente la loro incidenza e sono massicciamente responsabili della crescita delle partecipazioni in Europa centro-orientale. Questo comparto ha eroso essenzialmente la quota dei settori* scale intensive, *i quali tuttavia conservano una quota preponderante (incidevano per due terzi del totale degli addetti nel 1986), mentre rimangono con quote modeste gli altri comparti. La posizione del comparto ad elevata intensità tecnologica è espressione della specifica fragilità del sistema innovativo italiano e dell'assai ristretto numero di grandi e medio–grandi imprese a base italiana in settori quali l'informatica, l'elettronica, le telecomunicazioni, la farmaceutica e la chimica fine, che a livello mondiale sono tra i principali protagonisti dei processi di multinazionalizzazione. L'espansione delle partecipazioni all'estero è imputabili a pochi protagonisti: Finmeccanica e la partecipata Stmicroelectronics, accompagnate soprattutto da imprese della chimiche e farmaceutiche di piccola e media taglia internazionale. Anche la situazione nei settori del comparto specialistico non appare soddisfacente: nonostante l'Italia vanti in questi settori importanti punti di eccellenza, essa è presente sui mercati mondiali prevalentemente con un insieme di piccole e medie imprese, talvolta ad elevato profilo qualitativo, ma non sempre dotate di strutture in grado di garantire loro un sufficiente potere di mercato nell'arena oligopolistica internazionale.*

Per quanto concerne le partecipazioni estere in Italia, i principali settori dei servizi si distinguono per i tassi di crescita più elevati nel periodo più recente (tav. 2), in modo pressoché omogeneo rispetto ai vari indicatori (numero di imprese, addetti, fatturato). Come per l'uscita, la crescita delle partecipazioni nel settore delle utilities *e dei servizi di informatica e telecomunicazione è collegata ai fenomeni della liberalizzazione e della* Internet economy. *Spiccata anche la crescita nei servizi professionali, nella logistica e nei trasporti, a riflettere il* trend *di nuova infrastrutturazione e terziarizzazione dell'economia dei maggiori paesi industrializzati. Il settore manifatturiero, data l'ampiezza e la lunga storia degli insediamenti esteri, mostra un andamento più riflessivo, comprensibilmente accompagnato dal settore del commercio all'ingrosso, il quale è in larga misura costituito da filiali commerciali di multinazionali di natura manifatturiera. Il settore delle costruzioni è in crescita, mentre marginale è la posizione dell'industria estrattiva.*

L'attuale ripartizione degli addetti coinvolti nelle partecipazioni estere per macro-settori alla Pavitt vede la prevalenza dei settori ad alta intensità di scala (53,3% del totale), seguiti da quelli basati sulla scienza (22,7%), specialistici (18,1%) e tradizionali (5,9%). La tendenza principale dalla metà degli anni ottanta ad oggi (tav. 4) è stata nel senso di un netto ridimensionamento dell'incidenza dei settori ad alta tecnologia, a conferma della scarsa dotazione di assets *competitivi del nostro paese in questo comparto, comparativamente agli altri maggiori paesi europei. Nell'ultimo periodo, la consistenza delle nuove iniziative risulta in crescita soprattutto nei settori di larga scala e, in misura minore, in quelli specialistici e tradizionali.*

MISURE DEL POTERE DI MERCATO DEGLI ESPORTATORI ITALIANI DI BENI TRADIZIONALI

di Sergio de Nardis e Cristina Pensa[*]

1. Introduzione

L'Italia detiene una forte specializzazione nelle cosiddette produzioni tradizionali. Si tratta di settori ad alta intensità di lavoro, potenzialmente esposti alla pressione competitiva delle industrie dei paesi emergenti, caratterizzate da costi strutturalmente bassi, pari a un frazione di quelli italiani. Questa situazione è, per molti analisti, fonte di preoccupazione: essa denoterebbe una intrinseca fragilità del modello di specializzazione del nostro paese che si troverebbe sottoposto, in un suo segmento rilevante, a una "eccessiva" concorrenza di prezzo da parte di competitori che su questo fronte appaiono, in virtù dei più bassi costi del lavoro, già in partenza vincenti. A una tale osservazione viene di regola contrapposta la sottolineatura che le produzioni italiane dell'industria tradizionale sono qualitativamente diverse da quelle dei principali competitors, talché le produzioni del nostro paese non entrerebbero effettivamente in concorrenza diretta con i beni esportati dalle altre economie in quanto andrebbero a soddisfare fasce di consumo, strutture di gusti e preferenze, aree di mercato fondamentalmente eterogenee[1]*: secondo una simile visione, sussisterebbe una sorta di "barriera qualitativa" che garantirebbe un potere di mercato agli esportatori italiani anche nei confronti dei più aggressivi competitori dei paesi emergenti.*

Nel presente contributo cerchiamo di fornire qualche elemento di valutazione quantitativa che aiuti a orientarsi in tale dibattito. L'obiettivo è verificare se le nostre imprese esportatrici di prodotti tradizionali abbiano potere di mercato nei principali paesi di destinazione delle loro vendite e, in caso affermativo, quanto rilevante. La metodologia seguita è quella di determinare il potere di mercato delle aziende italiane attraverso una stima del mark-up nel mercato di destinazione delle esportazioni. Il mark-up misura, come noto, la capacità di un'impresa di praticare prezzi superiori ai suoi costi marginali, senza che ciò comporti l'uscita dal mercato. Recenti sviluppi della letteratura di organizzazione industriale (Baker e Bresnahan, 1988 e Bresnahan, 1989) hanno proposto metodi indiretti di valutazione del mark-up che evitano di incorrere nei rilevanti problemi di stima che tipicamente si incontrano quando si procede al calcolo diretto dei margini sui costi marginali (difficoltà di stima di tali costi e delle interazioni tra tutte le imprese operanti nel mercato). La metodologia mette a frutto la coincidenza che si determina tra il concetto di mark-up relativo (prezzi meno costi marginali in rapporto ai prezzi) e quello di elasticità della domanda residua che si rivolge all'impresa analizzata. Questo approccio è stato di recente esteso (Goldberg e Knetter, 1999) al caso di imprese esportatrici per esaminare il potere di mercato nei paesi di destinazione, con possibilità di differenziazione del mark-up a seconda del mercato di sbocco (pricing-to-market). In quanto segue si esplicita dapprima la relazione tra mark-up ed elasticità della domanda residua (par. 2). Si illustrano poi le caratteristiche dell'equazione stimata (par. 3). Si descrivono la tipologia dei beni individuati per ciascuno dei (sei) settori tradizionali analizzati, i principali mercati di sbocco di tali prodotti e i concorrenti con cui devono competere

[*] *Rispettivamente, Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE) e Centro Studi Confindustria (CSC). Le opinioni contenute nel contributo sono naturalmente da attribuire esclusivamente agli autori e non coinvolgono le Istituzioni di appartenenza.*

[1] *Sulla differenza (superiorità) qualitativa delle produzioni italiane cfr de Nardis e Traù (1999).*

gli esportatori italiani (par. 4). Sulla base di queste informazioni, si passa alla stima del potere di mercato dei nostri produttori per ciascun bene considerato in ogni paese di destinazione (par. 5). Si traggono infine alcune considerazioni conclusive (par. 6).

2. La relazione tra mark-up ed elasticità della domanda residua.

La relazione tra mark-up ed elasticità della domanda residua può essere esaminata nel caso semplificato di due gruppi di esportatori, rispettivamente del paese I (Italia) e del paese C (concorrente) che competono in un terzo mercato di sbocco. In questo schema, le imprese di un paese esportatrici dello stesso bene vengono considerate come un'unica impresa che si confronta nei mercati mondiali con il gruppo di imprese del paese concorrente. Si assume, in altri termini, che i beni si differenzino, nei gusti dei consumatori del mercato di destinazione, unicamente sulla base del paese di origine (cfr. Armington, 1969): i prodotti italiani sono considerati tra loro perfetti sostituti; essi possono invece essere imperfetti o perfetti sostituti dei prodotti esportati dagli altri paesi competitori.

Ciò premesso, la domanda che in un determinato mercato di sbocco si dirige agli esportatori italiani e a quelli del paese concorrente è esprimibile in forma inversa (prezzo funzione della quantità) come segue:

$$P^i = D^i (Q^i, P^c, Z) \quad (1)$$
$$P^c = D^c (Q^c, P^i, Z) \quad (2)$$

dove P^i e P^c sono il prezzo del bene esportato rispettivamente dall'Italia e dal paese concorrente denominati nella moneta del mercato di destinazione; Q^I e Q^c sono le quantità vendute dall'Italia e dal paese competitore nel mercato di sbocco; Z è vettore di variabili demand shifters che descrivono le caratteristiche del mercato di sbocco (dinamica del mercato, prezzi e costi dei produttori nazionali, ecc.).

Gli esportatori italiani massimizzano il profitto che possono conseguire nel mercato di sbocco considerato. Esso è dato dalla differenza tra ricavi e costi totali espressi nella valuta del paese di destinazione:

$$\Pi^i = P^i Q^i - e^i C^i$$

dove e^i rappresenta il tasso di cambio della moneta del mercato di destinazione rispetto a quella italiana. La massimizzazione del profitto comporta l'uguaglianza tra costo marginale e ricavo marginale quale è "supposto" o meglio "percepito" dagli esportatori italiani[2]. Ponendo $\partial Pi/\partial Qi = 0$ e tenendo conto delle funzioni di domanda sopra descritte, si ha:

$$P^i = e^i MC^i - Q^i (\partial P^i/\partial Q^i + \partial D^i/\partial P^c \, \partial P^c/\partial P^i \, \partial P^i/\partial Q^i)$$

Dove $e^i MC^i$ è il costo marginale degli esportatori italiani espresso nella moneta del mercato di sbocco: esso descrive la loro curva di offerta nel mercato di destinazione. L'espressione precedente può essere riscritta come

$$P^i = e^i MC^i - Q^i [\partial P^i/\partial Q^i (1+\partial D^i/\partial P^c \, \partial P^c/\partial P^i)] \quad (3)$$

[2] *Il ricavo marginale è quello "percepito" dagli esportatori, non quello effettivo, in quanto dipende dal comportamento (condotta) dei concorrenti con cui gli italiani competono; questa condotta non è in generale nota con certezza e può essere solo "congetturata" dagli esportatori italiani.*

da cui si ottiene la formula del mark-up relativo, o indice di Lerner L^i, del gruppo di imprese italiane nel mercato di sbocco considerato

(4) $$L^i = (P^i - e^i MC^i)/P^i = - \varepsilon \theta^i$$

dove:

$\varepsilon = Q^i/P^i \, \partial P^i/\partial Q^i$, è l'elasticità della domanda (inversa) di mercato, coincidente con il reciproco della own-price elasticity (della domanda quando la quantità è espressa in funzione del prezzo); poichè $\partial P^i/\partial Q^i \leq 0$, si ha $0 \leq - \varepsilon$;

$\theta^i = 1+ \partial D^i/\partial P^c \, \partial P^c/\partial P^i$, è il "parametro di condotta" dato dall'unità più un termine che misura la reazione che gli esportatori italiani si aspettano dal gruppo di imprese concorrenti al variare delle proprie politiche di prezzo. Il parametro di condotta è quindi soggettivo, nel senso che esso dipende dalla reazione delle imprese concorrenti quale è supposta dalle imprese italiane; poiché $-1 \leq (\partial D^i/\partial P^c \, \partial P^c/\partial P^i) \leq 0$, si ha $0 \leq \theta^i \leq 1$.[3]

L'indice L^i del mark-up relativo può dunque assumere valori teorici compresi entro il range $0 \leq L^i \leq 1$. In generale, si possono distinguere tre casi:

1) *concorrenza perfetta o impresa price taker. $L^i = 0$ e il prezzo è uguale al costo marginale, perchè nella funzione di domanda inversa $\varepsilon = 0$ (il mercato è perfettamente concorrenziale) e/o $\theta^i = 0$ (l'impresa è price taker).*
2) *monopolio. $L^i = \varepsilon$; non ci sono concorrenti, quindi e $\theta^i = 1$. Poichè l'impresa monopolistica opera nella parte inelastica della curva di domanda inversa di mercato, $|\varepsilon| \leq 1$; Il valore massimo cui può tendere il mark-up in situazione di monopolio è dunque 1, quando l'elasticità della domanda di mercato è unitaria ($\varepsilon = -1$)*[4].
3) *concorrenza imperfetta diversa dal monopolio. $L^i = \varepsilon \theta^i$, con $0 < Li < 1$; il mark-up relativo si colloca tra i valori estremi della concorrenza perfetta e del monopolio (a elasticità della domanda unitaria) e dipende sia dall'elasticità di domanda del mercato (ε) sia dall'interazione strategica con le altre imprese (θ^i).*

L'esistenza di un potere di mercato ($L^i > 0$) implica dunque che sia il parametro di condotta (θ^i) sia l'elasticità della domanda di mercato (ε) siano differenti da zero. Dalla formula dell'indice di Lerner si vede che, per strutture di mercato appena più complesse di quella duopolistica diventa praticamente impossibile calcolare il mark-up relativo, perché i costi marginali non sono direttamente osservabili (lato sinistro della formula) e perché il parametro di condotta (lato destro) implica la disponibilità di una mole di dati estremamente ampia per la stima delle reazioni incrociate di tutti i possibili concorrenti alle politiche di prezzo dell'impresa esaminata. Una possibile alternativa che consente di aggirare queste difficoltà consiste

[3] *Il segno negativo di ($\partial D^i/\partial P^c \, \partial P^c/\partial P^i$) riflette la correzione che l'impresa deve apportare alla variazione di prezzo da lei decisa (indicato $\partial D^i/\partial P^c \leq 0$) per tenere conto della reazione dei produttori concorrenti alle sue politiche di prezzo ($0 \leq \partial P^c/\partial P^i$). Si possono avere due casi estremi: quello di un impresa in monopolio e quello di una price taker. Un'impresa monopolistica non ha concorrenti, sicché $\partial P^c/\partial P^i = 0$ e quindi il termine ($\partial D^i/\partial P^c \, \partial P^c/\partial P^i$) è uguale a zero. All'opposto, un'impresa price taker non può decidere autonomamente alcuna variazione di prezzo senza correre il rischio di uscire dal mercato o subire delle perdite; ne consegue che qualunque mutamento di prezzo essa contempli deve essere completamente annullato quando l'impresa prende in considerazione le (supposte) conseguenze (avviene cioè che $\partial P^c/\partial P^i = - \partial D^i/\partial P^c$ e il termine che misura le variazioni di prezzo congetturate è pari a –1)). Tenuto conto di ciò, si ha che per l'impresa monopolistica il parametro di condotta $\theta^i = 1$; per l'impresa price taker $\theta^i = 0$.*

[4] *Si deve ricordare che si sta analizzando la domanda in forma inversa: dire quindi che il monopolista opera nella parte inelastica della domanda inversa significa dire che esso opera nella parte elastica della domanda normalmente espressa (quantità in funzione del prezzo e $1/|\varepsilon| > 1$).*

nello stimare indirettamente il mark up relativo attraverso una misura statistica sintetica, costituita dall'elasticità della funzione di domanda residua (inversa) che si rivolge a un determinato gruppo di produttori (cfr. Baker e Bresnahan, 1988, Bresnahan, 1989, Goldberg e Knetter, 1999 e, per un'applicazione all'Italia, de Nardis e Pensa 2000 e Cucculelli 2002 e 2003).

Per ricavare la cosiddetta domanda residua fronteggiata dai produttori italiani si parte dalla massimizzazione del profitto degli esportatori concorrenti ($\Pi^c = P^c Q^c - e^c C^c$, con e^c che rappresenta il cambio della moneta del paese di destinazione rispetto a quella del paese concorrente). In particolare, si ha:

$$(5) \qquad P^c = e^c MC^c - Q^c [\partial P^c/\partial Q^c (1 + \partial D^c/\partial P^i \partial P^i/\partial P^c)]$$

Dove $e^c MC^c$ è il costo marginale del gruppo di esportatori del paese concorrente espresso nella moneta del paese di destinazione; esso si identifica con la curva di offerta dei concorrenti nel mercato di sbocco considerato. In generale, il costo marginale del gruppo di esportatori concorrenti (MC^c) dipende dalla quantità prodotta/esportata (Q^c) e dal costo degli input (W^c). Inoltre, dalla funzione di domanda che si rivolge al gruppo di produttori del paese concorrente si vede che $\partial P^c/\partial Q^c$ è funzione della quantità esportata (Q^c), del prezzo praticato dall'Italia (P^i) e delle variabili strutturali che caratterizzano il mercato di sbocco (Z). L'espressione precedente può essere quindi riscritta come segue

$$(6) \qquad \theta^c = e^c MC^c(Q^c, W^c) - Q^c \partial P^c/\partial Q^c (Q^c, P^i, Z) q^c$$

con $q^c = 1 + \partial D^c/\partial P^i \partial P^i/\partial P^c$.

Sostituendo nella (6) il valore di Q^c che si ottiene dalla (2), si arriva a un'unica equazione in forma ridotta in cui il prezzo di equilibrio dei competitori (vale a dire il prezzo che uguaglia domanda e offerta dei competitori), è funzione delle variabili demand shifter caratterizzanti il mercato di sbocco (Z), delle variabili cost shifter indicative dei costi del paese c espressi nella moneta del paese di destinazione ($e^c W^c$), del prezzo praticato dagli esportatori italiani (P^i) e del parametro di condotta q^c. Tenendo inoltre conto che P^i a sua volta dipende da Q^i, P^c e Z (equazione (1)), la (6) può essere riscritta nel seguente modo:

$$P^c = P^{c*} (Q^i, e^c W^c, Z; q^c)$$

che costituisce una forma (parzialmente) ridotta. Da questa espressione risulta evidente che il prezzo dei concorrenti P^c può variare sia a riflesso dei loro costi marginali (che influiscono su P^c attraverso la curva di offerta), sia in conseguenza delle decisioni di prezzo del paese Italia (Q^i). Sostituendo il valore di equilibrio di P^c così ottenuto nella funzione di domanda del gruppo di esportatori italiani si ricava la cosiddetta domanda residua che si rivolge agli italiani. Essa rappresenta la domanda fronteggiata dai nostri produttori, una volta che i competitori hanno reagito alla politica di prezzo adottata dalle imprese italiane. Tale domanda residua è data da:

$$(8) \qquad P^i = D^i (Q^i, P^{c*}, Z)$$

e quindi

$$(9) \qquad P^i = D^i_{res}(Q^i, e^c W^c, Z; q^c)$$

La domanda residua (inversa) che si rivolge agli esportatori italiani dipende dunque da tre tipi di variabili direttamente osservabili: la quantità esportata dagli italiani (Q^i), le variabili di costo dei competitori ($e^c W^c$) e le variabili che descrivono il mercato di sbocco (Z). La pendenza della domanda residua coincide con la

pendenza della domanda effettivamente fronteggiata dal gruppo di esportatori italiani, tenuto conto dell'interazione con le imprese concorrenti presenti nel mercato di destinazione (parametro θ^c). L'elasticità del prezzo rispetto alla quantità sulla base della (8) è data da:

$$(10') \qquad \eta^i = Q^i/P^i \, \partial P^i/\partial Q^i = Q^i/P^i \, (\partial P^i/\partial Q^i + \partial D^i/\partial P^{c*} \, \partial P^{c*}/\partial Q^i \,)]$$

e sulla base della (9), da:

$$(10'') \qquad \eta^i = Q^i/P^i \;\; \partial P^i/\partial Q^i \;\; = Q^i/P^i \, (\partial D^i_{res}/\partial Q^i)$$

poiché $\partial P^{c*}/\partial Q^i = \partial P^{c*}/\partial P^i \, \partial P^i/\partial Q^i$ *, la (10') può essere riscritta come*

$$(11) \qquad \eta^i = Q^i/P^i \, (\partial P^i/\partial Q^i + \partial D^i/\partial P^{c*} \, \partial P^{c*}/\partial P^i \, \partial P^i/\partial Q^i)]$$

e quindi in definitiva

$$(12) \qquad \eta^l = e \; \theta^{l*}$$

dove e è l'elasticita della domanda di mercato, mentre $\theta^{i*} = 1 + \partial D^i/\partial QP^{c*} \partial P^{c*}/\partial P^l$ *è la funzione di reazione dei concorrenti: essa misura il parametro di condotta effettiva che dipende dalla reazione dei prezzi dei concorrenti alle politiche di prezzo degli esportatori italiani. Confrontando la formula di Lerner (equazione (4)) con quella che esprime l'elasticità della domanda residua (la (12)), si vede che quest'ultima coincide in valore assoluto esattamente con il mark-up relativo,* $|\eta^l| = L^l$*, quando* $\theta^{l*} = \theta^l$ *e cioè quando la curva di domanda effettivamente fronteggiata dagli esportatori italiani (domanda residua) coincide con quella da loro congetturata (descritta dalla (1))*[5].

La stima del mark-up in ciascun mercato di sbocco presuppone che esso possa variare a seconda del paese di destinazione. Ciò riflette politiche di pricing-to-market rese possibili dal differente potere di mercato degli esportatori nei diversi paesi di destinazione. Condizione necessaria affinché l'elasticità della domanda residua sia stimabile nei diversi mercati è che esistano shock specifici che spostano le curve di offerta rilevanti solo ed esclusivamente in quei mercati. Poiché le curve d'offerta coincidono con le curve dei costi marginali espressi nella moneta dei paesi di destinazione, tale funzione è svolta tipicamente dai tassi di cambio: il cambio bilaterale della moneta italiana rispetto a quella del paese di destinazione sposta la curva d'offerta dell'Italia solo ed esclusivamente in quel mercato; analogamente, il cambio bilaterale dei concorrenti rispetto alla moneta del paese di destinazione sposta la curva di offerta dei competitors in quello stesso mercato.

[5] *I casi in cui si riscontra una coincidenza tra* θ^{i*} *e* θ^i*, e quindi tra elasticità della domanda residua e mark-up, sono: a) perfetta concorrenza; b) mercati oligopolistici in cui l'impresa è leader nella determinazione dei prezzi; c) mercati con molti produttori in cui un'impresa dominante fronteggia una frangia di piccoli competitori price taker; d) mercati in concorrenza monopolistica con elevata differenziazione di prodotto. In perfetta concorrenza, il prezzo fronteggiato dalla singola impresa è un dato esogeno, determinato dal comportamento dell'insieme dei concorrenti: l'elasticità della domanda residua è zero (domanda piatta) così come il mark-up relativo. Nei casi b) e c), l'impresa leader (sia essa in un mercato oligopolistico o in un mercato con molti piccoli produttori) conosce le reazioni dei concorrenti e la distinzione tra domanda effettiva e supposta viene a cadere. Nel caso infine della concorrenza monopolistica l'impresa è dotata, nel breve periodo, di potere di mercato grazie alla differenziazione di prodotto, per cui anche in questa situazione la distinzione tra domanda effettiva e domanda supposta risulta meno rilevante: l'impresa nel fissare i prezzi dei suoi prodotti può in una certa misura prescindere dalla interazione strategica con le altre imprese. Negli altri casi (essenzialmente nelle situazioni di oligopolio senza imprese leader) non si ha coincidenza "uno a uno" tra elasticità della domanda residua e mark-up relativo. Tuttavia le due misure continuano a essere legate da una relazione positiva, sicché a un'elasticità della domanda residua più alta in valore assoluto si accompagna comunque un mark-up (potere di mercato) più elevato.*

Si può infine osservare che l'elasticità della domanda residua $|\eta^i|$ fornisce una stima complessiva del mark-up e non consente di distinguere se eventuali differenze nelle varie destinazioni dipendano da diverse elasticità della domanda nei mercati (ε) e/o da differenti interazioni con le imprese concorrenti (θ^l). Un'assunzione che può rivelarsi utile in proposito è che le preferenze dei consumatori nei diversi mercati siano omotetiche (e cioè che i consumatori reagiscono allo stesso modo a una variazione del prezzo del prodotto dovunque essi si trovino, per cui ε è uguale ovunque), con la conseguenza che le differenze nel mark-up riflettono unicamente il diverso potere di mercato degli esportatori nei confronti delle imprese concorrenti nei vari paesi di destinazione[6].

3. L'equazione stimata

La funzione di domanda residua (inversa) che si rivolge agli esportatori italiani nei diversi mercati di sbocco viene stimata, in forma logaritmica, nel modo seguente:

$$\ln P^i_{m,t} = \lambda_m + \eta_m \ln Q^i_{m,t} + \alpha'_m \ln Z_{m.t} + \beta'_m \ln W^n_{m,t} + u_{m,t}$$

dove $P^i_{m,t}$ è il prezzo del prodotto italiano (i) esportato nel mercato di destinazione (m) espresso nella moneta del paese importatore; $Q^l_{m,t}$ è la quantità esportata dal gruppo degli esportatori italiani (i) nel paese (m); $Z_{m,t}$ è il vettore di demand shifter del mercato di destinazione (prezzi al consumo, domanda del paese m, ecc); $W^n_{m,t}$ è il vettore di cost shifters per gli (n) competitori fronteggiati dagli esportatori italiani nei diversi mercati di destinazione (costo del lavoro dei concorrenti, tasso di cambio bilaterale della valuta del paese importatore rispetto a quella dei competitor, ecc.); η_m è l'elasticità della domanda residua degli esportatori italiani che misura il loro potere di mercato nel paese di destinazione (m); α'_m, β'_m sono i vettori dei parametri da stimare; $u_{m,t}$ è il termine di errore.

Al fine di evidenziare l'effetto dei cost shifter dei concorrenti che hanno la funzione di spostare la loro curva di offerta nei diversi mercati di sbocco, il vettore dei costi dei paesi concorrenti, $W^n_{m,t}$ viene scisso in una componente di cambio e in una di costo espresso in valuta nazionale, lasciando libera la possibilità che ciascuna delle due componenti eserciti un'influenza specifica sui prezzi degli esportatori italiani. L'equazione precedente diventa:

$$\ln P^i_{m,t} = \lambda_m + \eta_m \ln Q^i_{m,t} + \alpha'_m \ln Z_{m,t} + \beta'_m \ln E^n_{m,t} + \delta'_m \ln C'_{m,t} + u_{m,t}$$

$E^n_{m,t}$ è il vettore dei tassi di cambio bilaterali del mercato di destinazione rispetto ai paesi concorrenti; $C^n_{m,t}$ è il vettore del costo del lavoro dei paesi concorrenti espresso nella moneta nazionale. Il vantaggio di usare il tasso di cambio bilaterale è legata alla sua sostanziale volatilità nel periodo considerato. Tale volatilità rappresenta i costi relativi degli esportatori in ogni mercato di destinazione; per rappresentare nel modo migliore le variabili di cost shifter abbiamo usato, quando ciò è possibile, i costi del lavoro settoriale.

Il parametro che fornisce la stima del potere di mercato degli esportatori italiani nei vari paesi di destinazione è dunque l'elasticità η_m. Un valore nullo di η_m indica una struttura di mercato prossima alla concorrenza perfetta: gli esportatori italiani fronteggiano in questo caso una domanda residua perfettamente elastica per cui il

[6] *L'assunzione di preferenze omotetiche può essere un'approssimazione accettabile se i mercati di destinazione sono molto simili tra loro. Questo è il caso ad esempio dei mercati rappresentati dai paesi europei o dai paesi industrializzati.*

prezzo praticato nel paese di destinazione non dipende dalla quantità da loro offerta, ma dai costi dei concorrenti. Invece, quanto più elevato è η_m in valore assoluto, tanto maggiore è il mark-up del gruppo di esportatori italiani. Per quanto detto nel paragrafo precedente, il range di valori teorici entro cui l'elasticità η_m può variare è compreso tra 0 e 1. Ne consegue che se η_m è molto piccolo o non significativo ci si devono attendere stime di β'_m significativamente diverse da zero, a indicazione del fatto che i prezzi degli esportatori italiani sono dettati dai competitori; viceversa, a un valore di η_m negativo e significativamente diverso da zero si dovrebbero accompagnare valori stimati di β'_m molto bassi o non statisticamente significativi. Nel caso in cui entrambi i parametri di interesse η_m e β'_m siano statisticamente significativi e del segno giusto, ciò significa che sussiste un potere di mercato degli esportatori italiani, ma questo è comunque limitato dalla politica dei prezzi attuata dai competitori.

Infine si deve tenere conto, nello stimare l'equazione della domanda residua, che la quantità esportata $Q^l_{m,t}$ è endogena, dipendendo dalle stesse variabili che incidono sui prezzi all'esportazione. E' opportuno quindi procedere a una stima con variabili strumentali[7]. Tra queste rientra il cambio bilaterale della moneta del paese di sbocco rispetto a quella italiana poiché rappresenta il cost shifter specifico in grado di spostare la curva di offerta degli esportatori italiani in modo indipendente nelle varie destinazioni.

4. Prodotti, mercati, concorrenti

La nostra analisi si concentra su sei settori, cosiddetti tradizionali, in cui l'industria italiana detiene un forte e persistente vantaggio comparato: tessile (settore 651 nella classificazione SITC REV 2), abbigliamento (settore 84), articoli in pelle (61), calzature (85), ceramiche (66) e mobili in legno (82). All'interno di ciascuno di questi settori sono stati selezionati, a un elevato grado di disaggregazione (5 digit), i prodotti risultati, nel periodo di tempo esaminato, quantitativamente più rilevanti.

Questo criterio di selezione ha portato a considerare in tre casi (calzature, ceramiche, mobili in legno) beni che nel loro insieme coprono la quasi totalità delle esportazioni settoriali. In particolare, nelle calzature abbiamo individuato le scarpe con suola in gomma e tomaia in cuoio (85101) e quelle con suola e tomaia in cuoio (85102) che hanno rappresentato, nel periodo di tempo esaminato, rispettivamente l'11 e l'88% delle vendite estere complessive del settore (tab. 1). Nella ceramica sono state "selezionate" le ceramiche vetrose (66245) che hanno costituito l'81% delle vendite settoriali all'estero e quelle non vetrose (66244) pari al 13%. Nei mobili in legno, i prodotti divani-poltrone-sedie (82111) hanno rappresentato il 34% delle esportazioni totali di questo settore.

Non si riscontra un'analoga concentrazione delle esportazioni nelle restanti industrie esaminate. Nell'abbigliamento, il prodotto quantitativamente più rilevante è costituito dalle calze in fibra sintetica che hanno rappresentato il 5% delle esportazioni del settore; nel tessile, il prodotto più importante è quello delle fibre non strutturate della seta, cotone e lana pari al 3% dell'export complessivo; nella pelletteria, si sono selezionati gli articoli in pelle e cuoio pari al 2% delle vendite all'estero del settore.

Una volta determinati i prodotti, si sono individuati per ciascuno di essi i principali mercati di sbocco (tab. 1). A questo scopo, sono stati considerati i primi tre paesi di destinazione negli anni 1985,1990, 1995 e 1998. Questa scelta ha in generale portato a "coprire" circa il 50% delle esportazioni italiane dei prodotti prescelti. E' da rimarcare come questa selezione ha condotto a considerare sempre, per tutti

[7] *Il metodo di stima utilizzato è il GMM (generalized method of moment) in quanto corregge la potenziale correlazione tra le quantità esportate e il termine di errore della funzione della domanda residua.*

Prodotti italiani esportati e principali mercati di destinazione

Settori	Prodotti	Mercati di destinazione	Quote delle esportazioni italiane nei singoli mercati di sbocco
Ceramiche	ceramiche non vetrose **(11% dell'esportazioni del sett.)**	Germania Francia Stati Uniti	30 15 5
	ceramiche vetrose **(81% dell'esportazioni del sett.)**	Germania Francia Stati Uniti	24 16 11
Mobili in legno	Divani, poltrone e sedie **(34% dell'esportazioni del sett.)**	Francia Germania Stati Uniti	21 18 17
Calzature	Calzature con la suola in gomma e la tomaia in cuoio **(11% dell'esportazioni del sett.)**	Germania Francia Stati Uniti	20 18 11
	Calzature con la suola e la tomaia in cuoio **(88% dell'esportazioni del sett.)**	Germania Stati Uniti Francia	23 17 12
Pelle	elementi in pelle di cuio o lana **(2% dell'esportazioni del sett.)**	Germania Francia Spagna	21 14 11
Tessile	fibre non strutturate della seta, cotone e lana **(3% dell'esportazioni del sett.)**	Francia Germania Regno Unito	22 16 9
Abbigliamento	Calze in fibra sintetica lavorate **(5% dell'esportazioni del sett.)**	Germania Francia Spagna	19 14 8

Fonte: elaborazioni su dati Comtrade (Union Nation)

Tavola 1

i beni esaminati, i due principali paesi europei, Germania e Francia, a cui si sono aggiunti, di volta in volta, il mercato inglese, quello spagnolo e, fuori dall'Europa, il mercato americano. Quest'ultimo è quindi l'unica destinazione extraeuropea rilevante, nel periodo di tempo esaminato, per le esportazioni italiane da noi analizzate; essa è risultata una meta importante delle vendite italiane di ceramiche non vetrose, di quelle vetrose, di divani-poltrone-sedia, degli altri mobili in legno e delle due tipologie di calzature considerate.

Per arrivare a disporre di tutte le informazioni necessarie per la stima del potere di mercato dei produttori italiani, l'ultimo passo è consistito nell'identificare per ciascun prodotto e in ogni paese di destinazione i principali concorrenti con cui le imprese italiane si devono confrontare. Anche in questo caso è stato seguito un criterio di rilevanza quantitativa: i competitori sono stati infatti determinati sulla base della quota di mercato da loro detenuta nei paesi di destinazione delle merci italiane nell'arco di tempo osservato; la scelta è stata effettuata considerando le posizioni dei vari paesi nei differenti mercati nei quattro "punti" nel tempo sopra richiamati (1985, 1990, 1995 e 1998). Dal confronto con i competitori emerge che l'Italia detiene, in tale periodo, quote di mercato molto elevate nei seguenti settori: ceramiche (con un quota massima pari a quasi il 70% del mercato tedesco per quanto riguarda le ceramiche non vetrose, tab. 2a); mobili in legno (con un massimo del 56% per divani, ecc. in Francia, tab. 2b); calzature (ancora la Francia, dove i produttori italiani detengono il 79 e il 59% rispettivamente nelle calzature in cuoio e gomma e in quelle tutte in cuoio, tab. 2c); abbigliamento (72% del mercato spagnolo, 53% di quello francese, tab. 2d).

Nel settore tessile e in quello della pelletteria le quote di mercato italiane non mostrano, invece, posizioni di "primato" in nessuno dei mercati di sbocco considerati (tabb. 2e, 2f). In particolare, il prodotto della pelletteria italiana da noi individuato si confronta con i competitori delle economie emergenti dell'Asia (India, Pakistan e Bangladesh) in tutti e tre i paesi di destinazione; in questi mercati, i concorrenti asiatici hanno quote di mercato elevate e superiori a quelle possedute dai produttori italiani (tab. 2f). Nel caso del tessile, il prodotto italiano individuato si confronta, invece, soprattutto con concorrenti occidentali relativamente maturi (Olanda, Regno Unito, Germania e Stati Uniti, cfr. tab. 2e). Nello specifico, l'Olanda ha la più elevata quota del mercato tedesco (doppia rispetto a quella italiana); la Germania detiene posizioni preminenti nei mercato francese e americano.

Per quel che concerne la pressione concorrenziale delle economie emergenti, oltre alla forte presenza di alcuni produttori asiatici nei mercati di sbocco degli articoli in pelle italiani, si riscontra una presenza significativa anche in altre importanti destinazioni delle esportazioni del nostro paese. Ad esempio, le esportazioni della

CERAMICHE

Quote delle importazioni dei mercati di destinazione delle ceramiche non vetrose			Quote delle importazioni dei mercati di destinazione delle ceramiche vetrose		
Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)	Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)
Germania	**Italia**	**67**	Germania	**Italia**	**65**
	Olanda	8		Francia	12
	Francia	10		Spagna	9
Francia	**Italia**	**15**	Francia	**Italia**	**65**
	Germania	66		Germania	21
	Spagna	14		Spagna	9
	Olanda	8			
	Belgio	5			
Stati Uniti	**Italia**	**29**	Stati Uniti	**Italia**	**47**
	Germania	15		Giappone	19
	Giappone	21		Spagna	9

Tavola 2a

MOBILI IN LEGNO

(Quote delle importazioni dei mercati di destinazione dei divani, poltrone e sedie)		
Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)
Germania	**Italia** Polonia Francia	**25** 27,5 4,5
Francia	**Italia** Germania Belgio	**56** 12 15
Stati Uniti	**Italia** Canada Messico	**21** 15 15

Tavola 2b

CALZATURE

Quote delle importazioni dei mercati di destinazione delle calzature con la suola in gomma e la tomaia in cuoio			Quote delle importazioni dei mercati di destinazione delle calzature con la suola e la tomaia in cuoio		
Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)	Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)
Germania	**Italia** Cina Francia Vietnam	**27** 23 5 13	Germania	**Italia** Spagna Portogallo	**38** 8.5 11.5
Francia	**Italia** Corea Cina	**79** 3 2	Francia	**Italia** Spagna Portogallo Corea	**59** 7 7 5
Stati Uniti	**Italia** Corea Cina	**6** 7 22	Stati Uniti	**Italia** Corea Brasile	**15** 27.5 17

Tavola 2c

ABBIGLIAMENTO

(Quote delle importazioni dei mercati di destinazione calze in fibra sintetica)		
Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)
Germania	**Italia**	**39**
	Slovenia	10
	Austria	9
	Portogallo	7
Francia	**Italia**	**53**
	Romania	19
	Austria	6
Spagna	**Italia**	**72**
	Francia	15
	Portogallo	5

Tavola 2d

TESSILE

(Quote delle importazioni dei mercati di destinazione delle fibre non strutturate della seta, cotone e lana)		
Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)
Germania	**Italia**	**10**
	Olanda	21
	Svizzera	11
	Regno Unito	11
Francia	**Italia**	**18**
	Olanda	8
	Germania	27
	Regno Unito	12
Regno Unito	**Italia**	**12**
	Olanda	9
	Germania	20
	Stati Uniti	14

Tavola 2e

PELLE

(Quote delle importazioni dei mercati di destinazione degli elementi in pelle di cuoio e lana)		
Mercati di destinazione	Esportatori	media (85/90/95/98)
Germania	**Italia**	**25**
	India	31
	Pakistan	33
Francia	**Italia**	**21**
	India	32
	Bangladesh	11
	Pakistan	11
Spagna	**Italia**	**15**
	India	24
	Pakistan	30

Tavola 2f

Cina di calzature con suola in gomma e tomaia in cuoio mostrano una quota superiore a quella italiana nel mercato americano e immediatamente a ridosso della quota italiana nel mercato tedesco; in quest'ultimo paese appaiono significative anche le esportazioni del Vietnam. Per quanto riguarda invece le calzature totalmente in cuoio, la Corea detiene, nel periodo considerato, un'ampia quota (superiore all'Italia) negli Stati Uniti (dove è peraltro presente in modo significativo anche con le calzature parzialmente in gomma) ed una più contenuta, ma comunque non trascurabile, in Germania. Nel mercato americano risulta rilevante anche la presenza di calzature in cuoio provenienti dal Messico. Le esportazioni di quest'ultimo paese negli Stati Uniti sono peraltro relativamente considerevoli nei divani-poltrone-sedie da noi considerati.

5. La stima del potere di mercato dei produttori italiani

In generale, i risultati della verifica empirica evidenziano l'esistenza di un potere di mercato degli esportatori italiani in quasi tutti i paesi di destinazione (cfr. tabb. 3 e 4)[8].

Più nello specifico, su un totale di 22 prodotti/mercati analizzati, i nostri produttori mostrano di essere in grado di esercitare un potere di mercato statisticamente significativo e più o meno ampio in 16 casi; in tre di questi (calzature parzialmen-

[8] *La stima econometrica della domanda residua che si rivolge ai produttori italiani è stata condotta sul periodo 1977-98. La scelta di "troncare" il periodo di stima nel 1998 dipende dalla rilevanza che assumono i mercati dell'area euro (soprattutto Germania e Francia, ma anche Spagna e Olanda) nelle esportazioni dell'Italia: la possibilità di identificare un potere di mercato differenziato a seconda delle destinazioni è essenzialmente affidata, come detto nel paragrafo 2, alle oscillazioni del cambio; dopo il 1998, tali variazioni si azzerano, con l'avvento dell'euro, nei più importanti mercati di sbocco italiani.*

IL POTERE DI MERCATO DEGLI ESPORTATORI ITALIANI [(1)]

Settore	Prodotti	Mercati di destinazione	Misura del potere di mercato (1)	Competitori influenti
Calzature	Calzature con suola e tomaia in cuoio	Germania Francia Stati Uniti	No potere 0,9 0,7	Spagna Portogallo Spag. Port. Corea Corea
	Calzature con suola in gomma e tomaia in cuoio	Stati Uniti Francia	0,8 No potere	- Cina
Ceramiche	Ceramiche non vetrose	Germania Francia Stati Uniti	0,1 0,2 0,3	Olanda Germania -
	Ceramiche vetrose	Germania Francia Stati Uniti	0,3 0,7 No potere	Spagna Spagna Spagna
Mobili	Divani poltrone sedie	Germania Francia Stati Uniti	0,1 0,6 0,3	Francia Germania Canada
Abbigliamento	Calze in fibra sintetiche lavorate	Germania Spagna	1 0,6	Austria -
Pelle	Elementi in pelle	Germania Francia Spagna	No potere 0,5 0,7	India India Bang. Pakist. -
Tessile	Fibre non strutturate della seta/cotone/lana	Germania Francia Regno Unito	No potere 0,7 No potere	Regno Unito Regno Unito Germania Olanda

(1) la misura del potere di mercato è dato dal valore assoluto dell'elasticità della domanda residua, stimata per il periodo 1977-98 per ciascun prodotto considerato in ciascun mercato di destinazione; il valore teorico di questa elasticità può variare tra zero (nessun potere di mercato) e 1 (potere di mercato massimo).

Tavola 3

RISULTATI DELLE STIME SUL POTERE DI MERCATO DEGLI ESPORTATORI ITALIANI

Prodotto	Mercato di destinazione	Costante	Elasticità della domanda	Consumo dal mercato di destinazione	Prezzi al consumo nel mercato di destinazione	Tasso di cambio del primo competitor
Calzature con la suola e la tomaia in pelle	Francia Germania Stati Uniti	3,5 **-1** **-5,1**	**-0,9** 0,39 **-0,66**	**-1,2**	**3,5** **1,33** **5,8**	**-0,4** **0,55**
Calzature con la suola in gomma e la tomaia in pelle	Francia Stati Uniti	1,5 **9,3**	-0,4 **-0,8**		**1,2**	**0,1**
Ceramiche non vetrose	Francia Germania Stati Uniti	**-15,3** **-16,5** **-12,6**	**-0,22** **-0,12** **-0,3**	**1,07** **1,8**	**2,5**	**-0,8**
Ceramiche vetrose	Francia Germania Stati Uniti	**6,2** **-2,2** **-0,5**	**-0,7** **-0,3** -0,05	**0,9** **0,2**	**0,7**	**0**
Divani poltrone sedie	Francia Germania Stati Uniti	**6,2** **-2,7** **-9,9**	**-0,6** **-0,1** **-0,3**	**1,9**	**1,4**	**3,1** **0,4** **1,1**
Calze in fibra sintetica lavorate	Germania Spagna	**-11,4** -9,2	**-1** **-0,6**	**2,1** **2,1**		**-6,3** **-2,94**
Elementi in pelle	Francia Germania Spagna	**5,3** -0,6 **-12,6**	**-0,5** 0 **-0,7**	**1,2** **1,2**	**1**	**1,5** **0,8** **-3,5**
Fibre non strutturate della seta cotone e lana	Francia Germania Regno Unito	2,5 **-5,6** **8,1**	**-0,7** 0 0	**0,8** **1,4**	**1,2**	**0,45** **0,2** **10,1**

In neretto i dati statisticamente significativi al 99% di probabilità

Tavola 4 *(segue)*

Prodotto	Mercato di destinazione	Costo del lavoro del primo competitor	Tasso di cambio del secondo competitor	Costo del lavoro del secondo competitor	Tasso di cambio del terzo competitor	Costo del lavoro del terzo competitor	R-squared
Calzature con la suola e la tomaia in pelle	Francia Germania Stati Uniti	**0,8** **-0,64** **-1,35**	**-0,4** **-0,3**		0,06	**-0,56**	0,95 0,95 0,86
Calzature con la suola in gomma e la tomaia in pelle	Francia Stati Uniti						0,91 0,92
Ceramiche non vetrose	Francia Germania Stati Uniti		4,1				0,93 -0,92 0,7
Ceramiche vetrose	Francia Germania Stati Uniti		**-0,7** **-0,1**	 **0,65** **-0,1**			0,96 0,7 0,4
Divani poltrone sedie	Francia Germania Stati Uniti						0.87 0,96 0,86
Calze in fibra sintetica lavorate	Germania Spagna	 2,01	 -0,6				0,8 0,5
Elementi in pelle	Francia Germania Spagna		**1,9** 2,1				0,76 0,91 0,62
Fibre non strutturate della seta cotone e lana	Francia Germania Regno Unito		**-0,5** **-9,5**	 **-2,9**			0,86 0,94 0,94

In neretto i dati statisticamente significativi al 99% di probabilità

Tavola 4

te in cuoio esportate negli Stati Uniti, calze e articoli in pelle esportati in Spagna) il potere è relativamente elevato e completamente svincolato da qualsiasi condizionamento da parte dei concorrenti; nei restanti 13 casi, la capacità degli italiani di fissare prezzi superiori ai costi marginali (e conseguire quindi un mark up) è talvolta notevolmente elevata (in 9 prodotti/mercati l'elasticità della domanda residua, proxy del mark up, è uguale o superiore a 0,5; in 6 compresa tra 0,7 e il massimo valore teorico di 1), ma limitata dall'influenza, in qualche mercato rilevante, dei competitori. In soli sei casi su 22, le imprese italiane risultano price-takers, non detenendo alcun potere di mercato (esportazioni di calzature interamente in cuoio in Germania, di calzature parzialmente in cuoio in Francia, di ceramiche vetrose negli Stati Uniti, di articoli in pelle in Germania, di fibre tessili non strutturate in Germania e nel Regno Unito).

Tra i competitori dei paesi emergenti che vincolano, nel periodo esaminato, le politiche di prezzo delle imprese italiane spiccano la Corea per le calzature interamente in cuoio (mercato francese e americano), la Cina per le calzature parzialmente in cuoio (mercato americano), l'India, il Bangladesh e il Pakistan per gli articoli in pelle (mercati francese e tedesco); in due casi (calzature parzialmente in cuoio nel mercato francese e articoli in pelle in quello tedesco), alla forte pressione competitiva degli esportatori cinesi e coreani corrisponde un potere di mercato nullo dei produttori italiani.

E', comunque, da rilevare che nella gran parte dei mercati di sbocco i competitori influenti delle economie emergenti, sebbene importanti, appaiono, nell'arco di tempo considerato, ancora in posizione minoritaria rispetto a quelli dell'area industriale. Tra quest'ultimi, si segnala oltre all'influenza di due paesi come Spagna e Portogallo (calzature in cuoio e ceramiche vetrose), a più basso livello di sviluppo rispetto all'Italia, anche la concorrenza di imprese localizzate in economie mature, come la Germania (che condiziona le scelte di prezzo dei produttori italiani nelle ceramiche non vetrose e nei divani ecc. venduti in Francia, nonché nelle fibre tessili esportate nel Regno Unito), l'Olanda (ceramiche non vetrose vendute nel mercato tedesco fibre tessili in quello inglese), Francia (divani e altro esportati in Germania), Regno Unito (fibre tessili vendute in Germania e Francia) e Canada (divani, ecc. esportati negli Stati Uniti).

Infine, osservando "trasversalmente" le esportazioni italiane nei principali paesi di destinazione europei ed extraeuropei si evidenzia un potere di mercato mediamente più forte nel mercato francese rispetto a quello tedesco; in quest'ultimo caso, a eccezione di un prodotto (elevatissimo potere di mercato, parzialmente limitato da un competitore, nelle esportazioni di calze), la posizione italiana sembra in generale notevolmente esposta alla pressione competitiva esercitata dai concorrenti, rispetto ai quali i produttori del nostro paese si configurano talvolta come meri price taker (calzature in cuoio, articoli in pelle e fibre tessili). Più diversificatavariegata appare la situazione negli Stati Uniti, dove a condizioni di potere di mercato nullo o relativamente limitato (ceramiche e divani in legno) si contrappongono casi di elevato mark up, pur in presenza di un'influenza da parte dei concorrenti (i due tipi di calzature).

6. Conclusioni

Schematicamente, l'evidenza prodotta può essere sintetizzata nei seguenti quattro punti.

- *La stima "indiretta" del mark up, attraverso l'elasticità della domanda residua, mostra che in generale gli esportatori italiani di beni delle industrie tradizionali sono stati dotati, nel periodo esaminato (la stima ha riguardato il lasso di tempo 1977-98), di un potere di mercato statisticamente significativo e, in alcuni paesi di destinazione, molto ampio.*
- *Tale potere di mercato non è stato, però, svincolato del tutto, se non in pochi casi, dall'influenza dei competitori; in altri termini, i produttori italiani hanno avuto margini, talvolta rilevanti, per decidere autonomamente le loro politiche di prezzo, ma non hanno potuto prescindere dalle reazioni dei concorrenti a tali scelte; hanno dovuto, quindi, tenere conto, entro certi limiti, della pressione competitiva esercitata dai concorrenti.*
- *Tra questi, i paesi emergenti (in particolare asiatici) hanno esercitato un condizionamento sulle decisioni degli esportatori italiani soprattutto negli articoli in pelle e nelle calzature; nei restanti prodotti dell'industria tradizionale (ceramiche, divani-sedie-poltrone, calze, fibre tessili) la pressione competitiva più rilevante è provenuta da produttori di economie industriali, sia di più recente sviluppo (Spagna e Portogallo), sia "mature" (Germania, Francia, Olanda, Regno Unito).*
- *Emerge in questo quadro, una certa debolezza del potere di mercato dei produttori italiani in Germania, paese in cui negli ultimi cinque-sei anni i nostri esportatori hanno in effetti sperimentato difficoltà, comparativamente più elevate che altrove, nel mantenere le loro quote; le indicazioni dell'evidenza econometria, relativa all'arco di tempo 1977-98, mostrano, comunque, che, in tal periodo, sono stati soprattutto gli esportatori localizzati nei paesi industriali (Spagna, Portogallo, Olanda, Francia) a premere sui prodotti italiani nel mercato tedesco; nel periodo considerato, solo un paese emergente (l'India) ha esercitato una pressione (molto forte) sulle esportazioni italiane nel mercato tedesco.*

Nel complesso, quindi, si può concludere che la posizione italiana nei mercati internazionali appare più variegata di quanto le tesi contrapposte estreme del dibattito sul grado di esposizione delle nostre esportazioni tradizionali (massima esposizione "contro" massimo riparo rispetto alla competizione di prezzo dei concorrenti) lascerebbero intendere: le imprese italiane sembrano avere, in generale, un potere di mercato in questa particolare tipologia di prodotti, ma non "assoluto"; esse devono tenere conto, nel decidere le proprie politiche di prezzo, di quelle che possono essere messe in opera dai maggiori competitori.

7. LE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI ITALIANE*

Sintesi

Nel 2002, come visto nei precedenti capitoli, le esportazioni italiane sono risultate in calo del 2,8%: le *performance* delle regioni italiane hanno assunto differenti intonazioni, anche in base alle rispettive specializzazioni produttive.

In sintesi, si è osservata una diminuzione superiore alla media per le regioni dell'Italia nord occidentale (-4,6%) e del Mezzogiorno (-3,7%), mentre sono state meno pronunciate rispetto alla media nazionale quelle dell'Italia nord orientale (-1,1%) e dell'Italia centrale (-0,8%).

Spicca il dato fortemente negativo di tutte le regioni nord occidentali, dopo la crescita dell'ultimo anno, in particolare della Liguria che ha visto diminuire le proprie vendite all'estero di oltre il 10%, anche per il venire meno di commesse navali. Il Piemonte ha sperimentato un'ulteriore riduzione della propria quota sul totale nazionale a causa della perdurante flessione delle vendite relative ai settori tradizionali di specializzazione, in primo luogo degli autoveicoli, legata anche a un "effetto sostituzione" per la crescente provenienza delle esportazioni dagli insediamenti produttivi lucani. Il calo registrato dalle esportazioni della Lombardia in molti settori ne ha determinato una contrazione della quota calcolata sul totale nazionale.

L'area del nord – est ha fatto registrare un lieve recupero del proprio peso sul totale nazionale, nonostante abbia anch'essa mostrato una flessione del valore delle esportazioni (-1,1%). Al suo interno si segnala in particolare la tenuta delle esportazioni di Emilia Romagna e Trentino Alto Adige. Nel primo caso, il risultato è dipeso anche dalla buona *performance* in un mercato dinamico quale quello dell'Europa centro orientale. La contrazione registrata dalle esportazioni del Veneto (-2%) è imputabile soprattutto ai settori della meccanica e dei prodotti in cuoio, mentre il dato del Friuli Venezia Giulia (-3,1%), risente della netta diminuzione delle vendite di mobili e di apparecchi elettrici e di precisione.

Si è rafforzata, portandosi nuovamente sul livello registrato nel 2000, anche la quota sul totale nazionale delle regioni dell'Italia centrale, in seguito alla debole erosione del valore delle esportazioni (-0,8%). Ad eccezione della Toscana, che ha mostrato un brusco calo delle proprie vendite (-4,5%) e delle Marche, per le altre regioni della ripartizione si sono registrati andamenti crescenti, in controtendenza con quello delle vendite su scala nazionale. Il buon risultato conseguito dal Lazio (5,4%) è derivato prevalentemente dal forte aumento del valore delle esportazioni di "altri mezzi di trasporto" (prodotti dell'industria aeronautica) diretti in primo luogo nei mercati statunitense e cinese.

La quota complessiva del Mezzogiorno sulle esportazioni nazionali è leggermente diminuita nel corso del 2002, confermando un arresto del trend ascendente che

---

* Redatto da Domenico Cuccurullo - ICE Area Studi, Statistica e Documentazione - con la supervisione del prof. Giuliano Conti.

aveva caratterizzato la seconda metà degli anni novanta. Questo risultato sottende, tuttavia, andamenti molto diversificati per le varie regioni appartenenti a questa ripartizione territoriale. Continua la positiva *performance* dell'Abruzzo, del Molise (soprattutto per la crescita delle esportazioni di abbigliamento) e della Basilicata (per il notevole aumento registrato nelle vendite di autoveicoli). E' proseguito, di contro, un andamento delle esportazioni decisamente inferiore al dato nazionale per la Sardegna e la Sicilia, in quest'ultima soprattutto a causa di una forte flessione nelle vendite sui mercati esteri dei prodotti petroliferi.

Dai dati sugli scambi di servizi emerge una netta flessione dei crediti delle maggiori regioni nel turismo e nelle comunicazioni, mentre nei servizi alle imprese rilevante è stato il calo subito dal Lazio.

In un'ottica di più lungo periodo, va osservato come al tendenziale aumento della quota delle esportazioni nazionali provenienti dalle regioni del nord-est, corrisponda una loro crescente presenza nei processi di internazionalizzazione produttiva; in termini di partecipazioni all'estero, si distinguono inoltre le imprese del Lazio e, nel 2002, quelle della Sicilia e della Sardegna. Anche le isole, come tutte le altre regioni del Mezzogiorno, sono invece sempre meno interessate dagli investimenti esteri nel nostro paese, che ormai risultano concentrati per oltre il 50% nella sola Lombardia.

Nel primo trimestre 2003, al lieve aumento tendenziale delle esportazioni hanno contribuito soprattutto le regioni nord – occidentali e, in misura minore, quelle meridionali. Nell'area del nord – est si segnala la flessione del Friuli Venezia Giulia, mentre il risultato negativo delle regioni centrali trova origine nella contrazione delle vendite estere del Lazio. Sicilia e Sardegna mostrano un incremento di quota derivante soprattutto dal rimbalzo delle loro esportazioni di prodotti petroliferi raffinati, a sua volta legato all'impennata delle quotazioni del greggio nei mesi che hanno preceduto il conflitto iraqeno.

LE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI ITALIANE NEL 2002

	REGIONI	Valori milioni di euro 2002	Var. perc. 00-01	Var. perc. 01-02
1)	Lombardia	74.828	6,7	-4,6
2)	Veneto	38.637	5,8	-2,0
3)	Emilia Romagna	31.505	5,0	0,3
4)	Piemonte	29.469	3,0	-4,0
5)	Toscana	21.466	4,2	-4,5
6)	Lazio	11.714	-6,8	5,4
7)	Friuli Venezia Giulia	9.022	4,1	-3,1
8)	Marche	8.306	11,4	-0,9
9)	Campania	7.889	8,5	-6,6
10)	Puglia	5.829	4,7	-6,4
11)	Abruzzo	5.500	6,0	1,4
12)	Sicilia	4.980	-3,1	-6,3
13)	Trentino Alto Adige	4.468	3,0	0,4
14)	Liguria	3.624	16,2	-10,4
15)	Umbria	2.468	1,4	5,0
16)	Sardegna	2.114	-6,7	-7,3
17)	Basilicata	1.478	8,3	24,9
18)	Molise	545	8,5	1,8
19)	Valle d'Aosta	367	-1,2	-6,1
20)	Calabria	285	-4,6	-3,7
	ITALIA	**265.297**	**4,9**	**-2,8**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.1

DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE DI MERCI
(pesi percentuali a prezzi correnti) (*)

	1992	1997	1998	1999	2000	2001	2002
NORD CENTRO	**91,1**	**90,3**	**89,7**	**89,7**	**89,0**	**88,8**	**88,9**
ITALIA NORD OCCIDENTALE	**47,7**	**43,7**	**42,7**	**41,9**	**41,4**	**41,6**	**40,8**
Piemonte	14,0	12,7	12,3	11,9	11,4	11,2	11,1
Valle d'Aosta	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Lombardia	31,8	29,3	29,0	28,6	28,3	28,7	28,2
Liguria	1,8	1,6	1,3	1,3	1,3	1,5	1,4
ITALIA NORD ORIENTALE	**28,3**	**30,4**	**31,0**	**31,6**	**30,9**	**31,0**	**31,5**
Trentino Alto Adige	1,9	1,7	1,7	1,8	1,7	1,6	1,7
Veneto	12,9	13,9	13,9	14,6	14,3	14,4	14,6
Friuli Venezia Giulia	2,9	3,3	3,7	3,5	3,4	3,4	3,4
Emilia Romagna	10,5	11,5	11,7	11,8	11,5	11,5	11,9
ITALIA CENTRALE	**15,2**	**16,2**	**16,1**	**16,2**	**16,7**	**16,2**	**16,6**
Toscana	8,0	8,3	8,0	8,0	8,3	8,2	8,1
Umbria	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Marche	2,4	3,1	3,1	2,9	2,9	3,1	3,1
Lazio	4,0	3,9	4,1	4,4	4,6	4,1	4,4
MEZZOGIORNO	**8,9**	**9,6**	**10,3**	**10,2**	**11,0**	**10,9**	**10,8**
ITALIA MERIDIONALE	**6,1**	**7,2**	**8,0**	**7,9**	**8,0**	**8,1**	**8,1**
Abruzzo	1,2	1,9	1,9	1,8	2,0	2,0	2,1
Molise	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Campania	2,5	2,6	3,0	3,0	3,0	3,1	3,0
Puglia	2,0	2,2	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2
Basilicata	0,1	0,2	0,4	0,5	0,4	0,4	0,6
Calabria	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
ITALIA INSULARE	**2,7**	**2,4**	**2,3**	**2,3**	**3,1**	**2,8**	**2,7**
Sicilia	1,9	1,6	1,6	1,6	2,1	1,9	1,9
Sardegna	0,8	0,8	0,7	0,7	0,9	0,8	0,8
ITALIA	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

(*) Dal totale nazionale è stata sottratta la voce "Province diverse non specificate"

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

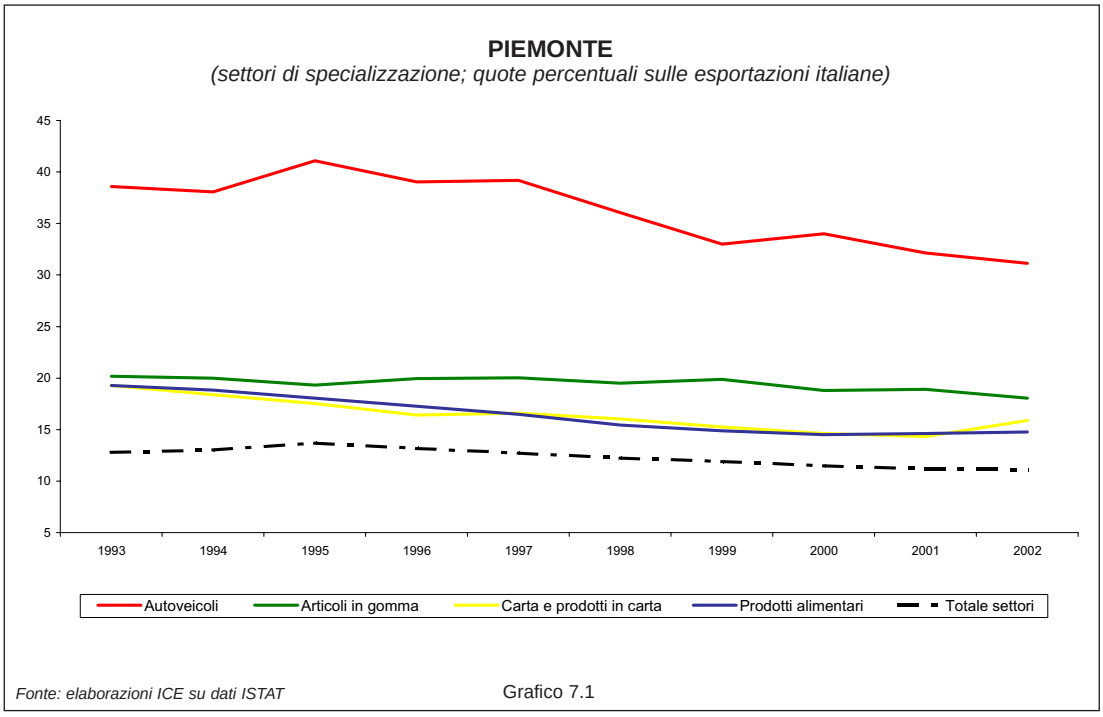
Tavola 7.2

Piemonte[1]

Nel 2002 le esportazioni del Piemonte sono diminuite del 4% rispetto all'anno precedente, un risultato peggiore in confronto al dato complessivo nazionale che ha portato la quota regionale sulle esportazioni italiane a un'ulteriore diminuzione (tavola 7.2).

Analizzando le quote settoriali, calcolate sulle esportazioni nazionali, emerge l'indebolimento fatto registrare dai settori della gomma e da quello degli autoveicoli

[1] Per ogni regione viene presentato un grafico nel quale si mostra l'andamento dei settori di specializzazione relativi, ossia i comparti produttivi in cui ciascuna regione detiene una quota sulle esportazioni italiane superiore a quella registrata per le esportazioni complessive.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.1

(quest'ultimo risulta in costante flessione dal 1998), mentre segnali di ripresa provengono dal comparto della carta, la cui quota sul totale nazionale è passata dal 14,3% del 2001 al 15,9% del 2002 e, in misura minore, dal settore alimentare (grafico 7.1)[2].

Più del 60% delle esportazioni complessive del Piemonte sono dirette verso il mercato dell'Unione Europea; pur rimanendo sostanzialmente invariate le quote calcolate sia sul totale regionale che su quello nazionale, sono diminuite in tale area le vendite dei settori principali della regione[3]. Rispetto all'anno precedente è risultato in aumento il peso dell'Europa centro orientale sia nei confronti del totale regionale che della quota nazionale[4]. Ha contribuito a questo risultato la buona *performance* del settore delle macchine ed apparecchi meccanici cresciuto del 41,6% nel corso dell'ultimo anno. Il calo registrato in America centro meridionale[5], la cui quota rispetto al totale nazionale è passata dall'11,8% del 2001 al 10,8% del 2002, è dovuto essenzialmente alle decise perdite nei principali settori di specializzazione.[6]

---

[2] Altri due settori sono da considerarsi di specializzazione per la regione: il comparto tessile e la meccanica. Per entrambi la quota sul totale nazionale è leggermente diminuita nel corso del 2002.

[3] Infatti nel mercato della UE, rispetto allo scorso anno, si sono ridotte le vendite di autoveicoli (-5,8%) e quelle delle macchine ed apparecchi meccanici (-5,3%).

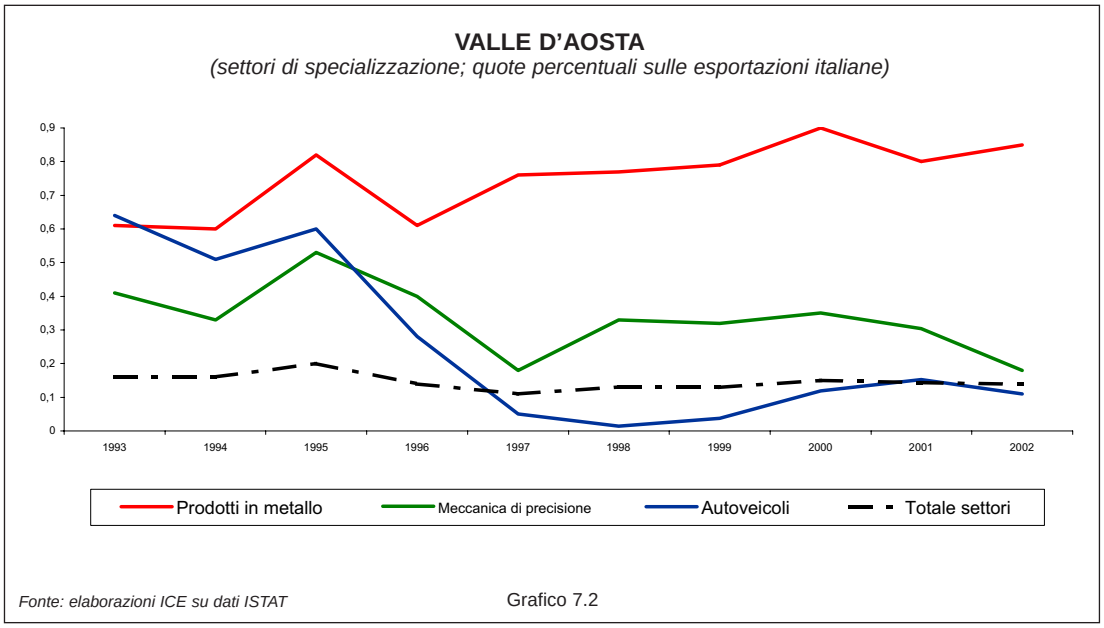
[4] Il peso di tale area è aumentato dal 7,4% del 2001 all'8,5% del 2002 su base regionale e dal 9% del 2001 al 9,4% dello scorso anno su base nazionale.

[5] Sono diminuite del 18,5% le vendite di macchine ed apparecchi meccanici e del 26,4% quelle degli autoveicoli.

[6] La flessione delle esportazioni della provincia di Torino deriva dal calo complessivo delle vendite dei tre principali settori (autoveicoli, macchine ed apparecchi meccanici, apparecchi elettrici) nei maggiori mercati di sbocco, ad eccezione dell'Europa centro orientale, dove gli ultimi due comparti crescono sensibilmente. Biella ha mostrato una decisa diminuzione nel settore tessile (oltre 11 punti percentuali), tradizionalmente il più importante e ciò ha condizionato negativamente il risultato complessivo. In provincia di Novara si segnala la dinamica negativa del settore di specializzazione delle macchine ed

Valle d'Aosta

Le esportazioni della regione sono diminuite del 6,1% rispetto al 2001: un risultato peggiore rispetto al dato medio nazionale (tavola 7.2). Le vendite sono diminuite nelle due principali aree di destinazione della regione: nell'Unione Europea (primo mercato di sbocco) la flessione riguarda in particolare il comparto degli apparecchi elettrici e di precisione (-54,6%) e quello degli autoveicoli (-26,9%), mentre negli altri paesi europei il calo (-3,4%) ha riguardato le vendite dei prodotti in metallo. In salita sono risultate le esportazioni nei mercati dell'Europa centro orientale ed in Asia orientale (terzo mercato di sbocco per le esportazioni regionali); la *performance* positiva in entrambe le aree è stata determinata soprattutto da incrementi nei settori dei prodotti in metallo ed in quello delle macchine ed apparecchi meccanici.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

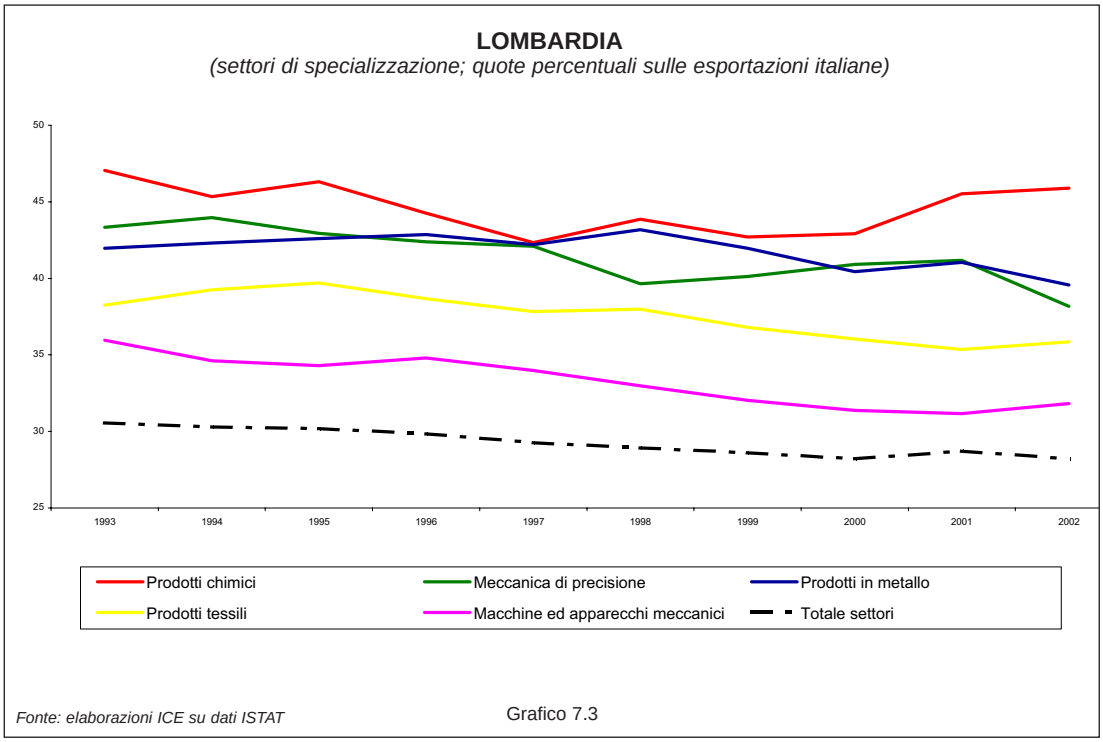
Grafico 7.2

Lombardia

Le esportazioni della Lombardia nel 2002 sono diminuite del 4,6% rispetto all'anno precedente: una flessione superiore alla media italiana che ha determinato un calo della quota calcolata sul totale nazionale, ritornata al livello del 2000, ossia al valore minimo dell'ultimo decennio (tavola 7.2).

L'analisi delle quote settoriali della regione, calcolate sul totale nazionale, mostra l'indebolimento del comparto dei prodotti in metallo e soprattutto di quello della meccanica di precisione che nel corso dell'ultimo anno ha perso quasi tre punti

apparecchi meccanici, mentre l'incremento del comparto delle macchine ed apparecchi meccanici registrato ad Alessandria si contrappone alle perdite nei settori della chimica e della gomma. Cuneo ed Asti sono state le uniche province piemontesi ad aver incrementato le proprie vendite estere nel corso dell'ultimo anno; per entrambe è cresciuto il comparto dei prodotti alimentari; nella seconda si segnala l'aumento delle vendite di autoveicoli soprattutto verso l'Unione Europea.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.3

percentuali attestandosi al 38,2%. Per entrambi i settori di specializzazione della regione, si tratta del valore più basso dal 1992. Si è fermata, nell'ultimo anno, la tendenza negativa del settore tessile e delle macchine ed apparecchi meccanici, come risultato di una migliore tenuta delle esportazioni regionali rispetto al dato medio nazionale, mentre per il terzo anno consecutivo è migliorato il risultato della chimica, settore in cui la regione mostra una forte specializzazione.[7]

La quota regionale, sul totale nazionale, si è ridotta in modo sensibile in America centro meridionale[8] come risultato della notevole flessione registrata nel settore delle macchine ed apparecchi meccanici e, soprattutto, in quello degli apparecchi elettrici di precisione (-58% nel 2002 rispetto all'anno precedente). Si è contratta lievemente la quota regionale nell'Unione Europea: a fronte di incrementi nel settore della chimica si sono contrapposte perdite degli altri principali settori dell'export regionale (prodotti in metallo, macchine e apparecchi meccanici, apparecchi elettrici di precisione). Diminuzioni di quota si segnalano anche in altre aree: Europa centro orientale (dal 27,1% al 25,7% su base nazionale) e Asia orientale. In entrambe le ripartizioni geografiche al buon andamento delle esportazioni di prodotti chimici e di macchine e apparecchi meccanici si sono contrapposte flessioni significative delle vendite di apparecchi elettrici e di precisione.

La flessione registrata in America settentrionale sottende un calo di vendite nei principali settori, in particolare gli apparecchi elettrici e di precisione (-37% rispetto

[7] Tale settore pesa per il 16,4% sul totale delle esportazioni regionali ed è al secondo posto dopo il comparto delle macchine ed apparecchi meccanici (22,6%). Oltre ai settori citati va segnalato l'andamento negativo del comparto della gomma.

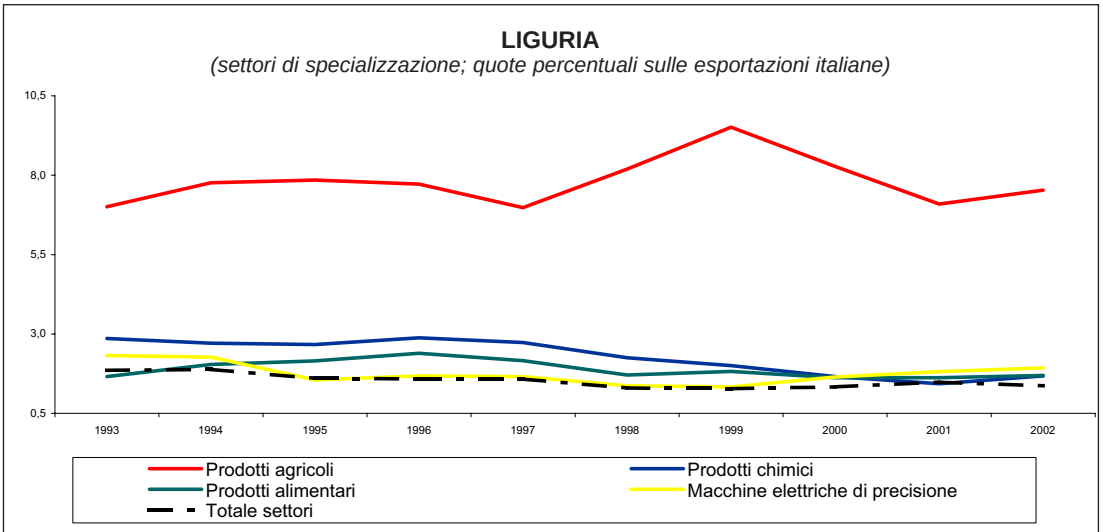
[8] In tale area la quota regionale sul totale nazionale decresce di 4,2 punti percentuali nell'ultimo anno, attestandosi al 25,5%.

all'anno precedente), mentre diminuzioni più contenute si sono registrate per le macchine ed apparecchi meccanici e per il comparto chimico (-2%).[9]

Liguria

Le esportazioni della Liguria sono diminuite del 10,4% rispetto all'anno precedente, un tasso nettamente peggiore rispetto a quello medio nazionale. Tale variazione negativa ha determinato una contrazione della quota sulle esportazioni nazionali, dopo il risultato positivo conseguito l'anno precedente (tavola 7.2).

Dall'analisi dell'evoluzione dei settori di specializzazione emergono dinamiche differenziate delle quote calcolate sul totale nazionale. Sembra essersi interrotto nel



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.4

[9] Nel 2002 le esportazioni della provincia di Milano sono diminuite del 4,4% rispetto al 2001. Tra i settori principali hanno guadagnato la chimica ed i prodotti tessili (+4,5% e +1,1% rispettivamente). In provincia di Bergamo (-8,4%) sono risultati in flessione i prodotti tessili e le macchine e gli apparecchi meccanici, mentre sono cresciute le vendite del comparto chimico. L'andamento negativo dei principali settori della provincia di Brescia (prodotti in metallo, macchine ed apparecchi meccanici ed autoveicoli) ha condizionato il risultato complessivo delle esportazioni della provincia che si e ridimensionato del 10,2%, mentre la dinamica positiva di Mantova è derivata da incrementi nei comparti della chimica e dei prodotti in metallo. Risultato positivo anche per Varese (+1,4%), grazie all'apporto di vendite del comparto gomma e delle macchine ed apparecchi meccanici (+12,4%). In diminuzione è risultato invece l'export della provincia di Como (in particolare delle vendite dei prodotti tessili e dell'abbigliamento e degli apparecchi elettrici e di precisione) e di Lecco: in questo caso, la flessione complessiva del 9,2% rispetto all'anno precedente, è stata effetto del ridimensionamento delle vendite dei maggiori settori di specializzazione provinciali (prodotti in metallo, macchine ed apparecchi meccanici e prodotti tessili). L'incremento delle vendite della provincia di Pavia (+8,2%) va ricondotto ad una crescita dell'export di macchine ed apparecchi meccanici e soprattutto del comparto della chimica (le vendite estere del settore sono cresciute del 22% su base annua e tale incremento deriva dalla *performance* ottenuta nei paesi dell'Unione Europea dove l'incremento è del 32,9%). Infine nella provincia di Cremona (-6,1% rispetto al 2001), a fronte di incrementi nel settore alimentare ed in quello dei prodotti in metallo, si registra una contrazione delle vendite del comparto delle macchine e degli apparecchi meccanici.

2002 l'indebolimento registrato negli ultimi anni dal comparto agricolo e da quello della chimica, mentre è proseguita per il terzo anno consecutivo la tendenza positiva del settore delle macchine elettriche e di precisione, per la miglior tenuta delle vendite rispetto al dato medio nazionale (grafico 7.4). Estremamente negativo è il risultato del settore degli altri mezzi di trasporto[10], a causa della fisiologica irregolarità delle commesse navali[11].

L'Unione Europea, dopo il calo dello scorso anno, riacquista oltre 5 punti percentuali sul totale dell'export regionale. Tra i principali prodotti esportati nell'area, si segnala la forte riduzione del settore degli altri mezzi di trasporto, controbilanciata da aumenti nei settori della chimica, delle macchine ed apparecchi meccanici ed in quello alimentare.

Il Medio Oriente è diventato il secondo mercato di sbocco grazie alla *performance* ottenuta nei settori dei prodotti in metallo, delle macchine ed apparecchi meccanici ed in quello degli apparecchi elettrici[12]. Una decisa flessione delle esportazioni si è registrata nell'area dell'America centro meridionale (la quota sul totale nazionale è passata dal 4,5% del 2001 all'1,5% nel 2002). A determinare tale risultato sono state le dinamiche negative delle vendite dei principali settori verso tale area, non solo nel comparto navale[13].

E' invece rimasta sostanzialmente stabile la quota regionale sul totale nazionale in America settentrionale dove si è registrata la buona *performance* del comparto della chimica (+32,4%), degli apparecchi elettrici e degli altri mezzi di trasporto[14].

Trentino Alto Adige

Nel corso del 2002 le esportazioni del Trentino Alto Adige sono cresciute dello 0,4% rispetto all'anno precedente. La quota regionale, dopo l'erosione registrata nel corso del 2001, è pertanto cresciuta lievemente (tavola 7.2). Ad una sostanziale stabi-

---

[10] La quota sul totale nazionale passa dal 6,8% del 2001 al 2,1% nel corso del 2002. Tale settore, da solo, contribuisce per il 3,8% alla variazione complessiva negativa dell'export totale della regione.

[11] Altri settori di specializzazione regionali quali i prodotti in gomma, i minerali non metalliferi ed i prodotti in metallo non hanno fatto registrare variazioni significative della loro quota sul totale nazionale.

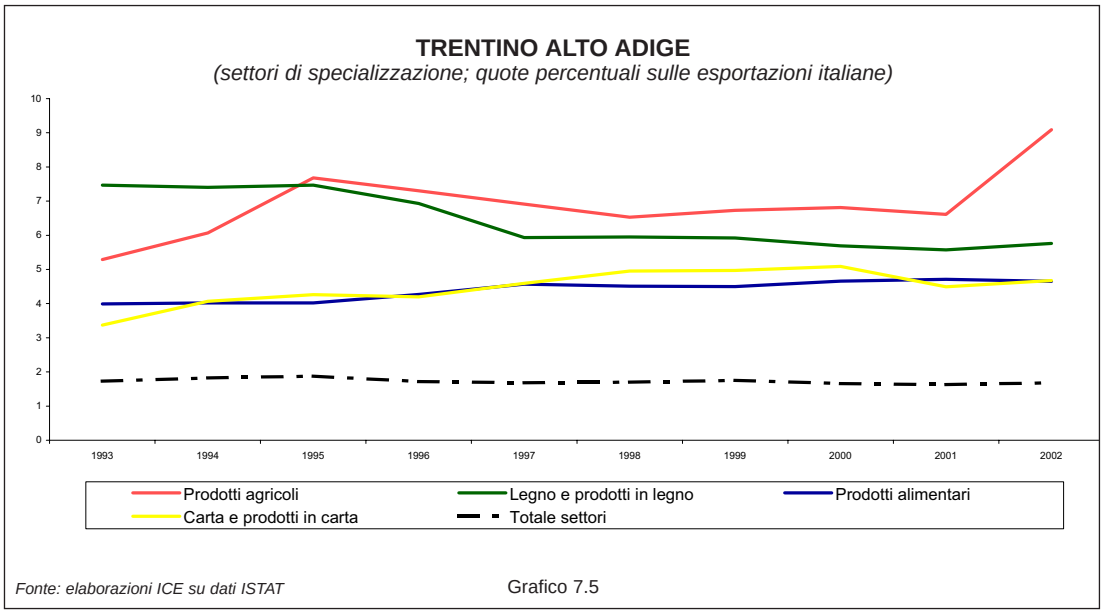
[12] Nei tre settori, nel corso dell'ultimo anno, sono stati registrati aumenti, rispettivamente, del 27,3%, 26,8%, e 29,3%.

[13] Infatti a decrescere drasticamente sono le macchine e gli apparecchi meccanici, gli apparecchi elettrici e gli altri mezzi di trasporto.

[14] Il 2002 è stato un anno negativo per le esportazioni della provincia di Genova, diminuite del 15,2% su base annua. Tutti i principali comparti hanno fatto registrare flessioni nelle vendite, in particolare le macchine e gli apparecchi meccanici (-11%) e gli altri mezzi di trasporto (-64,7%) per l'irregolarità delle commesse navali; sono invece cresciute le esportazioni del settore dei prodotti in metallo (+11,8%). Al contrario la provincia di Savona nel 2002 ha conseguito incrementi nei più importanti settori di specializzazione: la chimica, le cui esportazioni complessive sono aumentate di quasi il 36%, gli apparecchi elettrici (+24,9%) e gli autoveicoli (+18%). La flessione registrata nei settori dei prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi, delle macchine ed apparecchi meccanici e negli altri mezzi di trasporto (in quest'ultimo settore la diminuzione maggiore si è avuta verso l'America centro meridionale) ha condizionato negativamente il risultato complessivo della provincia di La Spezia. Infine, in provincia di Imperia, l'incremento delle vendite estere (+4% rispetto al 2001) è derivato anche da un consistente aumento delle esportazioni di prodotti alimentari.

lità della quota sull'export nazionale nei settori di specializzazione della regione (prodotti in legno, carta, prodotti alimentari) si è accompagnato, invece, un forte incremento per i prodotti dell'agricoltura la cui quota è salita, nell'ultimo anno, dal 6,6% al 9,1%, sfiorando il livello del 1992, risultato da attribuire, in particolare, al significativo incremento delle vendite nell'Unione Europea[15].

L'Unione Europea e l'America settentrionale hanno una quota di oltre l'80% sul totale delle esportazioni regionali. Nel primo mercato, dove la quota regionale sul totale nazionale non ha fatto registrare sostanziali variazioni, è da segnalare l'incremento oltre che dell'agricoltura (+32,2% rispetto al 2001) anche degli autoveicoli (+7,8%), mentre è diminuito decisamente il comparto delle macchine ed apparecchi meccanici



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 7.5

(-23,5%). In America settentrionale diversi settori si sono segnalati per i consistenti incrementi del volume delle vendite, in particolare i prodotti alimentari (+16,2%), la chimica (+37,5%), le macchine e gli apparecchi meccanici (+25,6%) e gli autoveicoli (+10,1%). Infine è aumentata la quota regionale delle esportazioni verso gli altri paesi europei per effetto della *performance* del settore degli articoli di abbigliamento[16] [17].

Veneto

Le esportazioni del Veneto sono diminuite del 2% nel 2002 rispetto all'anno precedente, a fronte di una flessione del 2,8% registrata a livello nazionale.

---

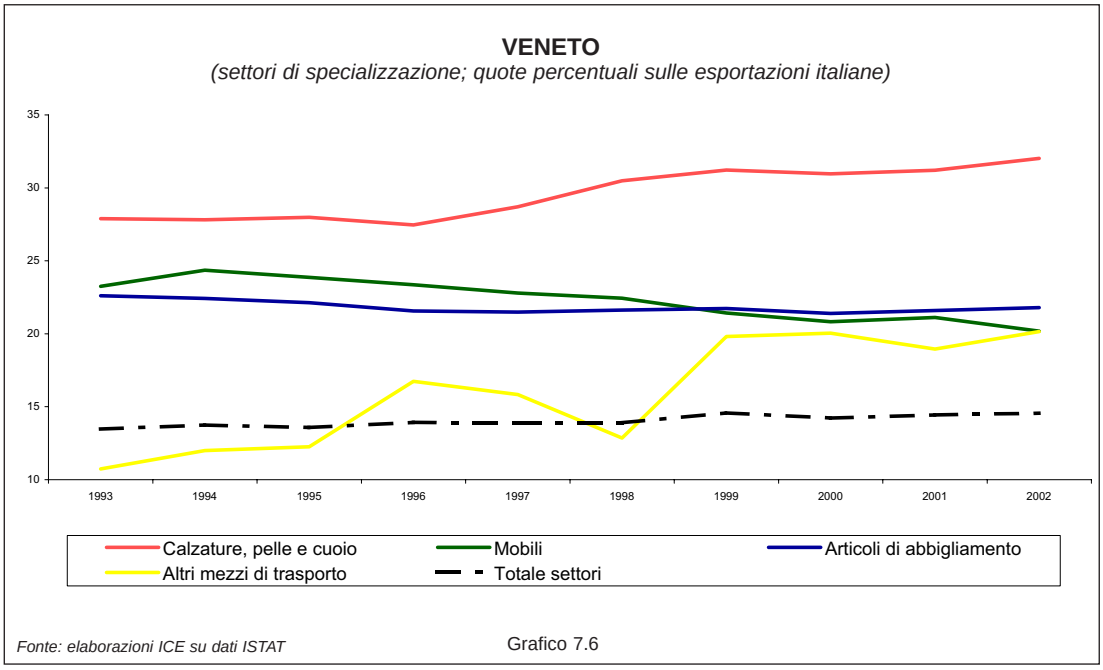
[15] La quota sul totale nazionale di altri settori di specializzazione quali il comparto della gomma e gli autoveicoli è rimasta sostanzialmente invariata nell'ultimo anno, mentre in crescita appare la quota dei prodotti dell'industria estrattiva.

[16] La quasi totalità delle esportazioni verso l'area in tale settore è diretto in Svizzera dove nell'ultimo anno le vendite sono più che triplicate.

[17] Il risultato conseguito nel corso del 2002 dalla provincia di Bolzano (+4,5%) è derivato principalmente dall'incremento delle vendite nei settori dell'agricoltura, dei prodotti in metallo e delle macchi-

L'analisi dei settori di specializzazione mette in luce andamenti diversificati nel corso dell'ultimo anno. Si sono registrati incrementi del contributo alle esportazioni nazionali per il comparto dei manufatti in cuoio, che da solo rappresenta circa un terzo delle esportazioni nazionali in tale settore, e per il settore tessile. Gli incrementi di quota hanno riguardato anche gli altri mezzi di trasporto e le macchine elettriche e di precisione[18]. Per i quattro settori citati la quota raggiunta nel 2002 rappresenta il massimo del decennio[19]. Sono risultate in flessione le quote, calcolate sul totale nazionale settoriale, dei mobili e delle macchine ed apparecchi meccanici. Il primo è sceso rispetto al 2002 di quasi un punto percentuale, raggiungendo il valore più basso del decennio, mentre per il secondo (che pesa per quasi il 20% sul totale delle esportazioni regionali) la flessione è leggermente più contenuta. Altri settori rilevanti per l'economia veneta quali abbigliamento e "altri manufatti" (oreficeria compresa) non hanno fatto registrare variazioni sostanziali, mentre flessioni della quota hanno mostrato i comparti del legno e quello della carta.

La metà delle esportazioni regionali sono dirette verso l'Unione Europea, dove la quota dell'area sul totale nazionale è rimasta sostanzialmente stabile. Si segnala la flessione nelle esportazioni di quasi tutti i principali settori (macchine ed apparecchi meccanici, prodotti in metallo, mobili), ad eccezione degli apparecchi elettrici e di precisione e dei prodotti alimentari. Anche la quota dei paesi dell'Europa centro



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.6

ne ed apparecchi meccanici, mentre la flessione della provincia di Trento è stata determinata da diminuzioni nei comparti dei prodotti in metallo e delle macchine ed apparecchi meccanici.

[18] In questo settore l'aumento di quota è derivato dalla flessione registrata dal comparto nel suo complesso a livello nazionale, a fronte di un volume di vendite regionali sostanzialmente invariato.

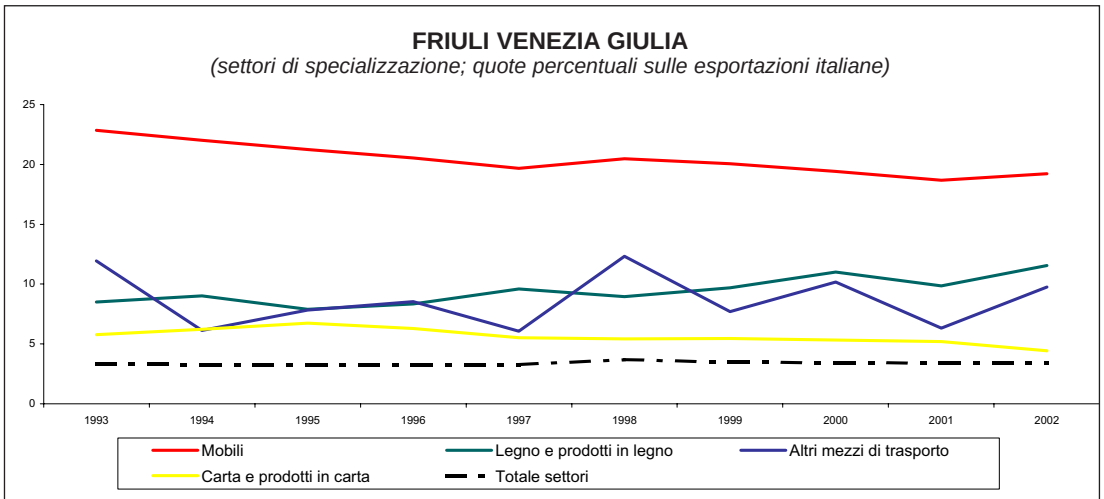
[19] In particolare il settore delle macchine elettriche e di precisione ha guadagnato quota ininterrottamente dal 1993, mentre quello del tessile è in miglioramento dal 1996.

orientale, secondo mercato di sbocco, è rimasta stazionaria, con un incremento del 10,6% nel settore dei prodotti tessili. E' aumentato nel 2002 il peso della regione, sul totale nazionale delle vendite, verso l'America settentrionale grazie ai notevoli incrementi nei settori della chimica e in quello degli altri mezzi di trasporto (verso gli Stati Uniti), mentre sono diminuite le esportazioni dei manufatti in cuoio, degli apparecchi elettrici e degli apparecchi meccanici. E' rimasta stabile, infine, la quota in America meridionale, dove però è cresciuto considerevolmente il settore degli altri mezzi di trasporto[20].

Friuli - Venezia Giulia

Nel corso del 2002 il Friuli - Venezia Giulia ha registrato una diminuzione delle esportazioni pari al 3,1%, sostanzialmente in linea con il risultato complessivo nazionale (tavola 7.2).

L'analisi dei settori di specializzazione mostra un forte incremento delle esportazioni dei prodotti in legno, la cui quota sul totale nazionale, ha raggiunto il massimo del decennio. E' continuata per il terzo anno consecutivo la flessione della quota



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.7

[20] Quattro province venete su sette hanno registrato incrementi nel valore delle vendite estere nel corso del 2002. Venezia (+6,7%) deve il risultato positivo principalmente alla dinamicità dei settori degli altri mezzi di trasporto, dell'abbigliamento e dei prodotti alimentari. Verona (+1,3%) invece ha registrato un incremento del comparto della chimica tale da compensare le flessioni nei settori del cuoio e delle macchine ed apparecchi meccanici tra gli altri. L'incremento delle vendite della provincia di Belluno (+4,4%) è scaturito dal miglioramento della meccanica di precisione (tradizionale punto di forza dell'economia provinciale). Anche per Rovigo il 2002 è stato un anno positivo (si segnalano i comparti alimentare e quello delle macchine ed apparecchi meccanici). Il calo registrato in provincia di Vicenza è derivato dalla flessione dei maggiori settori di specializzazione (prodotti in metallo, macchine ed apparecchi meccanici, manufatti in cuoio, ed altri prodotti), mentre in provincia di Treviso (-4,5%) sono diminuite le esportazioni di macchine ed apparecchi meccanici, dell'abbigliamento e quelle dei

del settore della carta, mentre quella registrata nel 2002 dal settore delle macchine ed apparecchi meccanici, che pesa il 26,2% sul totale delle esportazioni regionali, è piuttosto contenuta. Dopo avere toccato l'anno scorso la quota più alta del decennio, è leggermente calato il comparto dei prodotti in metallo, mentre il settore dei mobili, che assorbe circa il 20% del totale delle esportazioni, ha registrato una flessione più contenuta della media nazionale. E' proseguita l'irregolare dinamica degli altri mezzi di trasporto.

La quota del Friuli sulle esportazioni nazionali verso l'Unione Europea è rimasta sostanzialmente stabile. Nel mercato comunitario sono aumentate le vendite degli articoli in gomma e delle macchine ed apparecchi meccanici, mentre tassi negativi di variazione si segnalano per il comparto dei prodotti in metallo e soprattutto per le macchine e gli apparecchi meccanici (-41,3%). Le vendite sui mercati dell'Europa centro orientale (secondo mercato di sbocco per l'export Friulano) sono state trainate dal settore delle macchine ed apparecchi meccanici (+23,7%), mentre diminuzioni hanno registrato il settore dei prodotti in metallo, gli apparecchi elettrici e il comparto alimentare. Le vendite verso l'America settentrionale hanno mostrato una flessione di quota, sia sul totale regionale che su quello nazionale[21], a causa delle diminuzioni delle vendite delle macchine ed apparecchi meccanici e degli apparecchi elettrici, che non sono state compensate dall'incremento nel settore dei mobili. Il consistente aumento di quota del mercato dell'America centro meridionale (dal 6,9% al 12,9% su base nazionale) è dovuto all'aumento considerevole dell'export di navi ed imbarcazioni[22].

Emilia Romagna

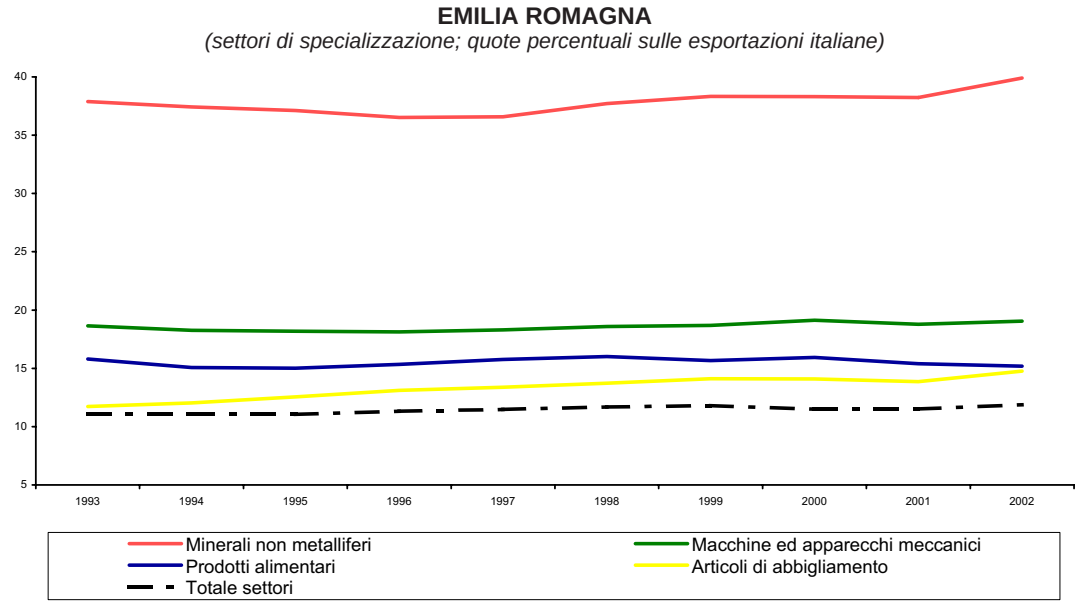
Le esportazioni dell'Emilia Romagna sono aumentate dello 0,3% rispetto al 2002, facendo così crescere la quota sul totale nazionale (11,9%) al livello massimo dell'ultimo decennio (tavola 7.2).

L'andamento dei principali settori di specializzazione della regione è risultato favorevole nel corso dell'ultimo anno: infatti hanno raggiunto il valore più elevato

mobili. In diminuzione sono risultati i comparti dei prodotti in cuoio e delle macchine ed apparecchi meccanici in provincia di Padova (-3,3%).

[21] La quota regionale verso quest'area passa dal 3,9% del 2001 al 2,3% nell'ultimo anno mentre il peso sull'Italia scende dal 5,3% al 3,1%.

[22] A livello provinciale Trieste fa registrare il risultato peggiore (-18,3%). Tra i settori di specializzazione solo i comparti delle macchine e degli apparecchi meccanici hanno incrementato le proprie vendite, mentre notevoli flessioni si sono registrate per la carta, per gli apparecchi elettrici e di precisione soprattutto nel mercato comunitario. In provincia di Udine il calo ha coinvolto i due maggiori settori di specializzazione (prodotti in metallo e macchine ed apparecchi meccanici) mentre il settore del legno ha mostrato una dinamica positiva. L'andamento negativo della provincia di Pordenone (-7,8%) scaturisce dalla flessione di quasi tutti i settori di specializzazione (macchine ed apparecchi meccanici, apparecchiature elettriche, mobili), con segnali di ripresa del solo settore della gomma. Infine il risultato positivo della provincia di Gorizia (+26,5%) va attribuito principalmente al settore degli altri mezzi di trasporto (in particolare navi ed imbarcazioni) le cui vendite, concentrate in America centro meridionale, sono quasi raddoppiate nel corso del 2002, a conferma della intrinseca irregolarità di queste commesse ad elevato valore unitario.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 7.8

dell'ultimo decennio le quote calcolate sul totale nazionale dell'abbigliamento, dei minerali non metalliferi (piastrelle e ceramiche), degli autoveicoli e delle macchine ed apparecchi meccanici, quest'ultimo per una migliore tenuta rispetto al dato medio complessivo nazionale (tale settore rappresenta il 31,7% del totale delle esportazioni regionali)[23]. Si conferma, di contro, la tendenza alla flessione della quota dei prodotti dell'agricoltura (grafico 7.8).

E' aumentata la quota regionale, calcolata sul totale nazionale, delle esportazioni verso quasi tutte le aree di destinazione, a parte una flessione di quelle destinate verso l'America centro meridionale ed in Oceania. In particolare, nell'Unione Europea, verso cui è diretto oltre il 50% dei manufatti emiliani, sono aumentate le vendite dei prodotti alimentari, mentre sono leggermente calate quelle dei prodotti in metallo, delle macchine ed apparecchi meccanici e degli autoveicoli. E' migliorata ulteriormente la quota regionale in America settentrionale, secondo mercato di sbocco delle esportazioni emiliane, grazie soprattutto agli incrementi registrati nei comparti dei minerali non metalliferi, degli apparecchi elettrici e di precisione e degli autoveicoli[24]. L'aumento della quota regionale nei paesi dell'Europa centro orientale sottende rilevanti progressi delle vendite dei diversi settori di specializzazione in tale area, quali le macchine ed apparecchi meccanici (+17,3%), apparecchi elettrici e di precisione (+29%), ed i prodotti in metallo (+11,3%). E' rimasta stabile, infine, la quota in Asia orientale, dove i principali settori (apparecchi meccanici, chimica, apparecchi elettrici), hanno mostrato una discreta vivacità[25].

---

[23] Anche le quote sul totale nazionale delle macchine elettriche e di precisione e dei prodotti in metallo hanno raggiunto il massimo del decennio.

[24] In tale area sono diminuite le vendite di macchine ed apparecchi meccanici.

[25] L'export della provincia di Bologna è cresciuto lievemente rispetto al 2001 grazie ai contributi del settore chimico (+19,8%), dell'abbigliamento (+13,5%) ed in misura minore degli apparecchi elettrici. Positiva anche la *performance* di Modena con incrementi nel settore degli autoveicoli e nell'abbi-

Toscana

Le esportazioni della Toscana sono diminuite nel corso del 2002 del 4,5% e ciò ha determinato una lieve flessione della quota calcolata sul totale nazionale che si è attestata all'8,1% (Tavola 7.2).

L'analisi dei settori di specializzazione delle regione mette in evidenza una dinamica sostanzialmente negativa per la maggior parte di essi. In flessione sono risultate le quote dei prodotti tessili (dal 21,2% al 19,6%), dei manufatti in cuoio (dal 23,9% al 23,1%)[26], dei minerali non metalliferi, del comparto dei prodotti in metallo e quello degli altri mezzi di trasporto, come risultato di una *performance* decisamente peggiore rispetto al dato medio nazionale. Per i prodotti dell'industria estrattiva (pietre e minerali) la quota sul totale nazionale è diminuita per il quarto anno consecutivo[27]. Si conferma invece il trend positivo del settore della carta, la cui quota è cresciuta dal 10,1% del 1994 al 14,2% del 2002 (Grafico 7.9).

Tra i principali mercati di sbocco delle esportazioni toscane, ha guadagnato peso l'area dell'Europa centro orientale. La quota toscana nel mercato comunitario è rimasta stabile nel 2002 a seguito di una contrazione di alcuni settori quali il tessile, il cuoio, i prodotti in metallo e la meccanica a fianco della dinamicità del comparto delle apparecchiature elettriche (+20,9%). L'America settentrionale ha perso peso sia rispetto al totale regionale, che sul totale nazionale. In tale area, a fronte di aumenti del volume delle vendite nel settore alimentare e nelle macchine ed apparecchi meccanici, si sono registrate flessioni consistenti nel tessile e nell'abbigliamento. Si è ridotta la quota regionale sul totale nazionale in Asia Orientale a causa soprattutto dell'andamento negativo dei settori della meccanica, del tessile e dei prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi, mentre andamenti migliori hanno segnalato la chimica (+11,4%) e il comparto delle apparecchiature elettriche e di precisione (+14,7%). E' rimasta, infine, stabile la quota regionale in Europa centro orientale[28]; i settori maggiormente dinamici sono stati, nel corso dell'ultimo anno, l'abbigliamento (+11,9%) e la meccanica (+8,6%)[29].

---

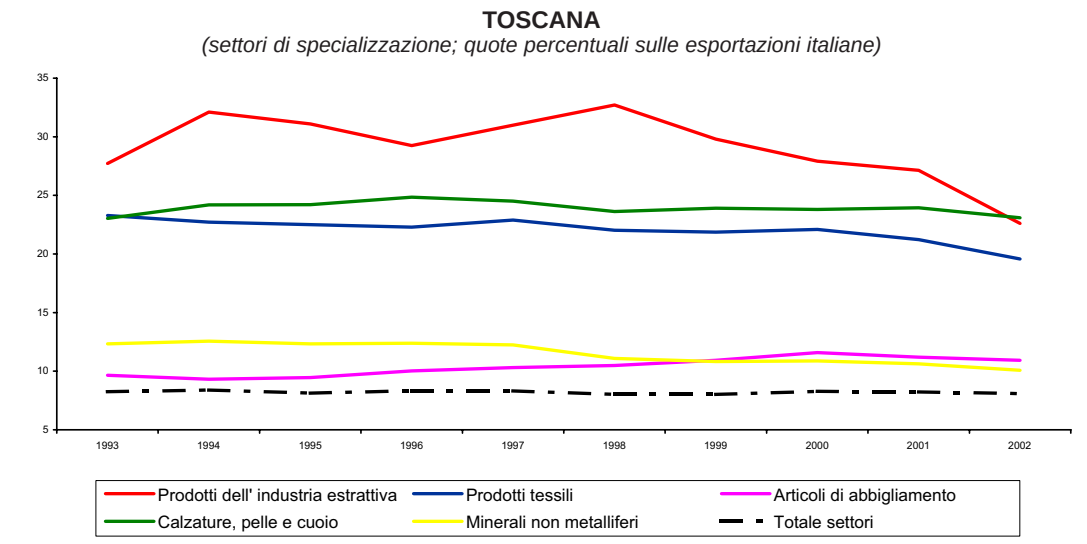
gliamento, mentre lievi diminuzioni si sono registrate nel comparto meccanico e nei minerali non metalliferi. In provincia di Reggio Emilia (+1,3%) si sono segnalati incrementi nelle vendite di apparecchiature elettriche, meccanica e prodotti della lavorazione dei minerali. La provincia di Parma ha fatto registrare l'incremento più elevato nelle vendite (+3%), grazie alla buona dinamicità dei settori alimentare e meccanico, a fronte di un calo nella chimica. Il risultato positivo della provincia di Ravenna è dovuto in larga parte agli incrementi delle vendite dei settori dei prodotti alimentari e dei prodotti in metallo (in particolare verso Libia ed Egitto). Quattro province emiliane hanno registrato diminuzioni nell'export: Ferrara (-11,3%), dove si sono ridotte sensibilmente le vendite estere di tutti i settori chiave (autoveicoli, meccanica, chimica), Forlì (-1,1%) dove si è riscontrata una flessione dei prodotti agricoli, del cuoio e della meccanica, mentre è aumentato il comparto della gomma; Piacenza (-1,9%) ha risentito della flessione della meccanica, degli autoveicoli e del settore alimentare; infine Rimini (-0,4%) ha registrato flessioni nel tessile e nella meccanica.

[26] La flessione dei due settori incide per 3,8 punti percentuali su quella complessiva della regione.

[27] Tale risultato deriva da un incremento del dato medio nazionale superiore all'aumento registrato in Toscana.

[28] L'incremento delle vendite in tale area (+5,6%) non si discosta di molto dal risultato complessivo dell'Italia (+4,6%).

[29] Le province di Firenze e quella di Siena hanno fatto registrare la medesima flessione del volume delle vendite all'estero (-3%). Nella prima sono diminuite le vendite soprattutto del cuoio (-14%), in parti-



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.9

Umbria

Le esportazioni dell'Umbria sono cresciute del 5% nel corso dell'ultimo anno: una *performance* decisamente migliore se confrontata con l'andamento medio nazionale (tavola 7.2).

Alcuni settori di specializzazione quali il tessile, il legno e i prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi non hanno fatto registrare sostanziali variazioni della quota calcolata sul totale nazionale[30], mentre si sono segnalati incrementi del volume delle vendite e di quota calcolata sul totale nazionale dei prodotti agricoli ed alimentari e del comparto dei prodotti in metallo[31], che ha raggiunto i valori massimi dell'ultimo decennio. In flessione invece è registrata la quota degli articoli di abbi-

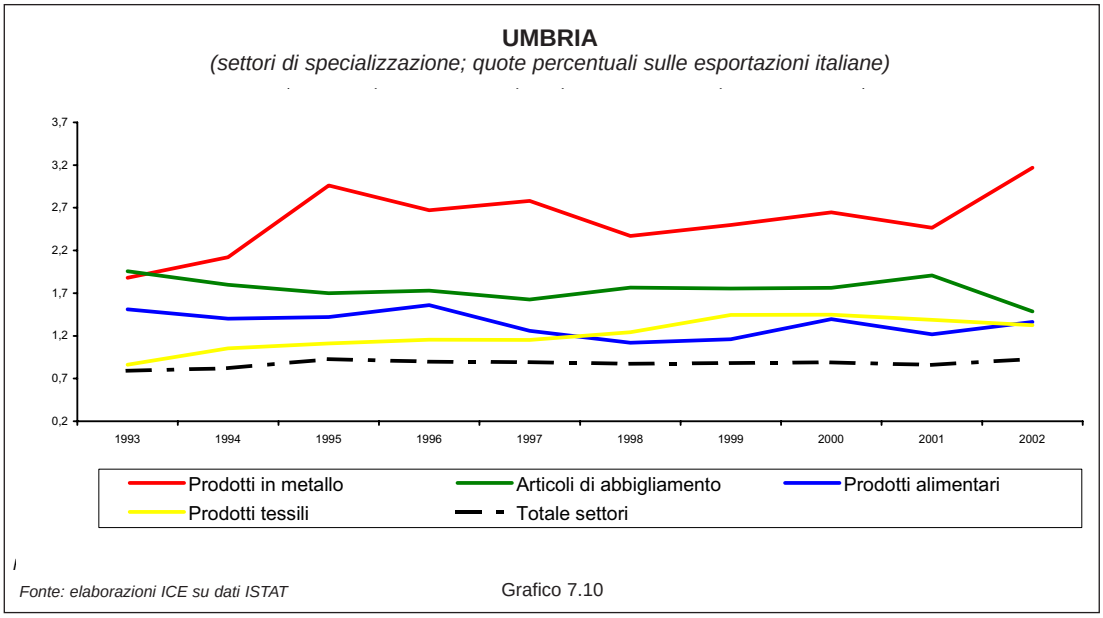
colar modo verso l'America settentrionale, e del tessile, mentre nella seconda provincia il risultato negativo è stato determinato da flessioni della meccanica e dei minerali non metalliferi, nonostante l'incremento dell'alimentare e del comparto degli autoveicoli. Il 2002 è stato un anno particolarmente negativo per le esportazioni della provincia di Prato (-14%), a causa della marcata diminuzione delle vendite del comparto tessile (-16%), soprattutto verso la UE, l'America settentrionale e l'Asia orientale. Quelle della provincia di Pistoia (-3,9%) si sono ridotte soprattutto nei settori del tessile e dei prodotti in cuoio (mentre sono cresciute quelle degli altri mezzi di trasporto), mentre Pisa (-4,5%) ha fatto registrare un incremento nella meccanica ed una flessione nel cuoio. Lucca (-1,9%) ha visto crescere le proprie vendite nel comparto degli altri mezzi di trasporto, Arezzo (-5,1%) deve la sua flessione alla dinamica negativa del settore degli altri prodotti (oreficeria), Livorno (-1,8%) ha perso nei prodotti in metallo e nei prodotti petroliferi. Le uniche due province toscane che hanno fatto registrare risultati positivi nel 2002 sono Grosseto (+1,4%) e Massa Carrara (+4,7%), la prima grazie alla chimica ed ai prodotti alimentari, la seconda a seguito del notevole incremento nelle vendite delle apparecchiature elettriche (soprattutto nell'Unione Europea).

[30] Per i tre settori il risultato deriva dalla simultanea flessione del dato sia a livello regionale che nazionale.

[31] Tale settore pesa per il 27,4% sul totale delle esportazioni umbre e spiega, in larga misura, unitamente ai comparti alimentare e delle macchine elettriche la buona *performance* esportativa della regione.

gliamento il cui valore rappresenta il minimo degli ultimi dieci anni.

Quasi la metà dei manufatti umbri viene esportato nel mercato comunitario, dove la quota calcolata sul totale nazionale è rimasta stabile[32]. In tale mercato sono diminuite le vendite soprattutto degli articoli di abbigliamento (-31,4%), ma anche quelle dei prodotti tessili, dei prodotti in metallo e della meccanica. La quota dell'America settentrionale è rimasta sostanzialmente stabile: sono cresciute le vendite dei prodotti alimentari e della meccanica, mentre si sono ridotte quelle di prodotti in metallo e dell'abbigliamento. Si segnalano buone *performance* nell'Europa centro orientale (dovuta essenzialmente all'incremento delle vendite dei comparti del metallo e della meccanica) ed in Asia orientale, (la cui quota sul totale nazionale sale all'1,4%), grazie al notevole incremento delle vendite del comparto del metallo in particolare verso Cina e Taiwan[33].



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.10

Marche

Le esportazioni delle Marche sono diminuite, dopo due anni di intensa crescita, dello 0,9% nel corso del 2002: un risultato comunque migliore rispetto al dato nazionale. La quota della regione sul totale nazionale è rimasta stabile al 3,1% (tavola 7.2).

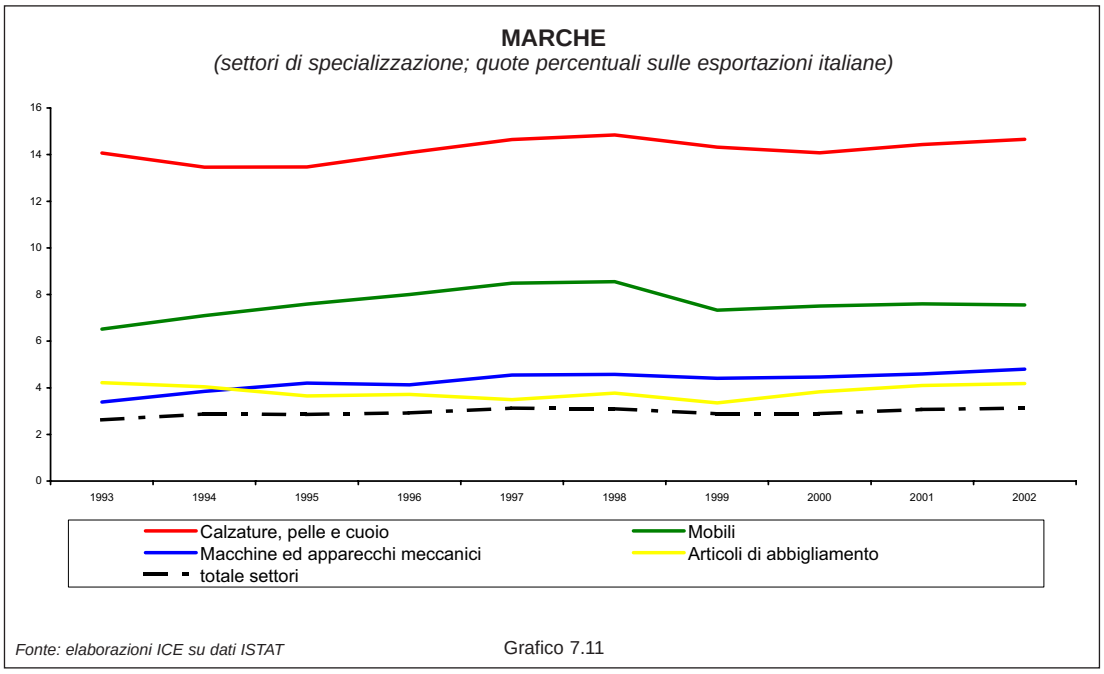
La dinamica dei settori di specializzazione della regione è stata complessivamente positiva nel corso dell'ultimo anno; infatti, le quote regionali calcolate sui tota-

[32] La stabilità della quota deriva dalla congiunta flessione delle vendite nazionali ed umbre nel mercato dell'Unione Europea.

[33] Il 2002 è stato un anno negativo per Perugia le cui esportazioni sono diminuite del 2,7% rispetto all'anno precedente, a causa di contrazioni nelle vendite di prodotti tessili e dell'abbigliamento, mentre segnali positivi provengono dai comparti alimentare e meccanico. Al contrario spicca la buona *performance* di Terni il cui buon risultato del 2002 (+18,9%) è dovuto anche al notevole incremento delle vendite nel settore dei prodotti in metallo, soprattutto in America centro meridionale e in Asia orientale.

li nazionali sono aumentate, tranne che per il comparto dei mobili. In particolare gli incrementi registrati nell'abbigliamento (per una miglior tenuta rispetto al dato medio nazionale) e nella meccanica (che pesa per oltre il 30% sul totale delle esportazioni regionali) hanno portato questi due settori ai livelli più elevati dell'ultimo decennio. Hanno mostrato una *performance* relativamente positiva i manufatti in cuoio, la cui quota ha sfiorato il livello massimo del 1998[34]. In generale è stata buona la dinamica di diversi altri settori merceologici che non sono propriamente di specializzazione, ma che hanno guadagnato costantemente quota nel corso degli ultimi anni (in particolare tessile, chimica, metallo, altri mezzi di trasporto).

Oltre la metà dei manufatti esportati della regione viene venduto nel mercato della UE. La quota regionale sul totale nazionale in tale area è rimasta sostanzialmente invariata, mentre si è ridotto il peso dell'area sul totale regionale[35]. Sono aumentate considerevolmente le vendite degli altri mezzi di trasporto (navi ed imbarcazioni) in particolare sul mercato francese, mentre il comparto della meccanica ha fatto registrare tassi di crescita più contenuti. In flessione sono risultati i settori dei prodotti in cuoio e, in misura minore, i mobili ed i prodotti in metallo. La quota dell'America settentrionale è rimasta sostanzialmente invariata, dopo l'incremento registrato nel 2001. Sono cresciute le vendite del comparto dei mobili (+10,5%), mentre sono risultati in flessione l'export della meccanica e dei manufatti in cuoio. L'incremento delle vendite verso i paesi dell'Europa centro orientale ha permesso alla quota regionale sul totale nazionale di attestarsi al 6,3% rispetto 5,8% del 2000, men-



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 7.11

[34] Anche questo settore riveste un ruolo centrale per la struttura esportativa marchigiana, in quanto pesa per il 23,5% sul totale dell'export regionale.

[35] Si conferma la tendenza ad un flessione del peso di tale area e ad un incremento della quota nei paesi dell'Europa centro orientale ("effetto sostituzione").

tre il peso dell'area sul totale regionale è passato dal 15,9% del 2000 al 20% del 2002. In dettaglio, nell'ultimo anno i settori maggiormente dinamici sono stati il tessile (+29%), l'abbigliamento, il cuoio e il comparto dei prodotti in metallo [36].

Lazio

Nel 2002 le esportazioni del Lazio hanno fatto registrare l'incremento più elevato tra le regioni italiane, dopo quello della Basilicata. Grazie all'aumento, pari al 5,4%, dovuto principalmente all'ottima *performance* del settore degli altri mezzi di trasporto (che pesano per il 12,4% sul totale delle esportazioni regionali), la quota regionale si è nuovamente ampliata dopo il calo registrato lo scorso anno (tavola 7.2).

L'andamento dei settori di specializzazione non mostra significative variazioni rispetto al 2001: sia il comparto della chimica che quello delle macchine elettriche (che rappresentano il 50% circa delle esportazioni totali della regione) sono rimaste stabili in termini di quota sul totale nazionale, mentre è parso in ripresa il comparto degli autoveicoli. Si conferma estremamente irregolare la dinamica del settore degli altri mezzi di trasporto, la cui quota ha recuperato quasi completamente il terreno perso nell'anno precedente.

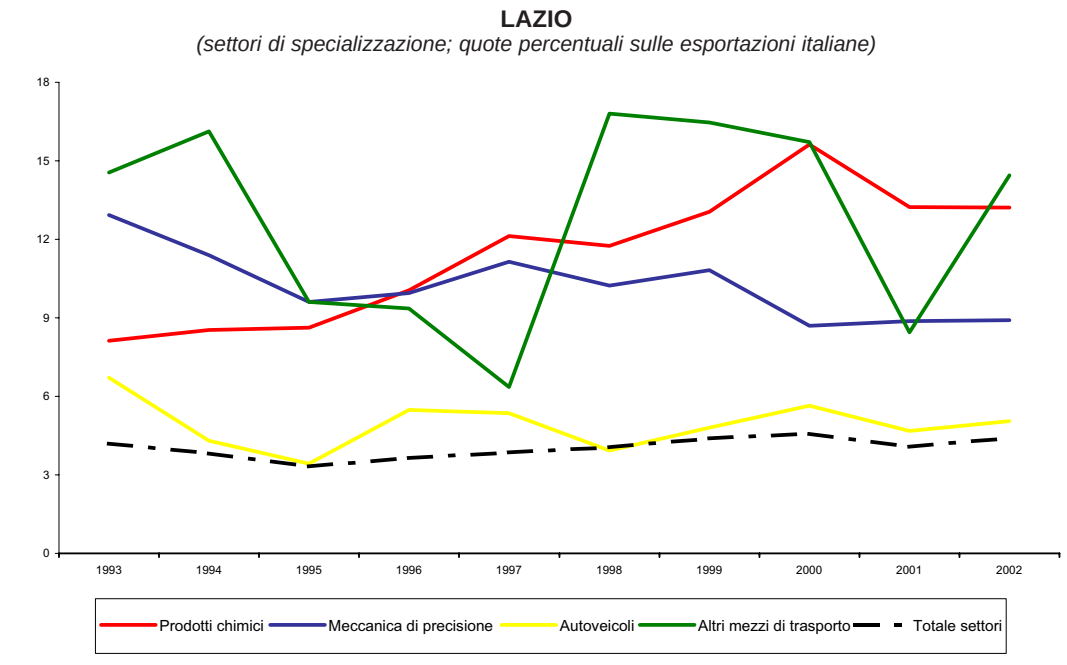
Dall'analisi dei diversi mercati di destinazione, emerge la diminuzione di 5 punti percentuali, sul totale regionale, del peso dell'Unione Europea, dove è diretta la metà delle esportazioni della regione, mentre la quota calcolata sul totale nazionale è rimasta costante. In tale area sono diminuite le vendite degli apparecchi elettrici e, in misura più contenuta, quelle di autoveicoli e della chimica. Nel mercato dell'America settentrionale, dopo la flessione dello scorso anno, si è registrata una ripresa della quota regionale sul totale nazionale (cresciuta dal 4,5% del 2001 al 5,2% del 2002), grazie in primo luogo alle vendite degli apparecchi elettrici e soprattutto degli altri mezzi di trasporto (+77,5%), mentre si è registrata una flessione del comparto della chimica. In altri due mercati importanti per la regione vi sono stati incrementi di quota sia su base regionale che su base nazionale: in Europa centro orientale, grazie alla dinamica favorevole della chimica, degli apparecchi elettrici e degli autoveicoli, e in Asia Orientale[37] (+73,3%) grazie al settore degli altri mezzi di trasporto[38].

---

[36] Nella provincia di Ancona l'incremento delle esportazioni (6,9%) ha riguardato diversi settori tra cui i manufatti in cuoio, la gomma, i prodotti in metallo, la meccanica, ma soprattutto gli altri mezzi di trasporto, le cui vendite sono dirette principalmente in Francia. La flessione registrata nella provincia di Ascoli Piceno (-5,9%) è derivata dal calo delle esportazioni dei prodotti in cuoio e del comparto della gomma, non sufficientemente controbilanciati da aumenti nella chimica e nella meccanica. Le dinamiche negative delle province di Pesaro (-4,3%) e Macerata (-5,5%) sono scaturite dalle flessioni della meccanica e nel comparto mobili nella prima, e dei manufatti in cuoio nella seconda.

[37] In questo mercato la quota calcolata sul totale nazionale è passata dal 3,5% nel 2001al 6% nel corso dell'ultimo anno.

[38] Il positivo risultato della provincia di Roma nel corso del 2002 (+13,7% rispetto al 2001) è dovuto essenzialmente all'incremento delle vendite nel settore degli altri mezzi di trasporto (aeromobili e veicoli spaziali), soprattutto negli Stati Uniti ed in Cina, a fronte di flessioni nel comparto delle apparecchiature elettriche e nella meccanica. In provincia di Frosinone (-4,6%), si segnala la flessione dei settori della meccanica e degli autoveicoli, mentre è cresciuto il comparto della chimica. L'anno negativo della provincia di Rieti (-12,3%) è scaturito dal settore chiave (apparecchiature elettriche), le cui ven-



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.12

Abruzzo

L'aumento delle esportazioni realizzato dall'Abruzzo nel corso del 2002 è stato dell'1,4% rispetto all'anno precedente. Tale incremento ha consentito alla quota, calcolata sul totale nazionale, di crescere fino al 2,1%, che rappresenta il valore più alto dal 1992 (tavola 7.2).

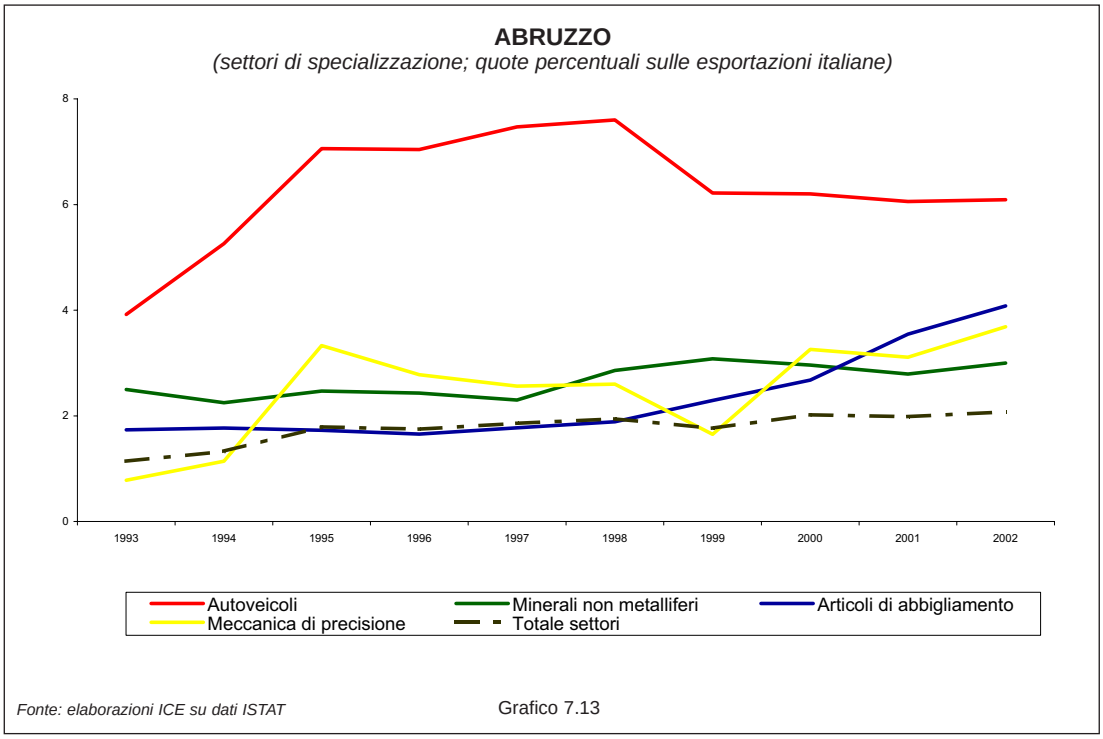
L'analisi dei settori di specializzazione della regione mette in evidenza la sostanziale stabilità nel corso degli ultimi quattro anni della quota sul totale nazionale degli autoveicoli[39] e dei minerali non metalliferi, mentre per il sesto anno consecutivo è aumentata la quota degli articoli di abbigliamento, le cui vendite sono cresciute nell'ultimo anno dell'14,2%, a fronte di una riduzione del dato complessivo nazionale dello 0,8%. Dopo la flessione registrata nel corso del 2001, è aumentata anche la quota del comparto della meccanica elettrica che ha raggiunto il valore più alto dal 1992. Tra gli altri settori di specializzazione, risultano positivi gli andamenti dei comparti della gomma e dei prodotti dell'industria estrattiva.

Analizzando la distribuzione geografica delle esportazioni dei prodotti abruzzesi, si osserva come oltre il 60% delle vendite sia diretto verso i paesi dell'Unione Europea.

---

dite sono diminuite del 40% nel mercato dell'UE. Nel 2002 sono cresciute del 3,4% le esportazioni della provincia di Latina grazie all'aumento delle vendite dei comparti alimentare, chimico, delle apparecchiature elettriche e dei mobili. Infine in provincia di Viterbo (-1,2%) si sono contratte le vendite del settore dei prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi.

[39] Gli autoveicoli pesano per il 22,4% sul totale dell'export regionale e rappresentano il principale settore di esportazione per l'Abruzzo, seguiti dalla meccanica di precisione (16,5%) e dagli apparecchi meccanici (10,7%).



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

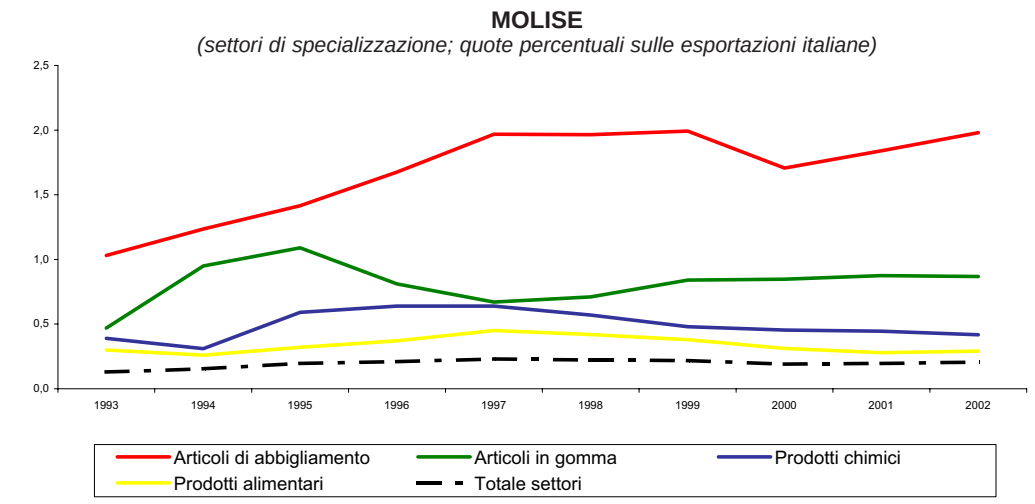
Grafico 7.13

La quota regionale nell'area è leggermente aumentata grazie alla positiva *performance* registrata nei settori dell'abbigliamento (+21,3%), nella chimica e nei minerali non metalliferi. In flessione sono invece risultate le vendite di autoveicoli e della meccanica elettrica e non elettrica. E' rimasta sostanzialmente stabile la posizione della regione in Europa centro orientale: infatti sia la quota regionale sul totale nazionale che quella sul totale regionale sono rimaste pressoché invariate. In tale area sono cresciute le vendite di autoveicoli, mentre una dinamica negativa ha mostrato il settore delle macchine ed apparecchi meccanici. Incrementi di quota, sia a livello regionale che sul totale nazionale (cresciuta dall'1,3% del 2001 al 2% del 2002) sono stati registrati nel mercato statunitense, soprattutto grazie al considerevole aumento delle vendite delle macchine elettriche di precisione (in particolare componentistica elettronica)[40].

Molise

Nel corso del 2002 le esportazioni del Molise sono cresciute del 1,8% rispetto all'anno precedente. Tra i settori di specializzazione è migliorata la quota, calcolata sul totale nazionale, degli articoli di abbigliamento, per l'incremento registrato nelle vendite estere, a fronte di un calo del dato medio nazionale. Sembra attenuarsi la tendenza alla flessione della quota nel comparto alimentare, mentre è rimasta stazionaria la chimica. Nel settore della gomma si è arrestata, nel corso dell'ultimo anno, la

[40] In provincia di Chieti (+0,5% rispetto al 2001) si è registrato un incremento delle vendite degli articoli di abbigliamento di quasi il 37% (in particolare verso il mercato comunitario), mentre una flessione si è riscontrata per gli autoveicoli e la meccanica. Il risultato lievemente negativo della provincia di Teramo (-0,4%) è derivato da flessioni soprattutto nelle apparecchiature elettriche di precisione e nel



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.14

tendenza, iniziata nel 1996, all'aumento della quota calcolata sul totale nazionale[41].

Circa il 63% delle esportazioni complessive del Molise sono dirette verso il mercato della UE: la tendenza ad una forte concentrazione geografica delle vendite è risultata in accentuazione. L'incremento assoluto del valore delle vendite in tale area ha interessato tutti i maggiori settori (in particolare il comparto della gomma, la chimica, il settore alimentare, il tessile e l'abbigliamento). Si è invece contratta la quota regionale sul totale nazionale dell'America settentrionale per la decisa flessione delle vendite del settore chimico in tale mercato[42].

Campania

Le esportazioni della Campania sono diminuite del 6,6% nel corso del 2002, pertanto la quota della regione sul totale nazionale, dopo il massimo dell'ultimo decennio raggiunto nel corso del 2001 si è ridotta (tavola 7.2).

I settori alimentare e quello agricolo, tradizionali punti di forza dell'economia campana, hanno mostrato una buona dinamicità nel corso del 2002 e hanno migliorato la propria quota sul totale nazionale. La netta diminuzione del volume delle vendite nei settori degli autoveicoli ed in quello dei manufatti in cuoio ha provocato una

comparto dei mobili, accanto ad incrementi nel settore dei prodotti in metallo. Il miglior risultato a livello provinciale è stato conseguito dall'Aquila (+6,2%) per gli incrementi nella chimica e nelle apparecchiature elettriche, mentre a Pescara (-0,8%) si sono ridotte le vendite nella meccanica e nella chimica. E' al contrario in ripresa il settore tessile.

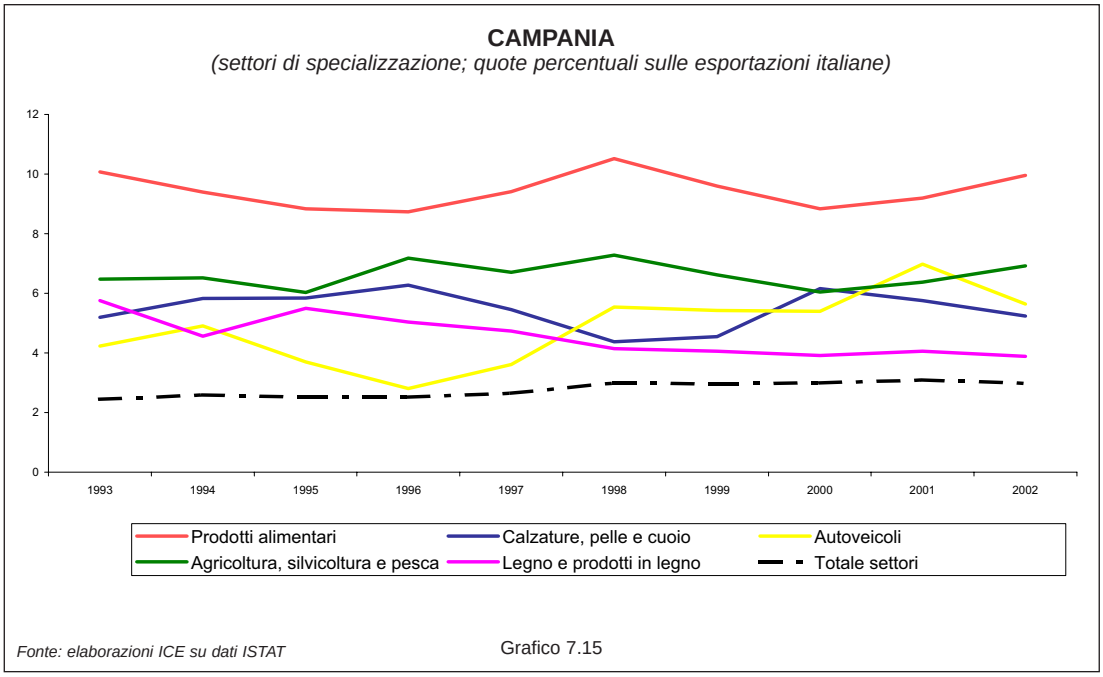
[41] I settori dell'abbigliamento, della chimica e della gomma pesano complessivamente per il 79% sul totale delle esportazioni della regione.

[42] A livello provinciale, Campobasso fa registrare un risultato complessivo positivo (+1,2%) per l'incremento delle vendite del settore della gomma e dei prodotti alimentari, mentre una riduzione ha mostrato il comparto della chimica. Le esportazioni della provincia di Isernia (+2,2% rispetto all'anno precedente) sono concentrate nel settore dell'abbigliamento, che ha visto crescere il volume delle vendite, accanto ad incrementi di altri settori quali il tessile e la chimica.

flessione della loro quota sul totale nazionale settoriale. E' diminuita anche, per il quarto anno, la quota nel settore delle macchine elettriche, le cui esportazioni si sono ridotte di quasi un terzo rispetto all'anno precedente[43]. In flessione, infine, è registrata la quota regionale nel settore degli altri mezzi di trasporto.

L'analisi dei diversi mercati di destinazione delle esportazioni regionali mette in evidenza la flessione della quota regionale sul totale delle esportazioni nazionali nell'Unione Europea ed una *performance* positiva in America settentrionale[44]. Nel mercato della UE una dinamica decisamente negativa ha riguardato la meccanica elettrica e non elettrica, gli autoveicoli e la chimica, a fronte di aumenti dei comparti dell'abbigliamento e degli alimentari, mentre nel mercato statunitense hanno fatto registrare incrementi nelle vendite il settore alimentare e gli autoveicoli.

E' diminuita la quota regionale sul totale nazionale in Europa centro orientale, negli altri paesi europei ed in Asia orientale, mentre un andamento estremamente positivo delle vendite in Africa settentrionale[45] e negli altri paesi africani ha permesso alla regione un buon guadagno di quota nel continente[46].



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.15

[43] La flessione delle vendite nei settori degli autoveicoli e nella meccanica di precisione ha influenzato in modo decisivo il risultato complessivo, tenuto conto del loro elevato peso sul totale esportato dalla regione (oltre il 20%).

[44] Le due aree nel complesso assorbono oltre il 60% delle esportazioni regionali.

[45] In Africa settentrionale sono cresciute le vendite del comparto alimentare, del settore tessile, della meccanica di precisione e dei prodotti in metallo, mentre negli altri paesi africani i settori più dinamici nel corso del 2002 sono stati gli altri mezzi di trasporto e l'alimentare.

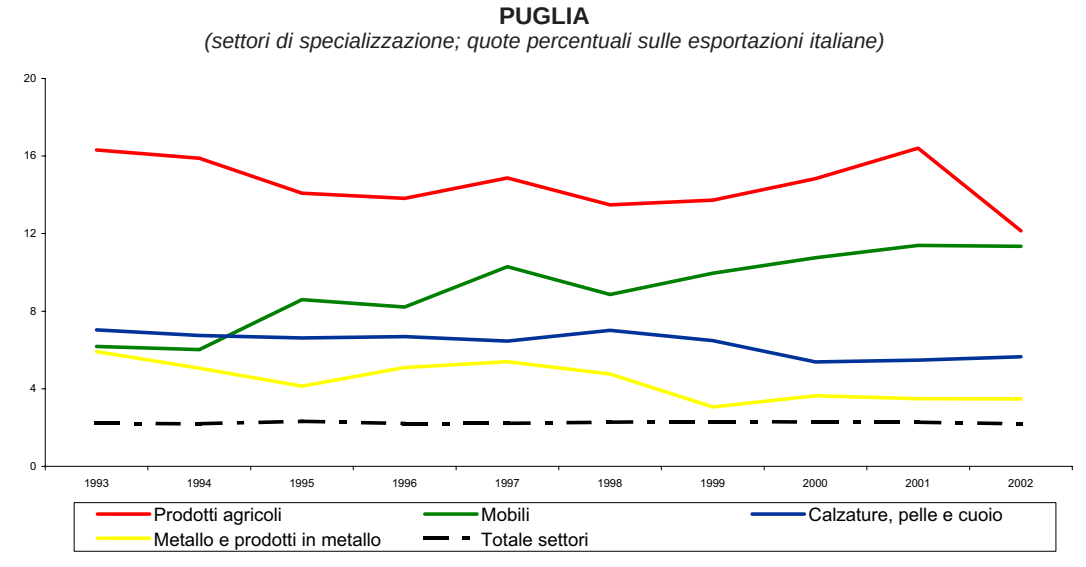
[46] La flessione delle vendite registrata dalla provincia di Napoli nel 2002 (-6,8%) rispetto all'anno precedente è dovuta principalmente al calo del settore degli autoveicoli (soprattutto nel mercato comunitario), non controbilanciato dagli aumenti nella meccanica elettrica, nella chimica e nel settore alimentare. La provincia di Salerno è risultata la più dinamica (+8,6%) e ha registrato aumenti nel settore alimentare, nei prodotti in metallo e nei mobili, mentre Caserta (-12,2%) deve la sua flessione all'andamento negativo del comparto delle apparecchiature elettriche, a fronte di incrementi nella meccanica. Il risultato decisamente negativo di Avellino (-23,2%) deriva dalla notevole flessione delle vendite

Puglia

La diminuzione delle esportazioni verificatasi in Puglia nel corso del 2002 (-6,4%) è stata più accentuata di quella registrata a livello nazionale (tavola 7.2).

Nell'ambito dei settori di specializzazione è da rilevare la netta flessione della quota, calcolata sul totale nazionale, del comparto agricolo nel corso del 2002[47]. Il settore dei prodotti in metallo e quello dei mobili (che insieme pesano per oltre il 40% sul totale delle esportazioni regionali) non hanno fatto registrare significative variazioni della loro quota, mentre segnali di ripresa sono giunti dal comparto dei manufatti in cuoio per una migliore tenuta delle esportazioni regionali rispetto al dato medio nazionale. Pur non essendo settori di specializzazione è stata buona la dinamica dei comparti della gomma e dei prodotti dell'industria estrattiva.

Considerando i diversi mercati di sbocco delle esportazioni pugliesi, emerge la flessione della quota, sulle esportazioni nazionali, in America settentrionale a causa della diminuzione delle vendite dei comparti della meccanica, dei mobili e dei prodotti in cuoio. Una lieve flessione della quota si registra nell'UE dove, a fronte di aumenti delle vendite nel settore dei mobili e della meccanica, molti altri comparti hanno mostrato dinamiche negative. E' cresciuto il peso, sia sul totale nazionale che su quello regionale, dei paesi dell'Europa centro orientale grazie al deciso incremento delle vendite del comparto dei prodotti in metallo[48].



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.16

dei prodotti in cuoio soprattutto in Asia orientale. Infine Benevento (+3,7%) ha aumentato le vendite nel settore dei prodotti in metallo.

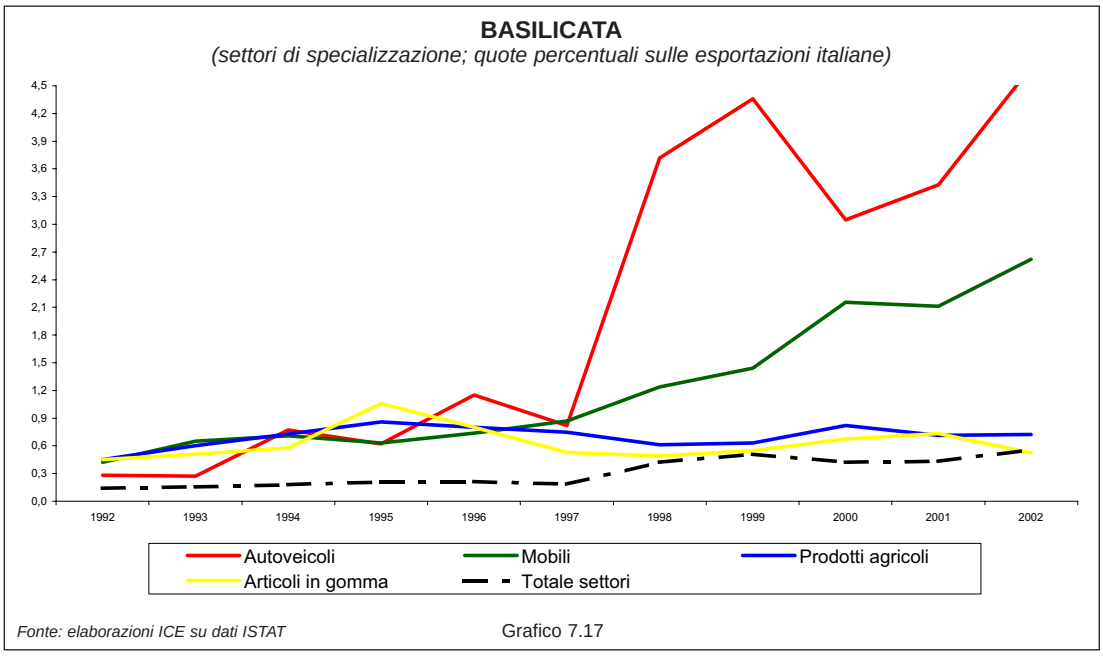
[47] La flessione delle vendite estere in tale settore spiega oltre un terzo di quella complessiva della regione.

[48] La provincia di Bari (-6,5%) ha mostrato una diminuzione delle vendite di prodotti agricoli, autoveicoli e mobili, mentre un aumento ha riguardato gli apparecchi meccanici. Il 2002 è stato un anno decisamente negativo per la provincia di Foggia a causa della netta diminuzione delle vendite di auto-

Basilicata

Le esportazioni della Basilicata sono aumentate del 24,9% nel corso del 2002: il risultato è da attribuirsi, sostanzialmente, alle vendite estere di autoveicoli (+33,2%), la cui quota calcolata sul totale nazionale è aumentata al 4,7%. In ripresa è risultato il comparto dei mobili, dopo la flessione della quota fatta registrare lo scorso anno[49], mentre un risultato estremamente positivo, nel corso del 2002, hanno mostrato i prodotti dell'industria estrattiva, la cui quota è salita all'8,1% sul totale nazionale.

La distribuzione geografica delle esportazioni della regione appare polarizzata nel mercato dell'Unione Europea, verso cui sono dirette oltre il 77% del totale delle vendite. La buona *performance* è stata determinata essenzialmente, come l'anno scorso, da autoveicoli e mobili, che hanno consentito un incremento della quota, calcolata sul totale nazionale, in tale area. L'aumento delle vendite in Europa centro orientale è dovuto essenzialmente alla positiva dinamica del settore degli autoveicoli, mentre la flessione registrata in America settentrionale va attribuita essenzialmente al calo delle esportazioni nel settore dei mobili[50].



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 7.17

veicoli, altri mezzi di trasporto e prodotti agricoli, mentre Taranto (+1,4%) deve il suo risultato positivo all'aumento delle vendite estere dei prodotti dell'industria estrattiva, soprattutto nel mercato dell'UE. Brindisi (+2%) ha accresciuto le esportazioni degli altri mezzi di trasporto nel mercato comunitario, mentre ha registrato flessioni nella chimica, nella meccanica e nel comparto alimentare. Infine il dato negativo complessivo della provincia di Lecce (-11,1%) è imputabile alla dinamica negativa dei prodotti in cuoio e della meccanica.

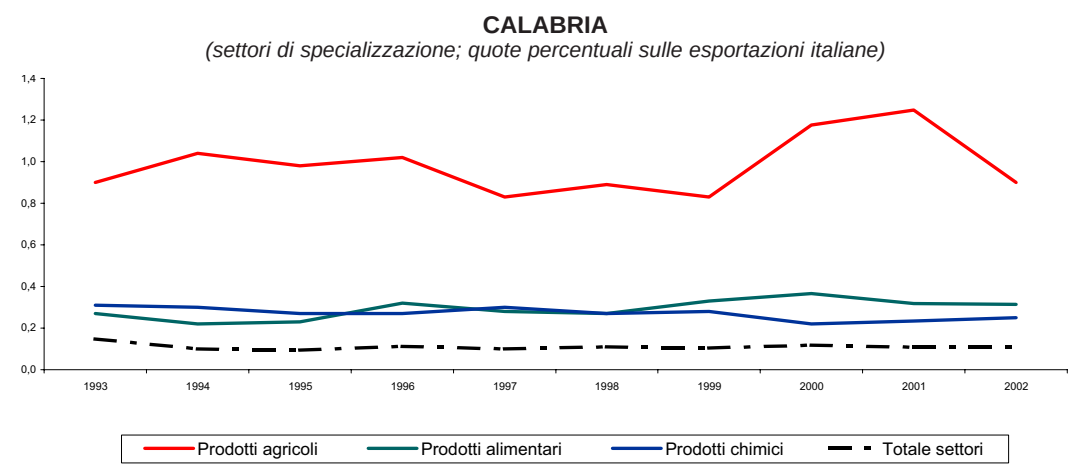
[49] Le esportazioni della regione risultano concentrate in questi due settori, infatti gli autoveicoli ed i mobili rappresentano oltre l'80% delle vendite estere della regione.

[50] L'incremento delle vendite della provincia di Potenza (+34,5%) deriva dall'andamento positivo dei settori di specializzazione quali gli autoveicoli (+33,3%) e la meccanica di precisione. Da segnalare il netto aumento delle vendite dei prodotti dell'industria estrattiva verso la Turchia. Più contenuto l'aumento delle vendite per la provincia di Matera (+2,5%), dove sono cresciute le vendite di mobili e prodotti chimici, mentre sono risultati in calo gli articoli in gomma, il settore tessile ed i prodotti agricoli.

Calabria

Nel corso del 2002 le esportazioni della Calabria sono diminuite del 3,7% rispetto al 2002, una dinamica che ha lasciato invariata la quota regionale sul totale nazionale. Tra i settori di specializzazione della regione emerge, a fronte di una flessione della quota sul totale nazionale dei prodotti agricoli, una leggera ripresa del comparto della chimica, mentre è rimasto sostanzialmente stabile il settore alimentare[51] (tavola 7.2).

L'Unione Europea si conferma il principale partner commerciale per la Calabria, sebbene il peso dell'area sull'export complessivo regionale sia diminuito. In tale area sono aumentate le vendite della chimica e del comparto della gomma, a fronte di flessioni dei prodotti agricoli. La quota regionale, sul totale nazionale, è cresciuta sia in America centro meridionale che in Africa settentrionale per la buona *performance* delle vendite nel settore delle macchine ed apparecchi meccanici. Infine la flessione della quota regionale in Medio Oriente deriva dalla diminuzione delle vendite di macchine ed apparecchi meccanici, non sufficientemente controbilanciati da aumenti nel comparto della chimica[52].



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 7.18

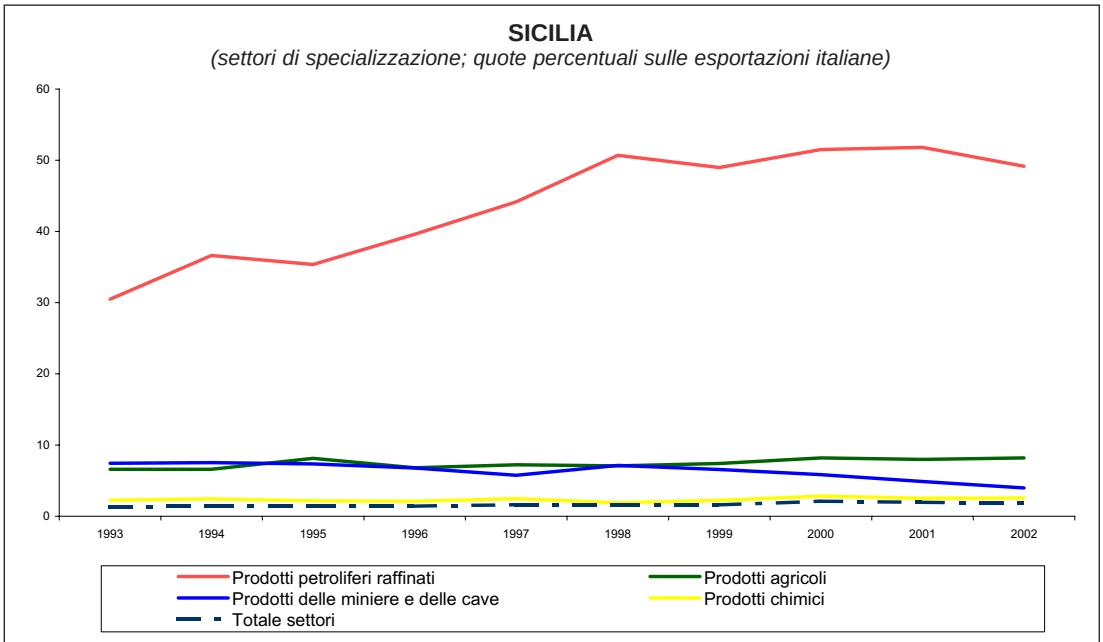
[51] Tali settori incidono complessivamente per il 55% sul totale delle esportazioni regionali.

[52] Nel corso del 2002 le Province di Vibo Valentia e quella di Crotone hanno fatto registrare incrementi nel valore delle vendite per le buone dinamiche dei settori della chimica nella prima e nella meccanica per la seconda. Per le altre province della regione il 2002 è stato un anno negativo; Reggio Calabria (-1,6%) ha mostrato una tenuta della chimica e incrementi nelle vendite dei prodotti alimentari, Cosenza (-21,7%) ha fatto registrare flessioni nelle vendite oltre confine nei prodotti agricoli e nella gomma. Catanzaro (-12,6%), infine, ha mostrato diminuzioni delle vendite del comparto alimentare, a fronte di incrementi nella gomma e negli altri mezzi di trasporto.

Sicilia

Nel 2002 le esportazioni della Sicilia sono diminuite del 6,3% rispetto all'anno precedente. Tale risultato trova spiegazione principalmente nella diminuzione registrata nelle vendite dei prodotti petroliferi raffinati (-17,4%) che rappresentano il 43,5% del totale esportato. Tra gli altri settori di specializzazione della regione, si sono registrati andamenti differenziati delle quote calcolate sul totale nazionale settoriale; ad aumenti della quota nel settore agricolo (come risultato di una maggior tenuta rispetto al dato medio nazionale), nella chimica e nelle apparecchiature elettriche, si sono contrapposte diminuzioni della quota del settore dell'industria estrattiva, per una peggior *performance* relativa rispetto al dato complessivo, degli autoveicoli e del settore alimentare (tavola 7.2).

Dall'analisi dei diversi mercati di sbocco delle esportazioni della regione risulta che nel 2002 oltre il 45 per cento delle vendite estere sono state dirette verso l'Unione Europea, circa due punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente. La flessione registrata nel 2002 nelle vendite di settori quali i prodotti petroliferi, gli autoveicoli e i prodotti alimentari ha provocato una diminuzione della quota regionale nell'area, calcolata sul totale nazionale. L'aumento della quota in America settentrionale e negli altri paesi europei deriva dal deciso aumento delle vendite di aeromobili e veicoli spaziali nel primo caso, e dei prodotti petroliferi nella seconda area. Come già accaduto nel 2001, il calo delle vendite dei prodotti petroliferi raffinati, settore fondamentale per l'economia della regione, ha condizionato in maniera sostanziale il risultato sia in Africa settentrionale che nel Medio Oriente, determinando flessioni della quota regionale sul totale nazionale. Non hanno subito significative variazioni, infine, le esportazioni in Asia Orientale, se si eccettuano le dinamiche positive



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

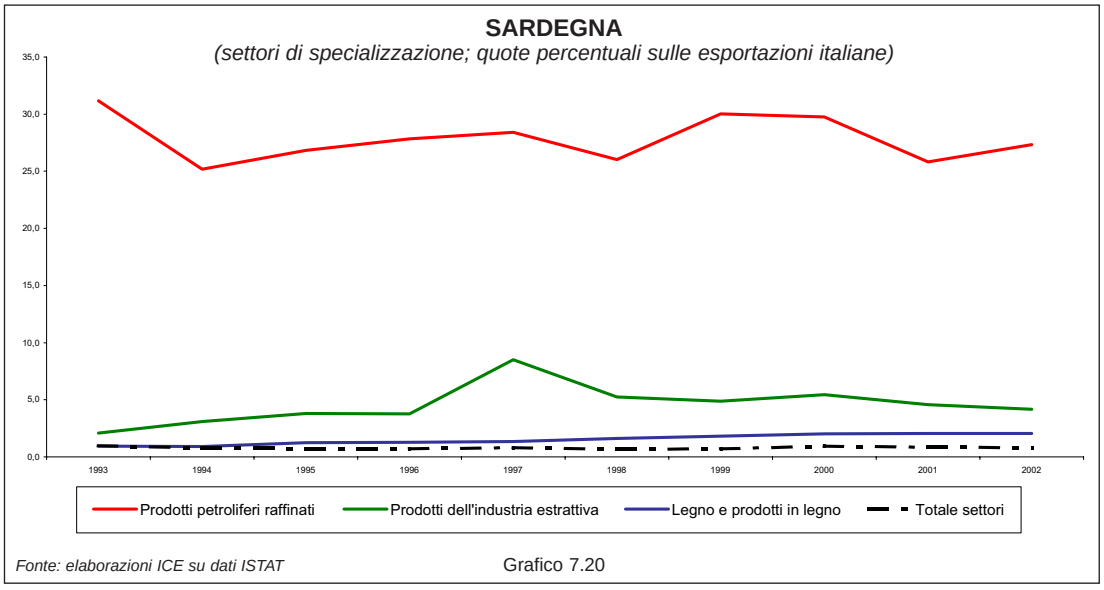
Grafico 7.19

dell'industria alimentare e la flessione dei prodotti petroliferi[53].

Sardegna

Nel corso del 2002 le esportazioni della Sardegna sono diminuite del 7,3%, a causa soprattutto del calo delle vendite dei prodotti petroliferi raffinati che pesano il 57% sul totale esportato dalla regione. Tra gli altri settori di specializzazione della regione si osserva la flessione della quota dei prodotti dell'industria estrattiva, in questo caso per un incremento delle esportazioni inferiore al dato nazionale e della chimica, mentre lievi incrementi della quota si sono registrati per i settori del legno e dei prodotti in metallo.

L'analisi dei mercati di sbocco mette in evidenza il crescente peso dell'Unione Europea sul totale regionale, aumentato dal 39,8% del 2000 al 47,2% del 2002, sebbene la quota regionale sul totale nazionale sia rimasta stabile. In tale area sono cresciute le vendite del settore della chimica. Diminuzioni di quota si sono osservate in Europa centro orientale, in Africa settentrionale ed in America settentrionale, per effetto dell'andamento negativo del settore dei prodotti petroliferi, mentre la dinamica positiva dello stesso settore ha influenzato favorevolmente il risultato complessivo negli altri paesi europei[54].



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT Grafico 7.20

[53] In provincia di Palermo (-3,2%) a fronte di incrementi nel settore degli altri mezzi di trasporto, si è registrato un consistente calo nella vendita di autoveicoli; le province di Siracusa (-10%) e Caltanissetta (-32,3%), sono state condizionate dalla flessione delle vendite dei prodotti petroliferi; Messina (-3,9%) ha risentito della diminuzione delle vendite del settore agro-alimentare, mentre segnali di ripresa sono giunti dal comparto della chimica. Aumenti delle vendite hanno mostrato le province di Catania (+ 6,3%), Trapani (+6,2%), Ragusa (+13,3%) ed Agrigento (+14,6%) attribuibili, rispettivamente, all'incremento delle esportazioni nei settori degli altri mezzi di trasporto, dei prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi e dei prodotti agro alimentari.

[54] Tutte le province della Sardegna hanno fatto registrare una diminuzione nel valore delle vendite; l'andamento negativo di Cagliari (-7,1%) è stato determinato dalla flessione delle vendite dei prodotti petroliferi, mentre la provincia di Sassari (-1,1%) ha risentito del calo del comparto alimentare. Nonostante la flessione complessiva di Oristano (-9,4%), il settore alimentare ha visto crescere le proprie vendite, mentre il risultato negativo della provincia di Nuoro (-29,4%) è dovuto alla dinamica negativa dei settori della chimica e della meccanica, a fronte di incrementi nel comparto alimentare.

DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE ESPORTAZIONI E ALTRI INDICATORI

Ripartizioni e regioni	Distribuzione percentuale esportazioni 2002 (1)	Esportazioni per occupato (2) (migliaia di euro)	Distribuzione percentuale del PIL 2002 (3)	Grado di apertura sui mercati esteri 2002 (4)	Grado di concentrazione imprese a part. estera (5)	Grado di concentrazione imprese estere partecipate (6)
NORD CENTRO	**88,9**	**47,5**	**75,5**	**108,6**	**95,2**	**96,6**
ITALIA NORD OCCIDENTALE	**40,8**	**50,6**	**32,0**	**107,1**	**64,3**	**53,0**
Piemonte	11,1	49,1	8,6	107,8	8,5	14,0
Valle d'Aosta	0,1	33,1	0,3	94,4	0,1	0,0
Lombardia	28,2	52,8	20,1	109,3	53,4	37,7
Liguria	1,4	32,2	3,0	72,9	2,3	1,3
ITALIA NORD ORIENTALE	**31,5**	**48,8**	**22,4**	**119,8**	**17,9**	**28,3**
Trentino Alto Adige	1,7	39,3	2,2	98,2	2,1	1,6
Veneto	14,6	50,5	9,1	128,4	6,2	11,2
Friuli Venezia Giulia	3,4	59,8	2,3	149,8	1,8	2,8
Emilia Romagna	11,9	46,0	8,8	108,2	7,8	12,7
ITALIA CENTRALE	**16,6**	**39,7**	**21,1**	**95,1**	**13,0**	**15,3**
Toscana	8,1	47,6	6,8	114,8	4,0	4,8
Umbria	0,9	24,8	1,4	63,8	0,7	0,4
Marche	3,1	36,0	2,6	104,1	0,7	2,9
Lazio	4,4	36,0	10,4	74,8	7,6	7,2
MEZZOGIORNO	**10,8**	**17,9**	**24,4**	**59,4**	**4,7**	**3,2**
ITALIA MERIDIONALE	**8,1**	**18,7**	**16,6**	**61,3**	**3,6**	**2,0**
Abruzzo	2,1	38,7	1,9	103,7	1,0	0,5
Molise	0,2	17,4	0,4	49,9	0,1	0,1
Campania	3,0	19,9	6,6	62,4	1,5	0,8
Puglia	2,2	16,1	4,8	55,1	0,6	0,5
Basilicata	0,6	26,1	0,7	74,7	0,3	0,1
Calabria	0,1	1,7	2,2	8,1	0,1	0,0
ITALIA INSULARE	**2,7**	**16,1**	**7,9**	**54,4**	**1,1**	**1,2**
Sicilia	1,9	15,8	5,7	55,4	0,6	0,5
Sardegna	0,8	16,8	2,2	52,0	0,5	0,7
ITALIA	**100,0**	**40,5**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

(1) Pesi percentuali sulle esportazioni nazionali.
(2) Occupati nell'agricoltura e nell'industria in senso stretto (esclusa l'edilizia) nel 2002.
(3) Valore aggiunto ai prezzi base per il totale delle attività economiche 2002. Pesi percentuali sul totale nazionale.
(4) Rapporto tra il grado di apertura sui mercati esteri delle regioni e quello dell'Italia. Il grado di apertura è calcolato come rapporto tra esportazioni e valore aggiunto ai prezzi base dell'agricoltura e dell'industria in senso stretto (esclusa l'edilizia). L'indice è una misura di orientamento verso l'estero delle regioni.
(5) Quota percentuale sul totale degli stabilimenti delle imprese industriali italiane a partecipazione estera presenti al 1.1.2002.
(6) Quota percentuale sul totale degli investimenti diretti italiani all'estero al 1.1.2002, per regione di origine della casa madre.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT, Database Reprint R&P, Svimez.

Tavola 7.3

DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE DI SERVIZI - 2002
(pesi percentuali a prezzi correnti) (*) (**)

REGIONI	Viaggi	Costruzioni	Comunicazioni	Assicurazioni	Servizi finanziari	Servizi per le imprese	Totale
NORD CENTRO	**87,2**	**96,3**	**98,9**	**99,2**	**99,6**	**96,3**	**91,3**
ITALIA NORD OCCIDENTALE	**24,3**	**68,3**	**50,9**	**60,1**	**75,8**	**62,8**	**41,1**
Piemonte	3,9	1,3	9,0	1,7	9,4	6,7	4,9
Valle d'Aosta	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3
Lombardia	15,8	62,1	41,9	47,4	65,6	53,5	32,3
Liguria	4,1	4,9	0,0	11,0	0,7	2,5	3,5
ITALIA NORD ORIENTALE	**33,0**	**21,2**	**1,5**	**11,1**	**12,8**	**11,1**	**23,7**
Trentino Alto Adige	4,2	0,6	0,0	0,3	0,7	1,1	2,8
Veneto	15,7	5,8	0,5	3,2	5,2	3,9	10,6
Friuli Venezia Giulia	7,5	9,2	0,1	7,0	1,0	1,1	5,1
Emilia Romagna	5,7	5,7	1,0	0,7	5,9	4,9	5,2
ITALIA CENTRALE	**29,9**	**6,8**	**46,5**	**28,0**	**10,9**	**22,5**	**26,5**
Toscana	13,6	0,9	0,1	0,5	0,7	2,8	8,7
Umbria	1,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,3	0,8
Marche	1,1	0,3	0,1	0,1	0,1	0,6	0,8
Lazio	13,9	5,4	46,3	27,4	9,9	18,9	16,2
MEZZOGIORNO	**12,8**	**3,7**	**1,2**	**0,9**	**0,3**	**3,7**	**8,7**
ITALIA MERIDIONALE	**8,3**	**2,0**	**1,1**	**0,8**	**0,3**	**1,3**	**5,3**
Abruzzo	0,8	0,6	1,1	0,0	0,1	0,1	0,6
Molise	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Campania	4,8	0,6	0,0	0,7	0,1	0,8	3,0
Puglia	1,5	0,5	0,0	0,1	0,0	0,3	1,0
Basilicata	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Calabria	0,9	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
ITALIA INSULARE	**4,5**	**1,7**	**0,1**	**0,1**	**0,0**	**2,4**	**3,4**
Sicilia	2,8	0,6	0,1	0,1	0,1	2,2	2,4
Sardegna	1,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,2	1,0
ITALIA	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

* Per i trasporti non sono disponibili i dati per regione.
"** Dal totale nazionale è stata sottratta la voce "dati non ripartibili".

Fonte: elaborazioni ICE su dati UIC

Tavola 7.4

LE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI ITALIANE PER SETTORI - 2002

(valori in milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

REGIONI	Prodotti agr. silvicoltura e pesca	Prod. delle cave e delle miniere	Prod. alim. bevande e tabacco	Prodotti tessili	Articoli di abbigliamento e pellicce	Cuoio e prodotti in cuoio	Legno e prodotti in legno	Carta, stampa ed editoria	Prod. petroliferi raffinati	Prod. Chimici fibre sintetiche e artificiali
ITALIA NORD-OCCIDENTALE	**827**	**167**	**5.095**	**7.807**	**3.810**	**1.468**	**451**	**2.622**	**427**	**14.490**
	1,6	***-6,6***	***6,8***	***-7,0***	***-4,0***	***-7,5***	***-8,7***	***0,9***	***-12,6***	***4,3***
Piemonte	212	29	2.185	2.132	769	324	105	966	160	1.764
	2,3	*-18,3*	*6,8*	*-9,9*	*-3,6*	*12,6*	*-6,3*	*10,9*	*-14,7*	*-1,7*
Valle d'Aosta	0	0	13	6	9	3	0	6	0	2
	-90,6	*-53,3*	*62,3*	*0,3*	*14,2*	*23,1*	*-42,3*	*14,2*	*-99,9*	*13,2*
Lombardia	307	127	2.648	5.597	2.993	1.120	330	1.598	216	12.275
	0,9	*-4,8*	*6,3*	*-6,1*	*-4,3*	*-12,4*	*-9,2*	*-4,3*	*-9,9*	*4,7*
Liguria	308	11	250	72	38	21	15	52	51	449
	2,1	*14,7*	*9,9*	*20,3*	*12,5*	*13,9*	*-12,4*	*0,1*	*-16,2*	*21,4*
ITALIA NORD-ORIENTALE	**1.569**	**98**	**5.273**	**3.621**	**4.464**	**5.042**	**626**	**1.774**	**232**	**4.402**
	2,3	***5,0***	***3,1***	***-3,9***	***1,5***	***-5,8***	***-0,9***	***-3,8***	***28,0***	***5,9***
Trentino Alto Adige	371	18	688	117	130	91	83	284	1	356
	32,2	*39,6*	*4,3*	*2,4*	*-17,7*	*1,1*	*-1,2*	*3,8*	*-11,7*	*1,9*
Veneto	473	46	1.940	2.300	2.565	4.256	233	913	194	1.851
	-2,9	*3,4*	*2,9*	*-3,5*	*0,1*	*-6,4*	*-7,1*	*-4,3*	*40,2*	*14,2*
Friuli Venezia Giulia	106	9	398	178	31	42	166	269	16	274
	5,4	*3,6*	*-3,9*	*5,0*	*-5,0*	*-13,6*	*11,9*	*-14,9*	*-26,0*	*-8,4*
Emilia Romagna	618	25	2.246	1.026	1.738	654	144	308	22	1.921
	-7,0	*-8,7*	*4,2*	*-6,9*	*5,6*	*-2,7*	*-3,3*	*2,9*	*4,7*	*1,7*
ITALIA CENTRALE	**477**	**167**	**1.799**	**3.643**	**2.142**	**5.191**	**239**	**1.249**	**284**	**5.311**
	5,7	***-1,0***	***8,4***	***-13,3***	***-4,8***	***-10,9***	***-5,0***	***1,6***	***-25,5***	***2,7***
Toscana	233	152	1.105	3.056	1.286	3.068	130	861	116	1.359
	11,5	*2,5*	*6,7*	*-14,6*	*-3,3*	*-12,0*	*-6,3*	*0,8*	*-16,3*	*-1,4*
Umbria	73	1	201	207	175	52	35	47	0	150
	14,9	*0,5*	*18,2*	*-11,8*	*-22,8*	*-22,8*	*-2,6*	*41,0*	*431,3*	*0,3*
Marche	34	1	120	165	492	1.949	48	135	26	269
	-22,0	*7,4*	*2,9*	*11,9*	*1,2*	*-7,3*	*-1,3*	*17,8*	*-41,6*	*12,7*
Lazio	137	13	371	215	189	122	26	206	141	3.533
	1,6	*-30,0*	*10,5*	*-10,4*	*-9,7*	*-26,9*	*-8,3*	*-9,4*	*-28,3*	*3,7*
MEZZOGIORNO	**1.211**	**239**	**2.612**	**517**	**1.312**	**1.583**	**122**	**376**	**3.460**	**2.509**
	-15,6	***132,0***	***7,4***	***5,7***	***7,5***	***-11,6***	***-4,5***	***0,0***	***-13,7***	***-0,2***
Abruzzo	23	22	263	172	480	113	22	135	0	370
	-25,9	*38,4*	*10,5*	*11,1*	*14,2*	*-18,0*	*-0,5*	*-4,7*	*277,9*	*5,9*
Molise	3	0	43	24	233	7	2	1	0	112
	68,0	*-64,6*	*10,3*	*8,1*	*6,7*	*20,1*	*-1,1*	*-14,0*	*380,0*	*-2,5*
Campania	283	23	1.472	143	307	697	56	190	12	621
	4,3	*94,5*	*14,3*	*11,1*	*10,8*	*-16,8*	*-8,3*	*0,7*	*15,2*	*0,6*
Puglia	496	83	318	123	262	752	5	24	75	297
	-28,9	*271,6*	*-5,3*	*10,4*	*-4,1*	*-5,7*	*17,1*	*7,3*	*6,8*	*-12,9*
Basilicata	29	54	20	16	2	3	0	8	0	53
	-2,8	*+++*	*-8,9*	*-14,9*	*93,5*	*-4,2*	*-29,7*	*21,9*	*-*	*7,5*
Calabria	37	2	47	10	6	1	4	1	0	67
	-30,8	*26,8*	*4,7*	*-49,3*	*-10,0*	*-17,4*	*-3,3*	*-33,5*	*292,9*	*11,3*
Sicilia	334	27	287	19	19	9	3	11	2.167	686
	-1,7	*0,1*	*-1,1*	*19,7*	*-5,6*	*24,6*	*9,6*	*53,0*	*-17,4*	*5,3*
Sardegna	7	28	162	8	3	1	30	7	1.205	303
	-36,4	*12,0*	*-7,3*	*-49,9*	*-2,0*	*0,8*	*-3,7*	*-8,0*	*-7,8*	*-8,5*
ITALIA	**4.085**	**672**	**14.788**	**15.610**	**11.770**	**13.293**	**1.438**	**6.073**	**4.408**	**26.745**
	-3,5	***23,4***	***5,7***	***-7,5***	***-0,8***	***-8,7***	***-4,5***	***-0,3***	***-12,9***	***3,8***

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.5

LE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI ITALIANE PER SETTORI - 2002

(valori in milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

Articoli in gomma e mat. plastiche	Prod. della lav. di minerali non metalliferi	Metalli e prod. in metallo	Macchine e app. mecc.	App. elettr.e di precisione	Autoveicoli	Altri mezzi di trasporto	Mobili	Altri prod. industria manifatt.	En. elettr., gas, acqua e altri prod.	Totale	REGIONI
5.340	**1.733**	**10.844**	**23.723**	**12.050**	**10.358**	**2.299**	**1.948**	**2.276**	**555**	**108.287**	**ITALIA NORD-OCCIDENTALE**
-2,5	***-4,0***	***-5,6***	***-1,8***	***-15,9***	***-5,2***	***-16,0***	***-7,1***	***-8,5***	***-32,7***	***-4,6***	
1.746	455	1.872	6.323	2.128	6.299	945	101	846	110	29.469	Piemonte
-4,6	*0,0*	*-3,4*	*-3,7*	*-10,0*	*-5,9*	*1,7*	*10,1*	*-13,3*	*-21,1*	*-4,0*	
5	5	182	45	44	22	0	12	10	2	367	Valle d'Aosta
-10,0	*80,7*	*3,7*	*10,9*	*-47,4*	*-29,9*	*-52,2*	*275,8*	*-4,6*	*-46,0*	*-6,1*	
3.434	1.139	8.434	16.679	9.402	3.926	1.144	1.813	1.310	333	74.828	Lombardia
-1,9	*-5,6*	*-6,6*	*-0,9*	*-17,4*	*-4,2*	*-5,1*	*-8,5*	*-5,9*	*-31,9*	*-4,5*	
155	134	356	676	476	110	210	22	109	111	3.624	Liguria
8,8	*-4,8*	*3,1*	*-9,0*	*-5,2*	*11,4*	*-65,1*	*11,4*	*1,6*	*-42,8*	*-10,3*	
2.351	**5.396**	**6.008**	**20.602**	**6.756**	**4.291**	**3.670**	**4.204**	**2.849**	**405**	**83.632**	**ITALIA NORD-ORIENTALE**
1,1	***-1,3***	***-3,2***	***-4,5***	***-3,5***	***2,4***	***27,7***	***-4,4***	***-5,4***	***-13,4***	***-1,1***	
189	147	381	731	203	453	30	119	35	40	4.468	Trentino Alto Adige
5,0	*-12,6*	*-2,3*	*-12,0*	*2,3*	*5,8*	*21,0*	*-6,8*	*-1,8*	*-10,3*	*0,4*	
1.027	1.412	2.816	7.520	3.571	1.016	2.027	1.841	2.472	165	38.637	Veneto
1,2	*-5,8*	*-5,0*	*-6,6*	*0,2*	*5,5*	*21,5*	*-7,6*	*-6,2*	*-16,8*	*-2,0*	
308	197	921	2.362	750	170	982	1.755	37	50	9.022	Friuli Venezia Giulia
2,4	*-1,7*	*-8,9*	*-7,5*	*-32,2*	*2,3*	*76,8*	*-0,4*	*-5,6*	*-1,2*	*-3,1*	
827	3.640	1.890	9.988	2.233	2.652	631	488	305	149	31.505	Emilia Romagna
-0,3	*1,2*	*2,6*	*-1,5*	*4,5*	*0,7*	*0,9*	*-4,9*	*0,9*	*-14,0*	*0,3*	
991	**1.356**	**2.705**	**6.282**	**3.644**	**1.575**	**2.794**	**1.438**	**2.218**	**449**	**43.954**	**ITALIA CENTRALE**
4,4	***-8,3***	***6,8***	***0,7***	***-5,1***	***6,8***	***44,5***	***-0,2***	***-4,7***	***-9,8***	***-0,8***	
348	920	1.002	2.727	966	462	1.067	541	1.887	179	21.466	Toscana
0,0	*-8,0*	*-7,1*	*1,0*	*14,2*	*11,4*	*2,5*	*3,8*	*-4,3*	*-26,4*	*-4,5*	
50	101	675	434	103	50	31	45	20	18	2.468	Umbria
10,3	*-5,3*	*24,6*	*2,9*	*7,8*	*24,6*	*-14,3*	*0,8*	*14,1*	*1,4*	*5,0*	
290	84	611	2.513	381	42	243	689	182	31	8.306	Marche
1,0	*-6,9*	*-0,1*	*1,5*	*-14,8*	*-12,2*	*116,8*	*-3,9*	*2,6*	*-53,7*	*-0,9*	
303	251	417	608	2.194	1.022	1.453	163	129	221	11.714	Lazio
12,9	*-11,2*	*38,3*	*-4,6*	*-10,5*	*5,1*	*95,3*	*3,6*	*-19,4*	*30,0*	*5,4*	
979	**631**	**1.746**	**1.788**	**2.159**	**3.983**	**1.289**	**1.530**	**236**	**338**	**28.620**	**MEZZOGIORNO**
6,9	***-0,9***	***0,6***	***-6,1***	***-10,6***	***-5,7***	***2,9***	***0,7***	***2,1***	***-9,9***	***-3,7***	
259	274	335	588	909	1.231	35	124	122	22	5.500	Abruzzo
7,2	*4,3*	*4,4*	*-4,4*	*5,7*	*-2,3*	*-45,2*	*-5,8*	*-5,8*	*-15,6*	*1,4*	
84	1	4	14	11	2	0	2	0	1	545	Molise
-0,8	*-0,5*	*-38,1*	*-23,6*	*127,5*	*-24,6*	*-*	*-58,7*	*-33,2*	*-80,6*	*1,8*	
320	125	320	446	549	1.142	935	118	59	72	7.889	Campania
3,0	*-10,4*	*-0,2*	*-7,1*	*-31,7*	*-21,3*	*-6,9*	*23,3*	*-1,7*	*-21,2*	*-6,6*	
189	95	741	568	144	422	131	1.035	19	49	5.829	Puglia
30,8	*-2,0*	*-3,3*	*-2,4*	*-31,1*	*-17,6*	*44,9*	*-3,7*	*39,0*	*-21,9*	*-6,4*	
51	4	9	11	23	951	1	239	1	3	1.478	Basilicata
-28,4	*6,7*	*71,8*	*-21,7*	*11,6*	*33,2*	*-94,5*	*20,1*	*-83,4*	*5,9*	*24,9*	
23	4	9	52	5	3	4	3	3	7	285	Calabria
25,5	*-14,1*	*21,2*	*25,5*	*-20,7*	*-8,7*	*-28,7*	*8,3*	*-23,3*	*-44,3*	*-3,7*	
29	116	85	78	510	230	175	7	19	170	4.980	Sicilia
21,4	*3,5*	*3,5*	*-21,9*	*3,4*	*-17,4*	*178,4*	*-15,0*	*19,9*	*11,4*	*-6,3*	
24	13	243	32	9	1	9	0	13	14	2.114	Sardegna
15,5	*-24,4*	*6,9*	*-40,4*	*-49,8*	*13,8*	*6,1*	*-51,0*	*295,2*	*-35,0*	*-7,3*	
9.670	**9.122**	**21.317**	**52.430**	**24.634**	**20.222**	**10.056**	**9.125**	**7.584**	**2.256**	**265.297**	**ITALIA**
0,0	***-2,9***	***-3,0***	***-2,8***	***-10,8***	***-2,9***	***14,3***	***-3,5***	***-5,9***	***-16,5***	***-2,8***	

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.5

LE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI ITALIANE PER AREE DI DESTINAZIONE-2002

(valori in milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

REGIONI	UE	Europa Centro Orientale	Altri Paesi Europei	Africa Settent.	Altri Paesi Africani	America Settent.	America Centro Meridionale	Medio Oriente	Asia Centrale	Asia Orientale	Oceania	Mondo
ITALIA NORD-OCCIDENTALE	**59.704**	**9.498**	**7.810**	**2.581**	**1.312**	**8.841**	**3.296**	**4.805**	**899**	**8.239**	**1.062**	**108.287**
	-5,0	*1,7*	*-2,3*	*-2,1*	*-3,7*	*-7,1*	*-29,2*	*9,1*	*-3,3*	*-3,1*	*5,3*	*-4,6*
Piemonte	18.192	2.490	2.070	660	227	1.937	939	660	153	1.842	262	29.469
	-4,2	*9,4*	*-4,5*	*1,0*	*-14,6*	*-7,4*	*-21,5*	*3,8*	*-8,1*	*-8,0*	*37,8*	*-4,0*
Valle d'Aosta	212	22	72	2	1	18	7	2	1	28	2	367
	-12,3	*27,2*	*-3,4*	*76,8*	*39,7*	*-26,1*	*-2,9*	*28,1*	*-24,4*	*42,0*	*15,6*	*-6,1*
Lombardia	39.580	6.801	5.466	1.825	948	6.614	2.215	3.695	672	6.115	773	74.828
	-5,6	*-1,0*	*-1,1*	*1,2*	*-4,8*	*-7,1*	*-26,1*	*8,7*	*3,9*	*-2,4*	*2,7*	*-4,5*
Liguria	1.720	185	202	94	135	271	134	449	74	255	24	3.624
	0,3	*3,3*	*-10,3*	*-47,1*	*36,0*	*-3,5*	*-70,8*	*22,3*	*-36,4*	*20,9*	*-61,8*	*-10,3*
ITALIA NORD-ORIENTALE	**44.099**	**10.257**	**3.862**	**1.776**	**841**	**9.803**	**3.444**	**2.677**	**520**	**5.331**	**892**	**83.632**
	-3,9	***6,6***	***0,2***	***-10,1***	***3,0***	***2,7***	***6,7***	***-4,8***	***-2,6***	***-1,2***	***12,0***	***-1,1***
Trentino Alto Adige	3.215	235	284	39	11	373	54	59	10	160	21	4.468
	-1,6	*6,9*	*21,9*	*15,0*	*-5,7*	*3,9*	*-24,4*	*-19,4*	*73,4*	*4,6*	*39,2*	*0,4*
Veneto	19.440	5.480	1.859	797	324	5.149	1.332	1.154	236	2.413	366	38.637
	-5,2	*5,0*	*-4,7*	*-7,9*	*-0,7*	*5,8*	*-1,0*	*-8,3*	*6,5*	*-2,7*	*11,8*	*-2,0*
Friuli Venezia Giulia	4.559	1.397	320	205	48	572	1.123	206	55	474	48	9.022
	-7,9	*2,7*	*-6,7*	*-44,0*	*-6,4*	*-10,3*	*61,4*	*-24,9*	*-45,4*	*0,6*	*13,4*	*-3,1*
Emilia Romagna	16.886	3.145	1.399	735	456	3.709	936	1.257	219	2.284	457	31.505
	-1,7	*11,2*	*5,2*	*3,5*	*7,2*	*0,7*	*-16,1*	*4,4*	*6,3*	*-0,4*	*11,0*	*0,3*
ITALIA CENTRALE	**21.655**	**4.356**	**2.565**	**1.013**	**517**	**6.077**	**1.460**	**1.708**	**359**	**3.668**	**459**	**43.954**
	-4,5	***10,0***	***-3,1***	***7,4***	***8,1***	***-2,9***	***-10,9***	***1,6***	***-6,9***	***14,8***	***44,5***	***-0,8***
Toscana	10.123	1.598	1.121	568	299	3.531	886	860	228	1.928	281	21.466
	-5,0	*5,6*	*-5,9*	*14,0*	*9,2*	*-8,7*	*-12,1*	*-6,9*	*3,2*	*-7,0*	*57,4*	*-4,5*
Umbria	1.220	281	130	32	29	299	140	60	8	257	10	2.468
	-8,8	*18,4*	*37,1*	*-4,6*	*69,5*	*2,4*	*15,9*	*-13,5*	*10,2*	*103,6*	*4,9*	*5,0*
Marche	4.354	1.665	358	188	57	761	167	279	57	342	77	8.306
	-2,5	*8,5*	*-0,4*	*-4,1*	*-8,6*	*-5,8*	*-20,9*	*-6,9*	*27,6*	*1,5*	*26,3*	*-0,9*
Lazio	5.958	813	956	224	132	1.486	266	509	66	1.140	91	11.714
	-4,0	*19,9*	*-4,6*	*4,3*	*5,6*	*15,2*	*-10,6*	*31,0*	*-41,6*	*73,3*	*32,4*	*5,4*
MEZZOGIORNO	**15.504**	**2.258**	**1.865**	**1.260**	**639**	**3.582**	**481**	**883**	**82**	**1.689**	**196**	**28.620**
	-5,6	***-2,5***	***6,2***	***-3,5***	***0,0***	***2,7***	***-15,2***	***-0,3***	***-0,3***	***-11,2***	***9,7***	***-3,7***
Abruzzo	3.451	599	152	79	26	556	98	147	11	363	16	5.500
	0,5	*0,5*	*-17,4*	*-7,4*	*13,4*	*52,3*	*-31,2*	*22,0*	*-23,0*	*-17,6*	*5,4*	*1,4*
Molise	343	46	20	6	2	55	9	9	1	49	5	545
	6,7	*14,9*	*-21,9*	*3,0*	*48,5*	*-14,3*	*-29,6*	*-10,5*	*-27,3*	*1,3*	*20,3*	*1,8*
Campania	3.786	419	669	234	398	1.152	165	242	36	660	111	7.889
	-14,2	*-10,2*	*-6,6*	*35,9*	*11,3*	*9,8*	*-8,8*	*26,3*	*46,6*	*-12,3*	*7,6*	*-6,6*
Puglia	3.364	619	253	198	26	897	70	183	7	168	30	5.829
	-8,5	*12,8*	*8,4*	*33,8*	*-4,8*	*-15,8*	*-28,8*	*-4,8*	*-22,1*	*-11,0*	*0,5*	*-6,4*
Basilicata	1.143	88	89	6	2	81	4	37	2	18	10	1.478
	27,1	*17,6*	*131,7*	*64,2*	*0,4*	*-15,4*	*-33,2*	*0,2*	*39,9*	*-9,7*	*41,6*	*24,9*
Calabria	153	17	12	17	3	31	22	16	1	11	2	285
	-12,2	*-28,3*	*9,8*	*161,8*	*-44,5*	*1,9*	*513,7*	*-34,9*	*-71,4*	*6,5*	*-2,6*	*-3,7*
Sicilia	2.265	257	457	379	143	626	72	217	11	393	18	4.980
	-10,1	*-14,6*	*28,4*	*-23,3*	*-13,0*	*7,1*	*-28,4*	*-14,8*	*34,4*	*-1,3*	*14,1*	*-6,3*
Sardegna	998	215	213	340	38	185	42	32	13	27	5	2.114
	1,5	*-19,2*	*11,1*	*-12,4*	*-33,4*	*-21,6*	*72,0*	*-42,1*	*-32,3*	*-36,3*	*123,2*	*-7,3*
ITALIA	**140.962**	**26.510**	**16.130**	**6.643**	**3.312**	**28.316**	**8.689**	**10.112**	**1.864**	**18.953**	**2.623**	**265.297**
	-4,7	***4,6***	***-0,9***	***-3,3***	***0,3***	***-1,8***	***-14,0***	***2,9***	***-3,7***	***-0,4***	***13,6***	***-2,8***

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.6

LE ESPORTAZIONI DELLE PRINCIPALI PROVINCE ITALIANE
(valori in milioni di euro)

	Valori assoluti					Quota % sulle esportazioni nazionali				
	1993	1996	2000	2001	2002	1993	1996	2000	2001	2002
Milano	21.197	28.264	35.478	38.466	36.758	15,4	14,1	13,6	14,1	13,9
Torino	9.430	14.877	15.770	16.044	15.233	6,9	7,4	6,1	5,9	5,7
Vicenza	5.658	7.909	10.979	11.912	11.189	4,1	3,9	4,2	4,4	4,2
Bergamo	4.338	7.063	8.469	9.042	8.278	3,2	3,5	3,3	3,3	3,1
Treviso	4.065	6.147	8.002	8.587	8.205	3,0	3,1	3,1	3,1	3,1
Modena	4.072	5.676	7.536	7.851	7.961	3,0	2,8	2,9	2,9	3,0
Bologna	3.815	5.509	7.243	7.569	7.594	2,8	2,7	2,8	2,8	2,9
Brescia	4.306	6.868	7.470	8.341	7.493	3,1	3,4	2,9	3,1	2,8
Varese	3.904	5.331	6.565	6.294	6.385	2,8	2,7	2,5	2,3	2,4
Verona	3.318	5.140	5.848	6.294	6.377	2,4	2,6	2,2	2,3	2,4
Firenze	5.125	5.255	6.229	6.491	6.297	3,7	2,6	2,4	2,4	2,4
Roma	3.184	4.120	5.814	5.413	6.152	2,3	2,1	2,2	2,0	2,3
Padova	2.448	3.899	5.442	5.616	5.434	1,8	1,9	2,1	2,1	2,0
Reggio Emilia	2.325	3.728	4.981	5.264	5.331	1,7	1,9	1,9	1,9	2,0
Venezia	1.968	3.148	4.780	4.575	4.881	1,4	1,6	1,8	1,7	1,8
Napoli	1.896	2.637	4.402	4.869	4.539	1,4	1,3	1,7	1,8	1,7
Como	3.956	4.362	4.667	4.727	4.504	2,9	2,2	1,8	1,7	1,7
Cuneo	2.390	3.456	3.984	4.171	4.231	1,7	1,7	1,5	1,5	1,6
Mantova	1.870	2.700	3.494	3.764	3.799	1,4	1,3	1,3	1,4	1,4
Udine	1.797	2.624	3.253	3.564	3.384	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3
Ancona	1.198	2.058	2.830	3.010	3.220	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2
Arezzo	1.510	2.085	3.582	3.340	3.169	1,1	1,0	1,4	1,2	1,2
Bari	1.368	2.062	3.031	3.368	3.150	1,0	1,0	1,2	1,2	1,2
Novara	2.103	2.628	3.009	3.242	3.140	1,5	1,3	1,2	1,2	1,2
Parma	1.380	2.176	2.769	2.904	2.990	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1
Pordenone	1.432	2.121	2.762	3.191	2.941	1,0	1,1	1,1	1,2	1,1
Chieti	955	2.029	2.786	2.893	2.908	0,7	1,0	1,1	1,1	1,1
Lucca	1.306	1.932	2.543	2.698	2.646	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0
Prato (1)	…	…	2.929	3.019	2.596	…	…	1,1	1,1	1,0
Alessandria	1.364	2.145	2.805	2.740	2.568	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0

(1) Fino al 1997 inclusa in Firenze

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.7

DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE ESPORTAZIONI PER REGIONI E PER SETTORI PRODUTTIVI - 1992

RIPARTIZIONI E REGIONI / Settori	Prodotti agr. silvicoltura e pesca	Prod. delle cave e delle miniere	Prod. alim. bevande e tabacco	Prodotti tessili	Articoli di abbigliamento e pellicce	Cuoio e prodotti in cuoio	Legno e prodotti in legno	Carta, stampa ed editoria	Prod. petroliferi raffinati	Prod. Chimici fibre sintetiche e artificiali
Italia Nord-occidentale	**0,7**	**0,1**	**4,4**	**8,4**	**3,9**	**2,2**	**0,4**	**2,4**	**0,7**	**9,1**
Piemonte	0,8	0,1	7,4	6,4	3,2	1,1	0,3	3,3	0,6	4,1
Valle d'Aosta	1,2	0,2	2,0	1,2	0,8	0,7	0,1	1,1	0,0	2,2
Lombardia	0,4	0,1	2,9	9,6	4,4	2,7	0,4	2,0	0,6	11,4
Liguria	5,9	0,3	7,0	1,4	1,0	0,6	0,1	1,3	2,2	7,6
Italia Nord-orientale	**2,7**	**0,1**	**6,6**	**5,2**	**5,6**	**6,4**	**0,7**	**2,1**	**0,3**	**5,1**
Trentino Alto-Adige	9,6	0,5	13,8	2,5	3,8	1,7	1,9	3,8	0,5	8,3
Veneto	1,2	0,2	4,1	7,1	7,3	11,6	0,6	2,5	0,4	4,8
Friuli Venezia Giulia	0,7	0,1	3,6	2,4	0,8	1,6	1,2	2,3	0,1	2,2
Emilia Romagna	3,8	0,0	9,3	4,3	5,1	2,2	0,4	1,1	0,1	5,7
Italia centrale	**1,5**	**0,5**	**4,0**	**13,4**	**4,9**	**13,8**	**0,5**	**2,1**	**0,8**	**5,9**
Toscana	0,9	0,8	3,2	22,4	5,7	16,1	0,7	2,6	0,6	3,6
Umbria	5,3	0,0	10,5	8,1	10,1	2,1	1,3	1,1	0,0	8,7
Marche	1,3	0,0	2,2	2,0	7,1	29,9	0,5	1,5	0,2	0,8
Lazio	2,2	0,2	5,5	3,0	1,1	1,3	0,1	1,5	1,5	13,3
Italia meridionale	**8,1**	**0,3**	**13,1**	**1,7**	**4,4**	**9,2**	**0,3**	**1,2**	**0,2**	**7,0**
Abruzzo	2,7	0,6	4,1	1,9	4,8	4,3	0,1	2,6	0,0	5,2
Molise	2,0	0,5	16,2	3,2	36,0	0,6	0,0	0,5	-	29,3
Campania	4,4	0,1	19,5	1,2	3,0	8,0	0,5	1,6	0,4	7,4
Puglia	15,6	0,4	10,5	1,9	4,6	15,1	0,0	0,1	0,1	4,9
Basilicata	6,3	0,0	10,0	4,7	0,2	0,3	0,0	0,6	-	16,5
Calabria	12,2	0,1	13,6	2,8	2,9	1,0	0,2	0,7	1,7	18,9
Italia insulare	**4,4**	**1,2**	**6,5**	**0,8**	**0,5**	**1,6**	**0,2**	**0,4**	**51,0**	**13,8**
Sicilia	6,1	1,2	6,4	0,3	0,5	2,3	0,0	0,2	49,0	13,5
Sardegna	0,6	1,2	6,6	1,8	0,2	0,2	0,5	0,9	55,5	14,5
ITALIA	**1,9**	**0,2**	**5,5**	**7,6**	**4,5**	**5,5**	**0,5**	**2,1**	**1,9**	**7,5**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.8

DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE ESPORTAZIONI PER REGIONI E PER SETTORI PRODUTTIVI - 1992

Articoli in gomma e mat. plastiche	Prod. della lav. di minerali non metalliferi	Metalli e prod. in metallo	Macchine e app. mecc.	App. elettr.e di precisione	Autoveicoli	Altri mezzi di trasporto	Mobili	Altri prod. industria manifatt.	En. elettr., gas, acqua e altri prod.	Totale	RIPARTIZIONI E REGIONI
4,6	**2,0**	**10,1**	**21,4**	**13,1**	**9,5**	**2,7**	**1,8**	**2,4**	**0,3**	**100,0**	**Italia Nord-occidentale**
5,0	1,8	6,6	19,4	11,1	21,3	4,0	0,5	2,7	0,2	100,0	Piemonte
1,7	2,0	44,6	11,4	13,5	10,2	1,3	1,4	4,3	0,0	100,0	Valle d'Aosta
4,5	1,8	11,3	22,3	13,9	4,5	2,0	2,4	2,3	0,2	100,0	Lombardia
2,8	5,6	13,9	20,9	14,6	4,7	4,1	0,9	1,8	3,3	100,0	Liguria
2,3	**7,5**	**6,7**	**25,3**	**6,1**	**4,6**	**1,5**	**6,2**	**4,6**	**0,3**	**100,0**	**Italia Nord-orientale**
4,8	5,1	9,9	15,2	4,3	10,5	0,5	1,9	1,0	0,3	100,0	Trentino Alto Adige
2,1	4,7	7,2	19,6	7,2	2,1	1,9	6,2	8,8	0,4	100,0	Veneto
2,5	2,4	9,5	33,8	7,7	3,0	0,8	24,7	0,5	0,2	100,0	Friuli Venezia Giulia
2,1	12,8	4,9	31,9	4,7	7,0	1,3	1,8	1,3	0,2	100,0	Emilia Romagna
2,3	**4,7**	**6,5**	**11,7**	**10,4**	**3,5**	**5,1**	**2,8**	**5,3**	**0,4**	**100,0**	**Italia centrale**
1,5	6,9	6,2	9,9	3,5	1,0	3,0	2,5	8,5	0,4	100,0	Toscana
2,4	5,2	22,8	14,2	4,6	0,9	0,2	2,2	0,3	0,0	100,0	Umbria
3,9	1,2	7,3	26,0	3,6	0,6	0,9	7,5	3,2	0,1	100,0	Marche
2,9	2,2	3,9	6,2	29,3	10,6	12,8	0,8	1,0	0,7	100,0	Lazio
3,6	**3,4**	**9,6**	**6,5**	**3,5**	**15,0**	**8,3**	**3,5**	**0,9**	**0,4**	**100,0**	**Italia meridionale**
5,5	11,6	5,9	4,9	2,9	33,9	4,7	1,9	2,4	0,1	100,0	Abruzzo
3,4	0,4	2,0	3,2	1,2	0,6	0,0	0,6	0,2	0,0	100,0	Molise
2,8	1,2	3,6	6,3	6,1	15,3	16,7	0,6	1,0	0,3	100,0	Campania
3,1	1,5	19,9	6,5	1,0	5,6	0,8	7,7	0,2	0,7	100,0	Puglia
11,0	3,0	1,4	4,7	1,3	14,6	15,5	9,9	0,1	0,1	100,0	Basilicata
3,0	1,4	9,6	25,7	1,9	2,7	0,5	0,7	0,2	0,2	100,0	Calabria
0,7	**1,5**	**3,6**	**1,0**	**2,1**	**6,2**	**2,8**	**0,1**	**0,2**	**1,6**	**100,0**	**Italia insulare**
0,3	1,4	1,0	1,1	2,6	8,8	2,8	0,2	0,2	2,0	100,0	Sicilia
1,6	1,8	9,3	0,7	1,0	0,1	2,8	0,1	0,1	0,5	100,0	Sardegna
3,4	**4,0**	**8,4**	**19,5**	**9,8**	**7,4**	**3,1**	**3,3**	**3,3**	**0,4**	**100,0**	**ITALIA**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.8

DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE ESPORTAZIONI PER REGIONI E PER SETTORI PRODUTTIVI - 2002

RIPARTIZIONI E REGIONI / Settori	Prodotti agr. silvicoltura e pesca	Prod. delle cave e delle miniere	Prod. alim. bevande e tabacco	Prodotti tessili	Articoli di abbigliamento e pellicce	Cuoio e prodotti in cuoio	Legno e prodotti in legno	Carta, stampa ed editoria	Prod. petroliferi raffinati	Prod. Chimici fibre sintetiche e artificiali
Italia Nord-occidentale	**0,8**	**0,2**	**4,7**	**7,2**	**3,5**	**1,4**	**0,4**	**2,4**	**0,4**	**13,4**
Piemonte	0,7	0,1	7,4	7,2	2,6	1,1	0,4	3,3	0,5	6,0
Valle d'Aosta	0,0	0,0	3,5	1,5	2,6	0,9	0,1	1,7	0,0	0,6
Lombardia	0,4	0,2	3,5	7,5	4,0	1,5	0,4	2,1	0,3	16,4
Liguria	8,5	0,3	6,9	2,0	1,1	0,6	0,4	1,4	1,4	12,4
Italia Nord-orientale	**1,9**	**0,1**	**6,3**	**4,3**	**5,3**	**6,0**	**0,7**	**2,1**	**0,3**	**5,3**
Trentino Alto Adige	8,3	0,4	15,4	2,6	2,9	2,0	1,9	6,4	0,0	8,0
Veneto	1,2	0,1	5,0	6,0	6,6	11,0	0,6	2,4	0,5	4,8
Friuli Venezia Giulia	1,2	0,1	4,4	2,0	0,3	0,5	1,8	3,0	0,2	3,0
Emilia Romagna	2,0	0,1	7,1	3,3	5,3	2,1	0,5	1,0	0,1	6,1
Italia centrale	**1,1**	**0,4**	**4,1**	**8,3**	**4,9**	**11,8**	**0,5**	**2,8**	**0,6**	**12,1**
Toscana	1,1	0,7	5,1	14,2	6,0	14,3	0,6	4,0	0,5	6,3
Umbria	2,9	0,0	8,2	8,4	7,1	2,1	1,4	1,9	0,0	6,1
Marche	0,4	0,0	1,4	2,0	5,9	23,5	0,6	1,6	0,3	3,2
Lazio	1,2	0,1	3,2	1,8	1,6	1,0	0,2	1,8	1,2	30,2
Italia meridionale	**4,0**	**0,9**	**10,0**	**2,3**	**6,0**	**7,3**	**0,4**	**1,7**	**0,4**	**7,1**
Abruzzo	0,4	0,4	4,8	3,1	8,7	2,1	0,4	2,5	0,0	6,7
Molise	0,5	0,0	7,9	4,5	42,8	1,4	0,3	0,2	0,0	20,5
Campania	3,6	0,3	18,7	1,8	3,9	8,8	0,7	2,4	0,1	7,9
Puglia	8,5	1,4	5,5	2,1	4,5	12,9	0,1	0,4	1,3	5,1
Basilicata	2,0	3,7	1,3	1,1	0,2	0,2	0,0	0,5	0,0	3,6
Calabria	12,9	0,5	16,3	3,5	1,9	0,3	1,5	0,4	0,1	23,5
Italia insulare	**4,8**	**0,8**	**6,3**	**0,4**	**0,3**	**0,2**	**0,5**	**0,2**	**47,5**	**13,9**
Sicilia	6,7	0,5	5,8	0,4	0,4	0,2	0,1	0,2	43,5	13,8
Sardegna	0,3	1,3	7,7	0,4	0,2	0,1	1,4	0,3	57,0	14,3
ITALIA	**1,5**	**0,3**	**5,6**	**6,0**	**4,3**	**5,0**	**0,5**	**2,3**	**1,7**	**10,1**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.9

DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE ESPORTAZIONI PER REGIONI E PER SETTORI PRODUTTIVI - 2002

Articoli in gomma e mat. plastiche	Prod. della lav. di minerali non metalliferi	Metalli e prod. in metallo	Macchine e app. mecc.	App. elettr.e di precisione	Autoveicoli	Altri mezzi di trasporto	Mobili	Altri prod. industria manifatt.	En. elettr., gas, acqua e altri prod.	Totale	RIPARTIZIONI E REGIONI
4,9	**1,6**	**10,0**	**21,9**	**11,1**	**9,6**	**2,1**	**1,8**	**2,1**	**0,5**	**100,0**	**Italia Nord-occidentale**
5,9	1,5	6,4	21,5	7,2	21,4	3,2	0,3	2,9	0,4	100,0	Piemonte
1,4	1,3	49,5	12,2	12,0	6,1	0,0	3,2	2,8	0,4	100,0	Valle d'Aosta
4,6	1,5	11,3	22,3	12,6	5,2	1,5	2,4	1,8	0,4	100,0	Lombardia
4,3	3,7	9,8	18,7	13,1	3,0	5,8	0,6	3,0	3,1	100,0	Liguria
2,8	**6,5**	**7,2**	**24,6**	**8,1**	**5,1**	**4,4**	**5,0**	**3,4**	**0,5**	**100,0**	**Italia Nord-orientale**
4,2	3,3	8,5	16,4	4,5	10,1	0,7	2,7	0,8	0,9	100,0	Trentino Alto Adige
2,7	3,7	7,3	19,5	9,2	2,6	5,2	4,8	6,4	0,4	100,0	Veneto
3,4	2,2	10,2	26,2	8,3	1,9	10,9	19,5	0,4	0,6	100,0	Friuli Venezia Giulia
2,6	11,6	6,0	31,7	7,1	8,4	2,0	1,5	1,0	0,5	100,0	Emilia Romagna
2,3	**3,1**	**6,2**	**14,3**	**8,3**	**3,6**	**6,4**	**3,3**	**5,0**	**1,0**	**100,0**	**Italia centrale**
1,6	4,3	4,7	12,7	4,5	2,2	5,0	2,5	8,8	0,8	100,0	Toscana
2,0	4,1	27,4	17,6	4,2	2,0	1,3	1,8	0,8	0,7	100,0	Umbria
3,5	1,0	7,4	30,3	4,6	0,5	2,9	8,3	2,2	0,4	100,0	Marche
2,6	2,1	3,6	5,2	18,7	8,7	12,4	1,4	1,1	1,9	100,0	Lazio
4,3	**2,3**	**6,6**	**7,8**	**7,6**	**17,4**	**5,1**	**7,1**	**0,9**	**0,7**	**100,0**	**Italia meridionale**
4,7	5,0	6,1	10,7	16,5	22,4	0,6	2,3	2,2	0,4	100,0	Abruzzo
15,4	0,3	0,6	2,5	2,0	0,4	0,0	0,5	0,1	0,2	100,0	Molise
4,1	1,6	4,1	5,7	7,0	14,5	11,9	1,5	0,7	0,9	100,0	Campania
3,2	1,6	12,7	9,7	2,5	7,2	2,2	17,8	0,3	0,8	100,0	Puglia
3,4	0,2	0,6	0,7	1,6	64,4	0,1	16,2	0,1	0,2	100,0	Basilicata
8,0	1,3	3,0	18,2	1,9	1,0	1,4	1,1	0,9	2,3	100,0	Calabria
0,8	**1,8**	**4,6**	**1,6**	**7,3**	**3,3**	**2,6**	**0,1**	**0,5**	**2,6**	**100,0**	**Italia insulare**
0,6	2,3	1,7	1,6	10,2	4,6	3,5	0,1	0,4	3,4	100,0	Sicilia
1,2	0,6	11,5	1,5	0,4	0,0	0,4	0,0	0,6	0,7	100,0	Sardegna
3,6	**3,4**	**8,0**	**19,8**	**9,3**	**7,6**	**3,8**	**3,4**	**2,9**	**0,9**	**100,0**	**ITALIA**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 7.9

ITALIA MULTINAZIONALE – ANALISI PER REGIONE[1]

La ripartizione delle partecipazioni italiane all'estero ed estere in Italia per localizzazione delle imprese italiane, investitrici o partecipate, evidenzia un notevole divario tra le regioni settentrionali ed il resto del paese.

Sul lato degli investimenti in uscita dall'Italia (tav. 1), il club delle imprese multinazionali a base italiana presenta un profilo di elevata concentrazione territoriale: oltre i due terzi delle multinazionali italiane originano dalle quattro principali regioni del Nord, Lombardia, Piemonte, Veneto ed Emilia Romagna. Ancora, quasi la metà delle multinazionali italiane proviene dalle regioni nord-occidentali (47,5%); poco meno di un terzo dalle regioni nord-orientali (32,3%); nel complesso, 4 multinazionali italiane su 5 hanno sede nelle regioni settentrionali. L'incidenza delle regioni centrali è meno di un sesto del totale (15,1%), mentre il residuo 5% spetta alle regioni meridionali ed insulari.

Se si guarda invece alla consistenza delle partecipazioni estere in termini di numero di addetti e di fatturato, il peso delle regioni nord-occidentali arriva a sfiorare il 60% del totale; la quota del nord-est scende al 18,8% degli addetti e al 13,1% del fatturato, in ragione delle minori dimensioni medie degli investitori e della tipologia dei loro investimenti (forte incidenza di filiali commerciali e di investimenti produttivi nell'est europeo), mentre sale quella delle regioni centrali (19,8% degli addetti e 25,8% del fatturato), grazie soprattutto alle iniziative di alcuni grandi gruppi tra cui Eni, Telecom Italia e Finmeccanica. Il peso del Mezzogiorno scende al 3,3% del totale in relazione al numero di consociate all'estero e al 2,4% in relazione al numero dei relativi addetti; del tutto modesta appare l'attività multinazionale delle imprese del Molise, della Basilicata, della Calabria e della Sicilia, mentre la discreta performance *della Sardegna è fondamentalmente attribuibile ad un unico protagonista, Tiscali.*

Sul lato degli investimenti in entrata (tav. 2) è da rimarcare come la Lombardia ospiti da sola oltre la metà delle imprese italiane partecipate dall'estero; la sola provincia di Milano raggiunge un'incidenza del 55% nel settore del commercio all'ingrosso, del 61,1% nel software *e servizi di informatica e del 68,6% negli altri servizi professionali. Le regioni Piemonte, Lazio, Emilia Romagna e Veneto pesano per un ulteriore 30%, contribuendo ciascuna con quote comprese tra il 6,2% e l'8,5%, mentre le altre aree non raggiungono in-sieme un sesto del totale (16,5%). A mitigare questa evidenza, è necessario sottolineare come, in queste analisi, addetti e fatturato siano giocoforza attribuiti* in toto *alla regione ove è localizzata la sede amministrativa dell'impresa. Ne segue che la ripartizione degli addetti e del fatturato non riflette l'effettiva ripartizione delle attività delle imprese partecipate sul territorio nazionale, sovrastimando in qualche misura il peso delle regioni ove sono localizzate le sedi delle maggiori imprese, per lo più plurilocalizzate. Il quadro descritto mostra tuttavia divari così netti, da non poter essere giustificati, se non in misura parziale, da questa distorsione. La presenza delle multinazionali estere nel Mezzogiorno appare assai modesta: il peso delle 8 regioni dell'Italia meridionale ed insulare si attesta attorno al 5% del totale per tutti gli indicatori considerati (numero di imprese, loro addetti e fatturato).*

L'analisi di più lungo periodo, possibile con riferimento al solo settore manifatturiero grazie al raccordo con le precedenti ricerche sull'internazionalizzazione produttiva dell'industria italiana (tavole 3 e 4), testimonia l'agire di un pur lento

[1] *Le informazioni in questa sede discusse sono tratte dalla banca dati REPRINT, costituita presso il Politecnico di Milano nell'ambito di un progetto di ricerca promosso dall'ICE e volto ad analizzare le imprese multinazionali le cui attività coinvolgono l'economia italiana, ovverosia: (i) le imprese multinazionali a base italiana e le relative imprese partecipate all'estero; (ii) le imprese italiane partecipate da imprese multinazionali a base estera. Il campo di indagine si estende all'intero sistema delle imprese industriali e all'insieme dei servizi che ne supportano le attività. Più precisamente, con riferimento alla classificazione Ateco, i settori considerati sono l'industria estrattiva e manifatturiera (Ateco 11-37), la produzione e distribuzione di energia, elettrica, gas, acqua (Ateco 40-41), le costruzioni (Ateco 45), il commercio all'ingrosso (Ateco 51), i servizi di trasporto e logistici (Ateco 60-63, escluso 63.3), i servizi di telecomunicazione (Ateco 64.2), il*

Le partecipazioni italiane all'estero al 1.1.2002, per regione di origine dell'impresa investitrice
(valori in unità e milioni di euro e incidenza percentuale sul totale)

	Partecipazioni di controllo			Partecipazioni paritarie e minoritarie			Totale			
	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato	Investitori	Imprese	Addetti	Fatturato
Valle d'Aosta	3	108	14	3	221	24	6	6	329	38
	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Piemonte	1.677	202.724	68.944	179	54.327	7.969	470	1.856	257.051	100.258
	15,3	24,5	33,3	7,9	22,6	13,6	9,4	14,0	24,0	37,8
Lombardia	4.022	293.982	59.736	977	79.076	21.041	1.789	4.999	373.058	80.777
	36,6	35,5	28,9	43,0	32,9	35,9	35,8	37,7	34,9	30,4
Liguria	118	1.660	505	54	1.020	258	108	172	2.680	763
	1,1	0,2	0,2	2,4	0,4	0,4	2,2	1,3	0,3	0,3
Veneto	1.240	56.370	12.084	248	14.483	1.740	711	1.488	70.853	13.834
	11,3	6,8	5,8	10,9	6,0	3,0	14,2	11,2	6,6	5,2
Trentino – Alto Adige	163	4.903	890	45	1.113	309	113	208	6.016	1.199
	1,5	0,6	0,4	2,0	0,5	0,5	2,3	1,6	0,6	0,5
Friuli – Venezia Giulia	291	8.818	1.584	78	4.276	833	175	369	13.094	2.417
	2,6	1,1	0,8	3,4	1,8	1,4	3,5	2,8	1,2	0,9
Emilia – Romagna	1.469	104.557	16.089	213	6.171	1.362	615	1.682	110.728	17.451
	13,4	12,6	7,8	9,4	2,6	2,3	12,3	12,7	10,4	6,6
Toscana	526	22.859	4.980	116	2.830	538	302	642	25.689	2.742
	4,8	2,8	2,4	5,1	1,2	0,9	6,0	4,8	2,4	1,0
Umbria	36	1.106	135	19	1.259	134	157	55	2.365	269
	0,3	0,1	0,1	0,8	0,5	0,2	3,1	0,4	0,2	0,1
Marche	369	29.382	4.301	21	1.892	212	47	390	31.274	4.513
	3,4	3,5	2,1	0,9	0,8	0,4	0,9	2,9	2,9	1,7
Lazio	768	85.438	34.755	185	65.123	23.442	250	953	150.561	37.628
	7,0	10,3	16,8	8,1	27,1	40,0	5,0	7,2	14,1	14,2
Abruzzo	36	2.696	149	34	413	152	51	70	3.109	301
	0,3	0,3	0,1	1,5	0,2	0,3	1,0	0,5	0,3	0,1
Molise	15	502	52	4	12	29	10	19	514	81
	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0
Campania	85	3.541	744	24	1.438	73	75	109	4.979	817
	0,8	0,4	0,4	1,1	0,6	0,1	1,5	0,8	0,5	0,3
Puglia	47	4.279	673	13	4.148	45	48	60	8.427	718
	0,4	0,5	0,3	0,6	1,7	0,1	1,0	0,5	0,8	0,3
Basilicata	14	768	179	3	62	3	7	17	830	182
	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Calabria	4	264	18	2	34	2	6	6	298	20
	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Sicilia	58	905	384	11	633	183	36	69	1.538	567
	0,5	0,1	0,2	0,5	0,3	0,3	0,7	0,5	0,1	0,2
Sardegna	50	4.221	581	43	2.017	250	17	93	6.238	831
	0,5	0,5	0,3	1,9	0,8	0,4	0,3	0,7	0,6	0,3
Totale	**10.991**	**829.083**	**206.797**	**2.272**	**240.448**	**58.599**	**4.993**	**13.263**	**1.069.531**	**265.396**
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint

Tavola 1

Le partecipazioni estere in Italia al 1.1.2002, per regione
(valori in unità e milioni di euro e incidenza percentuale sul totale)

	Partecipazioni di controllo			Partecipazioni paritarie e minoritarie			Totale		
	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato	Imprese	Addetti	Fatturato
Valle d'Aosta	7	2.286	624	1	160	92	8	2.446	716
	0,10	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2
Piemonte	408	91.608	21.198	54	50.953	22.607	462	142.561	43.805
	8,2	12,3	7,7	12,6	36,8	46,7	8,5	16,2	13,5
Lombardia	2.725	376.454	146.668	171	29.036	9.763	2.896	405.490	156.431
	54,6	50,6	53,1	39,8	21,0	20,2	53,4	46,0	48,2
Liguria	119	19.193	4.869	8	1.950	401	127	21.143	5.270
	2,4	2,6	1,8	1,9	1,4	0,8	2,3	2,4	1,6
Veneto	305	37.602	15.542	30	2.959	1.060	335	40.561	16.602
	6,1	5,1	5,6	7,0	2,1	2,2	6,2	4,6	5,1
Trentino – Alto Adige	109	12.974	3.648	4	7.344	350	113	20.318	3.998
	2,2	1,7	1,3	0,9	5,3	0,7	2,1	2,3	1,2
Friuli – Venezia Giulia	84	18.111	4.819	15	4.159	1.170	99	22.270	5.989
	1,7	2,4	1,7	3,5	3,0	2,4	1,8	2,5	1,8
Emilia – Romagna	374	41.588	12.378	49	11.191	2.260	423	52.779	14.638
	7,5	5,6	4,5	11,4	8,1	4,7	7,8	6,0	4,5
Toscana	193	30.489	9.977	22	1.438	350	215	31.927	10.327
	3,9	4,1	3,6	5,1	1,0	0,7	4,0	3,6	3,2
Umbria	35	7.374	2.559	3	120	19	38	7.494	2.578
	0,7	1,0	0,9	0,7	0,1	0,0	0,7	0,8	0,8
Marche	34	3.629	743	5	451	104	39	4.080	847
	0,7	0,5	0,3	1,2	0,3	0,2	0,7	0,5	0,3
Lazio	379	66.028	43.527	31	18.601	5.536	410	84.629	49.063
	7,6	8,9	15,8	7,2	13,4	11,4	7,6	9,6	15,1
Abruzzo	46	13.526	3.236	7	6.906	2.792	53	20.432	6.028
	0,9	1,8	1,2	1,6	5,0	5,8	1,0	2,3	1,9
Molise	5	398	55	0	0	0	5	398	55
	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Campania	74	9.474	2.431	10	1.107	375	84	10.581	2.806
	1,5	1,3	0,9	2,3	0,8	0,8	1,5	1,2	0,9
Puglia	26	6.064	1.568	4	548	272	30	6.612	1.840
	0,5	0,8	0,6	0,9	0,4	0,6	0,6	0,7	0,6
Basilicata	11	826	362	5	152	39	16	978	401
	0,2	0,1	0,1	1,2	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1
Calabria	7	877	109	0	0	0	7	877	109
	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Sicilia	23	1.522	546	10	1.174	842	33	2.696	1.388
	0,5	0,2	0,2	2,3	0,8	1,7	0,6	0,3	0,4
Sardegna	27	4.098	1.212	1	59	385	28	4.157	1.597
	0,5	0,6	0,4	0,2	0,0	0,8	0,5	0,5	0,5
Totale	**4.991**	**744.121**	**276.071**	**430**	**138.308**	**48.417**	**5.421**	**882.429**	**324.488**
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint

Tavola 2

e tendenziale processo di riequilibrio territoriale, che tuttavia sembra lasciare ancora ai margini il Mezzogiorno. Sul lato degli investimenti in uscita cresce significativamente il peso delle regioni nord-orientali e centrali, a scapito delle regioni centro-occidentali la cui quota rimane tuttavia preponderante. Sul lato degli investimenti in entrata, il fenomeno più rilevante consiste ancora nella crescita della presenza estera nel Nord-Est, area nella quale il numero di imprese partecipate è cresciuto nell'arco di tre lustri di oltre 2,5 volte, mentre il numero di addetti è quasi raddoppiato. Preoccupante è invece la stasi della presenza estera nel Mezzogiorno. L'incidenza delle regioni meridionali è scesa dal 10% al 7,2% in termini di numero di imprese e dal 7,3% al 6,3% in termini di numero di addetti, con incidenze ancora più modeste (rispettivamente 6,3% e 5%) se riferite alle sole imprese controllate. Queste tendenze trovano conferma dall'analisi della distribuzione sul territorio nazionale degli impianti produttivi delle imprese a partecipazione estera, che corregge, perlomeno sul piano della numerosità delle presenze, la distorsione precedentemente citata. Nel biennio 2000-2001 le regioni nord–occidentali hanno ospitano il 47,5% degli stabilimenti collegati alle nuove partecipazioni estere, contro il 28,6% del Nord–Est, il 13,4% delle regioni centrali e il 10,5% delle regioni meridionali ed insulari. Come mostra la tav. 5, questa ripartizione non si discosta in misura rilevante dal quadro che si aveva all'inizio del 2000, ma conferma le tendenze di lungo periodo: la crescita delle partecipazioni nel Nord–Est, cui fa da contrappunto il tendenziale logoramento del ruolo del Nord–Ovest, che pure conserva una netta predominanza; la stabilizzazione su livelli modesti della presenza estera nelle aree del Centro e del Mezzogiorno.

Evoluzione delle partecipazioni italiane all'estero nell'industria manifatturiera, per localizzazione delle sedi delle imprese investitrici, 1.1.1986-1.1.2002

	Imprese partecipate (N.)						*Addetti delle imprese partecipate (N.)*					
	Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002		Situazione al 1.1 .1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	484	69,4	1.781	63,0	2.811	55,7	192.442	79,0	463.860	76,3	550.574	64,7
Nord-Est	133	19,1	745	26,4	1.478	29,3	19.051	7,8	88.832	14,6	171.181	20,1
Centro	64	9,2	185	6,5	605	12,0	28.426	11,7	34.820	5,7	112.024	13,2
Sud e Isole	16	2,3	116	4,1	153	3,0	3.731	1,5	20.286	3,3	17.501	2,1
Totale	**697**	**100,0**	**2.827**	**100,0**	**5.047**	**100,0**	**243.650**	**100,0**	**607.799**	**100,0**	**851.281**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint

Tavola 3

Evoluzione delle partecipazioni estere nell'industria manifatturiera italiana, per localizzazione delle sedi delle imprese partecipate, 1.1.1986-1.1.2002

	Imprese partecipate (N.)						*Addetti delle imprese partecipate (N.)*					
	Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002		Situazione al 1.1.1986		Situazione al 1.1.1996		Situazione al 1.1.2002	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	840	61,1	1.147	60,3	1.342	57,8	302.734	65,1	336.479	64,3	382.268	62,3
Nord-Est	208	15,1	372	19,6	534	23,0	60.141	12,9	81.282	15,5	111.302	18,1
Centro	190	13,8	245	12,9	278	12,0	68.112	14,6	64.054	12,2	81.399	13,3
Sud e Isole	137	10,0	138	7,3	167	7,2	34.156	7,3	41.220	7,9	38.377	6,3
Totale	**1.375**	**100,0**	**1.902**	**100,0**	**2.321**	**100,0**	**243.650**	**100,0**	**523.035**	**100,0**	**613.346**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint

Tavola 4

Ripartizione territoriale degli stabilimenti collegati alle partecipazioni estere

	Stabilimenti delle imprese a partecipazione estera al 1.1.2000		Stabilimenti collegati alle nuove partecipazioni estere del biennio 2000-2001	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	1.492	50,5	131	47,5
Nord-Est	701	23,7	79	28,6
Centro	414	14,0	37	13,4
Sud e Isole	348	11,8	29	10,5
Totale	**2.955**	**100,0**	**276**	**100,0**

Fonte: banca dati Reprint

Tavola 5

8. LE MODALITÀ DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE*

Sintesi

Nel 2002 il numero degli esportatori mostra, per la prima volta a partire dal 1997, una flessione, passando da un valore di 181.056 nel 2001 a 180.795. Questa riduzione si accompagna a una diminuzione più accentuata nei valori delle esportazioni italiane, traducendosi quindi nel contenimento del dato relativo al ricavo unitario.

La disaggregazione per classi di valori segnala dinamiche differenti a seconda della dimensione delle vendite all'estero degli esportatori. In particolare, l'andamento degli operatori appartenenti alla fascia con fatturati esteri più elevati, oltre 50 milioni di euro, risulta discordante con il dato aggregato e invece più in linea con l'evoluzione positiva seppur modesta del commercio mondiale. Si può ipotizzare che per queste imprese la presenza di margini abbastanza ampi e la centralità ricoperta dalla permanenza sui mercati esteri siano risultate determinanti nel contrastare la congiuntura negativa a livello nazionale. L'analisi degli operatori per destinazione geografica ne evidenzia l'alta flessibilità rispetto agli andamenti generali del commercio mondiale. I casi emblematici sono rappresentati dagli operatori nell'Europa centro orientale (+2,3% per numero degli esportatori) e, per converso, dall'America centro meridionale (-9,2%). La vicinanza territoriale e i processi di armonizzazione in atto con i paesi di prossimo ingresso nell'Unione Europea sembrano facilitare in queste aree, come nel resto d'Europa, la realizzazione di un'internazionalizzazione commerciale diffusa a un ampio numero di operatori: la quota dei piccoli esportatori è infatti relativamente più accentuata.

Il quadro regionale conferma in termini di numero di operatori il primato delle regioni del Nord. Trasversalmente a tutte le classi di valori, la Lombardia costituisce la principale area di origine delle esportazioni italiane. Confrontando il rapporto fra numero degli esportatori e totale delle imprese attive le regioni del Mezzogiorno, maggiormente caratterizzate da esportatori di piccola taglia, sono contraddistinte da un minore vocazione internazionale.

Riguardo gli anni di attività estera degli operatori, il 2002 segnala una flessione nell'entrata di nuovi membri nel *club* degli esportatori: questi costituiscono il 16,5% del totale, rispetto al 17,3% del 2001. Dall'analisi sulla composizione per classi di valore appare come la dimensione ridotta del fatturato estero rimanga rilevante anche nel caso di esportatori operanti lungo tutto l'arco temporale oggetto dell'indagine.

Questa caratteristica è confermata dalle statistiche sul numero di mercati serviti dalle imprese esportatrici, le quali evidenziano la tendenza della quasi maggioranza degli operatori a limitarsi a un unico mercato. Per il periodo 1995-2002 è cresciu-

---

* Redatto da Claudio Colacurcio e Marilena Procaccio per i casi aziendali, – ICE Area Studi, Statistica e Documentazione – con la supervisione del Prof. Sergio Mariotti.

to, anche sia pure molto lentamente, il grado di diversificazione geografica delle esportazioni, inteso come il numero medio di mercati su cui sono presenti le imprese.

L'internazionalizzazione produttiva, tramite partecipazioni e investimenti all'estero, cresce in entrata come in uscita, e presenta per l'Italia dati in controtendenza rispetto ai maggiori aggregati internazionali. L'indagine Italia Multinazionale 2002[1] segnala una crescita superiore delle partecipazioni all'estero delle imprese italiane, rispetto a quelle estere in Italia. Le prime tuttavia paiono ancora caratterizzate da un minore spessore strategico rispetto alle iniziative straniere nel paese, per tipologia settoriale, contenuto e qualità delle attività, grado di controllo delle iniziative.

L'evoluzione testimonia il vigore con cui procede l'inseguimento multinazionale delle imprese italiane. Peraltro, il forte divario tra i tassi di crescita delle partecipazioni in uscita e in entrata ripropone dubbi sulla capacità attrattiva del paese.

Oltre all'Unione Europea, tradizionale area di destinazione degli investimenti diretti esteri italiani, l'Europa centro orientale ha progressivamente aumentato il suo peso sul totale delle partecipazioni estere delle imprese, caratterizzandosi tra l'altro per una maggiore diffusione di iniziative attribuibili agli investimenti delle piccole e medie imprese. Fra il 1996 e il 2002 anche l'Asia è stata interessata da tassi di crescita delle partecipazioni italiane ben superiori alla media generale, spiegati soprattutto dalla dinamica della Cina, paese che riceve in termini di addetti oltre il 30% delle iniziative italiane nel continente.

Dal punto di vista settoriale l'analisi mostra che in generale i settori tradizionalmente forti dell'internazionalizzazione commerciale sono anche protagonisti dei processi di multinazionalizzazione in uscita.

I principali investitori in Italia sono invece riconducibili alle aree dell'Unione Europea (60,4%) e del Nord America (24,8%). La composizione settoriale delle partecipazioni in entrata risulta più in linea con le caratteristiche delle direttrici mondiali dei fenomeni di internazionalizzazione. Peraltro, il vasto settore della meccanica è il principale per presenza di imprese partecipate dall'estero e anche i settori tradizionali del *made in Italy* appaiono sempre più destinatari di investimenti diretti esteri, seppure in quantità relativamente limitata. Ciò segnala come la tradizionale competitività del paese in questi settori abbia alimentato e possa ancora alimentare un afflusso di iniziative estere; a differenza di altri ambiti, quali quelli delle alte tecnologie, ove il paese conferma fragilità e scarsa capacità di attrazione.

Completano l'analisi otto casi di studio relativi a gruppi italiani che si sono distinti per aver realizzato, con differenti modalità, un'articolazione internazionale della loro attività produttiva e commerciale. La *Bracco*, fondata a Milano nel 1927, ora *leader* di mercato nelle soluzioni globali per la diagnostica ad immagini, ha avviato, a partire dagli anni ottanta, un piano di sviluppo che si focalizza sulla realizzazio-

[1] Il campo di indagine si estende all'intero sistema delle imprese industriali e all'insieme dei servizi che ne supportano le attività. I settori considerati sono l'industria estrattiva e manifatturiera (Ateco 11-37), la produzione e distribuzione di energia, elettrica, gas, acqua (Ateco 40-41), le costruzioni (Ateco 45), il commercio all'ingrosso (Ateco 51), i servizi di trasporto e logistici (Ateco 60-63, escluso 63.3), i servizi di telecomunicazione (Ateco 64.2), il software e servizi di informatica (Ateco 72), gli altri servizi professionali (Ateco 71, 73, 74).

ne di una rete di ricerca internazionale. La *Cotonella*, una delle più significative realtà nel settore dell'intimo, ha avviato nel 1995 una strategia di delocalizzazione di alcune fasi del processo produttivo che ha coinvolto prima l'Albania e in seguito la Romania. La *Henraux*, impresa del settore lapideo, ha sviluppato nel tempo una presenza diretta su alcuni mercati esteri che, nel caso dei depositi, è finalizzata a una maggiore penetrazione commerciale del paese di riferimento, mentre nel caso delle filiali produttive, allo sfruttamento delle cave presenti in loco. *Marazzi* è una multinazionale italiana *leader* in Europa nella produzione di piastrelle, con una storica vocazione internazionale. Oggi conta nel mondo 20 stabilimenti di produzione ed ha recentemente avviato due progetti finalizzati all'attivazione di un nuovo stabilimento nella regione di Mosca e allo sfruttamento di un giacimento d'argilla nell'est dell'Ucraina. La *Merloni* si è affermata sui mercati esteri grazie all'adozione di una efficace strategia multibrand, che ha previsto una serie di acquisizioni di importanti imprese straniere. Tra le più recenti, quelle della russa Stinol e della inglese General Domestic Appliances (GDA). *Proel*, azienda abruzzese specializzata nella produzione di strumenti musicali elettronici, ha avviato uno stabilimento di assemblaggio a El Paso, in Texas in modo da superare la diffidenza del mercato americano verso gli strumenti musicali elettronici provenienti dal nostro paese. La *Streparava*, importante produttore di macchine utensili, ha promosso la costituzione di un consorzio (CIMU) per concludere l'acquisto di Saturn, una grande fonderia rumena di proprietà statale, ora privatizzata. Produttrice di vini da sette generazioni, la *Zonin* si caratterizza per una forte proiezione sui mercati internazionali. Il peso del fatturato estero sul totale è progressivamente cresciuto, così come i paesi verso cui l'azienda esporta i propri vini. La Zonin è anche proprietaria di una tenuta in Virginia, dove viene realizzata una piccola quota di produzione di diverse varietà di vini.

8.1 MODALITÀ DI INTERNAZIONALIZZAZIONE A CONFRONTO

Volendo analizzare come le imprese si rapportano agli scenari internazionali, la teoria economica ha evidenziato tre diverse modalità: esportazione, investimento diretto estero e forme di internazionalizzazione intermedie, altrimenti definite *non-equity*. Per quest'ultima tipologia la complessità del fenomeno è d'altro canto tale che non esistono né in Italia, né in altri paesi, banche dati in grado di censire l'universo delle iniziative[2]. L'estrema varietà nelle modalità di realizzazione, in particolare, pregiudica la possibilità di un'analisi coerente con l'obbiettivo del capitolo, ossia uno studio dell'internazionalizzazione partendo dalle caratteristiche dei suoi protagonisti: le imprese.

[2] L'analisi svolta dall'Osservatorio sulle Piccole e Medie Imprese (Capitalia) documenta per il periodo 1998-2000 che per un campione del 9,2% per addetti del settore manifatturiero, queste forme di internazionalizzazione hanno interessato 6.697 imprese.

Le motivazioni di una trattazione congiunta di internazionalizzazione commerciale e produttiva si articolano quindi su tre fondamenti.

Gli investimenti esteri come l'esportazione di beni costituiscono specificità diverse di un analogo fenomeno, l'internazionalizzazione dei sistemi produttivi nazionali. Entrambe le modalità, produttiva e commerciale, rispondono alle esigenze e alle opportunità collegate a uno scenario allargato, riflettendo l'abilità delle imprese nel superare i vincoli imposti dalle limitazioni delle dimensioni nazionali.

In secondo luogo, il ruolo degli investimenti esteri risulta imprescindibile nello spiegare le determinanti e la direzione degli scambi commerciali, in ragione degli effetti generati da un flusso sull'altro. Alla fine degli anni novanta la quota attribuibile agli scambi fra le filiali internazionali delle imprese è stata di circa un terzo rispetto al totale delle esportazioni mondiali.

Più in generale la necessità di una trattazione congiunta si fonda sulla discussione intorno alla relazione fra investimenti esteri e flussi esportativi. L'oggetto dell'indagine è capire il grado di interazione fra le due variabili e la loro natura complementare o di sostituibilità. Il crescente interesse verso questa tematica è soprattutto giustificato dalle preoccupazioni sugli effetti del trasferimento produttivo sui livelli occupazionali dei paesi interessati.

Le motivazioni e le specificità dell'internazionalizzazione produttiva sono però profondamente diversificate. Pertanto è difficile decidere in maniera univoca, senza considerare gli obbiettivi perseguiti, la dimensione degli aggregati considerati (impresa o paese), la modalità dell'approccio (statico o dinamico). Se il punto d'osservazione è la singola impresa i problemi sono molteplici. Il risultato dipende da troppe variabili e soprattutto si pone il problema del controllo controfattuale. In uno scenario di sempre maggiore competizione, l'internazionalizzazione della produzione appare spesso un'esigenza. Anche una diminuzione delle esportazioni verso il paese destinatario di un investimento diretto, non necessariamente è una sostituzione, bensì talvolta la minimizzazione di una perdita comunque inevitabile. Il mantenimento di esportazioni positive, seppur diminuite, avviene infatti proprio grazie all'investimento. Analogamente, una diminuzione delle esportazioni di una singola impresa non pregiudica la nascita di nuove imprese esportatrici che proprio nel servire l'impresa internazionalizzata possono aumentare i flussi totali d'esportazione (strategia del *follow my leader*).

Per l'Italia come aggregato, il volume dei flussi d'investimento estero trova fra le sue variabili esplicative le esportazioni verso quel paese. Si può ipotizzare che a livello di paese i due flussi non costituiscano modalità differenti per raggiungere destinazioni diverse, ma che al contrario esportazione e investimento si muovano nella stessa direzione. La traduzione di questa complementarità debole in una complementarità forte, a livello di impresa, necessita d'altronde di un affinamento e di un allargamento delle tecniche di raccolta ed elaborazione delle informazioni, spostando sull'impresa il centro della rilevazione dei fenomeni.

Il capitolo discuterà quindi le due principali modalità d'internazionalizzazione, commerciale e produttiva. Tenendo conto del loro legame intrinseco, si cercherà di evidenziare le caratteristiche e i processi di trasformazione in atto nella proiezione internazionale delle imprese.

Prima di iniziare una discussione mirata è utile sottolineare un tema trasversale alle modalità di internazionalizzazione, ossia le implicazioni derivanti su queste dalle

dimensioni d'impresa. Al loro aumentare, sia i flussi di esportazione che quelli di investimento diretto estero tendono infatti ad assumere maggior rilevanza. La scelta di una trattazione a priori del tema dimensionale, si giustifica soprattutto per la sua specificità nel sistema produttivo italiano, caratterizzato più di altri da una marcata presenza di piccole e medie imprese.

Classificando le imprese per numero di addetti, entrambe le modalità mostrano come le fasce più ridotte primeggino in termini di numerosità delle iniziative. Per un visione completa del fenomeno, questo dato va tuttavia riconsiderato in funzione di parametri più oggettivi.

IMPRESE ESPORTATRICI PER CLASSI DIMENSIONALI: NUMERO E VALORI 2001
(valori in milioni di euro)

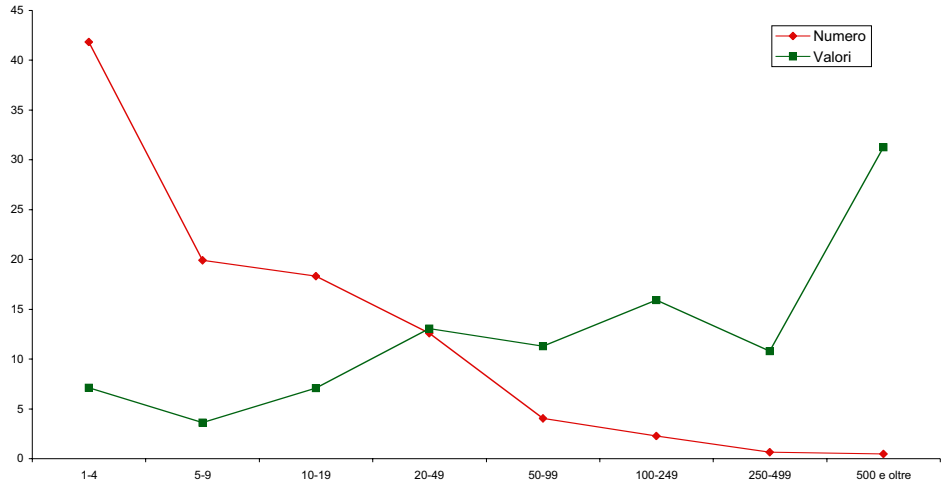
CLASSI DI ADDETTI	Numero	% Imprese attive	Quota % esportatori	Quota % imprese italiane	Valori	Quota % valori
1-4	73.858	1,9	41,8	88,5	18.599	7,1
5-9	35.133	12,0	19,9	6,81	9.455	3,6
10-19	32.351	25,7	18,3	2,93	18.562	7,1
20-49	22.233	42,6	12,6	1,21	34.163	13,0
50-99	7.130	53,4	4,0	0,31	29.525	11,3
100-249	3.987	58,4	2,3	0,16	41.725	15,9
250-499	1.143	58,6	0,6	0,05	28.250	10,8
500 e oltre	839	62,4	0,5	0,03	81.894	31,2
Totale	**176.674**	**4,1**	**100**	**100**	**262.172**	**100**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.1

Nel caso delle esportazioni appare evidente come per le imprese più piccole, la quota sul totale degli esportatori non si rifletta sui valori. In realtà quasi il 70% delle esportazioni è attribuibile alle classi con più di cinquanta addetti (0,55% del totale delle imprese italiane), lasciando di fatto al restante 99% delle imprese solo il 30% delle vendite all'estero. Il grafico illustra in maniera immediata questa divergenza fra numero e valori.

CONFRONTO NUMERO E VALORI ESPORTATI PER CLASSI DI ADDETTI
(composizione percentuale)



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 8.1

Ulteriore elemento è dato dal confronto fra la composizione percentuale degli esportatori e quella del totale delle imprese attive. Se è vero che oltre il 75% degli esportatori è composto da imprese al di sotto di venti addetti, le stesse imprese costituiscono circa il 90% delle imprese attive. Questa caratteristica segnala pertanto per le imprese più piccole un'inferiore vocazione all'esportazione relativamente al peso delle stesse sul totale delle imprese attive in Italia.

Anche l'internazionalizzazione produttiva presenta seppur in maniera meno evidente una divergenza fra numerosità delle iniziative e rilevanza in termini di valori.

PARTECIPAZIONI ITALIANE ED ESTERE PER CLASSI DIMENSIONALI AL 1.1.2002
(percentuali per classi di addetti, assoluti per il totale, fatturato in milioni di euro)

	Classe di addetti					
	<50	50-249	250-499	500-4999	oltre 5000	**Totale**
	Imprese italiane con partecipazioni all'estero					
Uscita	35,5	35,1	13,3	13	3,1	**4.993**
	Imprese estere a partecipazione italiana ed imprese italiane a partecipazione estera					
Uscita	17	21	14,7	29,2	18,2	**13.263**
Entrata	55,2	30,8	7,7	6,2	0,2	**5.421**
	Addetti delle imprese estere a partecipazione italiana e delle imprese italiane a partecipazione estera					
Uscita	5,2	9,1	7,3	27,9	50,6	**1.069.531**
Entrata	5,5	22,6	16,3	44,5	11,1	**882.429**
	Fatturato delle imprese estere a partecipazione italiana					
Uscita	2,7	4,5	4,7	21,1	67,1	**265.396**
Entrata	10,1	23,5	14,2	41	11,1	**324.488**

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.2

Dal lato delle partecipazioni in uscita il *club* degli investitori vede un ruolo importante dei soggetti di piccole dimensioni, ciò a compimento di un cambiamento strutturale avvenuto a partire dai primi anni novanta. Per la sola impresa manifatturiera nel 1990 la prima classe rappresentava il 10,5% delle investitrici all'estero, nel 2002 è il 30,5%. Le composizioni percentuali per addetti e fatturato mostrano d'altronde come la grande impresa sia ancora in termini di valore la protagonista principale dell'internazionalizzazione produttiva.

Dal lato delle partecipazioni in entrata, le filiali delle imprese estere appaiono per la maggior parte concentrate nella classe con meno di cinquanta addetti[3]. Nel dato si riflette in primo luogo la tipologia degli investimenti esteri in Italia, dove il peso dell'industria manifatturiera è di circa il 42%. La parte rimanente è data principalmente dai settori del commercio e dei servizi professionali, che fisiologicamente necessitano di un numero di addetti inferiore. Riprova di ciò è la diminuzione al 32,2% della prima classe se si considera esclusivamente il settore manifatturiero.

Oltre che dalla tipologia, questa caratteristica dipende probabilmente anche dalla finalità degli investimenti esteri in Italia, destinati a servire il mercato interno, al

[3] L'analogia visiva con gli investimenti diretti in uscita è fuorviante. Se per le imprese italiane la classificazione si basa sul numero di addetti del gruppo investitore, per quelle estere, il riferimento sono gli addetti impiegati dalle filiali in Italia.

di fuori dei circuiti di *global sourcing* e delle potenziali implicazioni in termini dimensionali[4].

8.2 INTERNAZIONALIZZAZIONE COMMERCIALE

I dati provvisori relativi al numero degli esportatori italiani nel 2002 segnalano per la prima volta a partire dal 1997 una flessione[5]. I capitoli precedenti hanno evidenziato una riduzione per valori e quantità delle esportazioni dell'Italia in un contesto di crescita seppur modesta degli scambi a livello mondiale, anche in relazione ai più confrontabili concorrenti europei. Fra le spiegazioni possibili, la diminuzione del numero degli esportatori potrebbe essere dovuta al mancato utilizzo di strategie di riduzione dei prezzi, consone allo scenario di apprezzamento dell'euro e di aumento della competizione sui mercati internazionali. Di fronte a queste dinamiche, le imprese si sono trovate a dover diminuire i prezzi al fine di salvaguardare le quantità e in

OPERATORI ALL'ESPORTAZIONE: NUMERO, VALORI, RICAVO MEDIO 1997-2002
(valori e ricavo medio in milioni di euro)

	1997	1998	1999	2000	2001	2001(a)	2002(a)
N. esportatori	180.352	182.684	183.250	188.750	190.982	181.056	180.795
Var%		1,3	0,3	3,0	1,2		-0,1
Valori esportati	206.760	215.378	216.793	254.079	266.434	263.002	259.213
Var%		4,2	0,7	17,2	4,9		-1,4
Ricavo Medio	1,15	1,18	1,18	1,35	1,40	1,45	1,43

(a) Dati provvisori

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.3

OPERATORI E RELATIVE ESPORTAZIONI PER CLASSI DI FATTURATO ESTERO
(valori e ricavo medio in milioni di euro, classi di valore inflazionate in migliaia di euro)

	Operatori				Valori				Ricavo Medio	
	2001	%	2002	%	2001	%	2002	%	2001	2002
0-75	107.273	59,3	108.577	60,1	1.829	0,7	1.863	0,7	0,02	0,02
75-250	25.367	14,0	25.017	13,8	3.877	1,5	3.858	1,5	0,15	0,15
250-750	19.547	10,8	19.056	10,5	9.466	3,6	9.193	3,6	0,48	0,48
750-2.500	15.617	8,6	15.287	8,5	23.753	9,0	23.048	8,9	1,52	1,51
2.500-5.000	5.782	3,2	5.615	3,1	22.393	8,5	21.659	8,4	3,87	3,86
5.000-15.000	4.994	2,8	4.738	2,6	46.218	17,6	43.327	16,7	9,25	9,14
15.000-50.000	1.890	1,0	1.886	1,0	52.986	20,2	52.187	20,1	28,03	27,67
oltre 50.000	586	0,3	619	0,3	102.481	39,0	104.080	40,2	174,88	168,14
Totale	**181.056**	**100**	**180.795**	**100**	**263.003**	**100**	**259.215**	**100**	**1,45**	**1,43**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.4

[4] Per global sourcing si intende un investimento finalizzato alla produzione di un bene destinato non solo al mercato interno. Le ragioni di investimenti di questo tipo risiedono principalmente nel vantaggio comparato del paese che ospita la produzione.

[5] I risultati in termini di andamento risultano coerenti sia per i dati provvisori che per quelli definitivi relativi agli anni precedenti il 2001. Per un confronto più puntuale tuttavia appare sensato l'utilizzo dei soli dati provvisori relativi agli ultimi due anni: immaginando che benché entrambi distorti in relazione al valore reale, la natura della distorsione sia invariata nel tempo.

certi casi la stessa permanenza sui mercati esteri. Questa scelta avrebbe necessitato d'altronde di condizioni abilitanti e motivanti, quali la presenza di margini abbastanza ampi da assorbire l'implicita perdita di remuneratività, la percezione di un confronto internazionale sensibile al prezzo e il rilievo strategico attribuito alla presenza estera in sé. È ipotizzabile che queste condizioni non si siano verificate per alcune categorie di imprese italiane, che coscientemente o per necessità hanno di fatto abbandonato i mercati internazionali.

Il confronto per classi di valore rafforza questa ipotesi. Il gruppo relativo ai grandi esportatori è riuscito a contrastare le dinamiche congiunturali aumentando sia sotto il profilo del numero degli esportatori che dei volumi esportati. Per questo tipo di imprese, la presenza di margini più elevati e la centralità strategica dei mercati esteri hanno probabilmente indotto una diminuzione dei prezzi più accentuata che nelle altre classi, al fine di salvaguardare le proprie quote di mercato. La flessione del ricavo medio ha d'altro canto un risvolto negativo sul sentiero ideale della continuità fra l'internazionalizzazione commerciale e produttiva. In prima approssimazione nel caso di internazionalizzazione per servire un mercato la scelta fra le due modalità si basa sul confronto fra il costo fisso dell'insediamento all'estero e i costi variabili imputabili alle esportazioni. Una flessione del ricavo medio implica di fatto un innalzamento del punto di pareggio, ossia di quella soglia sotto cui l'azienda è disincentivata a intraprendere iniziative produttive all'estero, preferendo invece approcciare il mercato estero attraverso le esportazioni. La concomitanza quindi di una riduzione del ricavo medio e di una flessione delle quantità esportate risulta cruciale anche nella prospettiva della già debole posizione italiana circa gli investimenti esteri.

Al fine di investigare le caratteristiche dell'internazionalizzazione commerciale italiana, la disaggregazione per classi di valori illustra poi le caratteristiche del modello esportativo secondo due profili: statico e dinamico. Dal punto di vista statico appare evidente una relazione inversa fra numerosità degli esportatori per classi e valore delle esportazioni. La struttura delle esportazioni appare infatti piuttosto concentrata: pochi soggetti sono responsabili della gran parte dei flussi economici. Nel confronto tra gli anni più recenti si evidenzia invece la reattività delle singole classi ai cambiamenti avvenuti. Come sottolineato, dai dati emerge che la grande impresa è riuscita a opporsi alle dinamiche congiunturali aumentando il suo peso sia in termini di esportatori che di valore. Meno univoca è invece l'interpretazione per i dati provvisori del 2002 relativa all'aumento della classe più bassa di valori esportati. Tale rigonfiamento può infatti essere interpretato da un lato con l'alta volatilità e il grado estemporaneo delle iniziative di piccole dimensioni, dall'altro da un effetto di scivolamento degli operatori appartenenti nel 2001 a classi superiori. L'ampiezza ridotta delle prime classi comporta facilmente per le piccole e medie imprese un'attribuzione alla classe inferiore in caso di peggioramento della *performance*.

Ciò che si evidenzia dall'analisi sulle aree di destinazione, è la conferma in termini di esportatori di quanto espresso dall'andamento dei valori. Il confronto fra i dati provvisori mette in luce la forte reattività degli operatori ai mutamenti sugli scenari internazionali. I casi dell'America Latina e dell'Europa centro orientale sono al proposito esemplificativi. L'Unione Europea ha continuato ad attrarre il maggior numero di esportatori evidenziando d'altronde una dinamica negativa. Se nel 2001 la discordanza dei segni fra le variazioni di operatori e valori esportati (-0,2% per gli

OPERATORI E RELATIVE ESPORTAZIONI PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE(a)
(valori e ricavo medio in milioni di euro)

	Operatori (b)				Valori				Ricavo Medio	
	2001	2002	%	var %	2001	2002	%	var %	2001	2002
Unione europea	104.381	103.921	57,5	-0,4	144.807	141.097	54,4	-2,6	1,39	1,36
Europa centro orientale	68.360	69.900	38,7	2,3	24.327	25.334	9,8	4,1	0,36	0,36
Altri paesi europei	63.287	62.445	34,5	-1,3	15.841	15.620	6,0	-1,4	0,25	0,25
Africa settentrionale	23.190	23.115	12,8	-0,3	6.557	6.509	2,5	-0,7	0,28	0,28
Altri paesi africani	21.435	20.594	11,4	-3,9	3.176	3.211	1,2	1,1	0,15	0,16
America settentrionale	41.914	40.675	22,5	-3,0	27.066	26.871	10,4	-0,7	0,65	0,66
America centro meridionale	29.124	26.439	14,6	-9,2	9.699	8.432	3,3	-13,1	0,33	0,32
Medio Oriente	31.410	31.311	17,3	-0,3	9.368	9.666	3,7	3,2	0,3	0,31
Asia centrale	9.684	10.134	5,6	4,6	1.876	1.814	0,7	-3,3	0,19	0,18
Asia orientale	34.815	34.780	19,2	-0,1	17.652	17.736	6,8	0,5	0,51	0,51
Oceania e altri territori	15.785	15.898	8,8	0,7	2.634	2.919	1,1	10,8	0,17	0,18

(a) Gli operatori presenti su più aree sono conteggiati più volte
(b) Dati provvisori

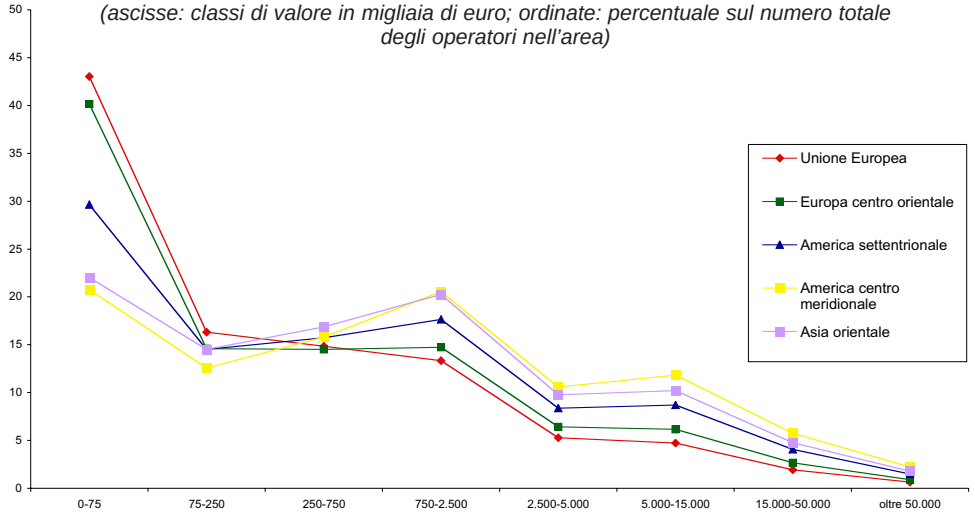
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.5

operatori, +2,5% per i valori) poneva in luce possibili trasformazioni all'interno dell'internazionalizzazione commerciale, il 2002 riconduce a una concordanza sui dati aggregati. La colonna relativa ai ricavi medi mette in evidenza il contributo delle singole aree alla diminuzione del valore medio totale. Oltre che considerazioni sul grado di sviluppo economico delle aree e quindi di attrattività per i grandi esportatori, i dati suggeriscono una correlazione positiva fra questa variabile e la quota sul totale delle esportazioni, evidenziando come ricavi medi più ampi siano più probabili in quelle aree dove maggiori sono i volumi esportati.

Passando a un più elevato grado di dettaglio, la scomposizione percentuale per classi di valore degli esportatori nelle aree presenta una relazione similare fra numerosità degli operatori e classi di fatturato estero. Le differenze puntuali sottolineano d'altronde l'interazione fra internazionalizzazione e costi d'entrata.

DISTRIBUZIONE DEGLI OPERATORI PRESENTI IN OGNI AREA PER CLASSI DI FATTURATO ESTERO
(ascisse: classi di valore in migliaia di euro; ordinate: percentuale sul numero totale degli operatori nell'area)



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Grafico 8.2

Il grafico mostra come la prossimità geografica, l'accessibilità di risorse informative relative al mercato di destinazione, la vicinanza culturale siano i presupposti per un'internazionalizzazione diffusa anche fra i piccoli esportatori. L'andamento evidenziato dall'Unione Europea e all'Europa centro orientale mostra una percentuale relativa ai piccoli esportatori particolarmente elevata; gli elementi di vicinanza appena citati sembrano infatti tradursi in minori costi d'entrata, rendendo i mercati accessibili a un più vasto numero di operatori, anche di dimensioni ridotte.

Trasponendo l'analisi a livello regionale si evidenziano invece le caratteristiche peculiari del modello esportativo per aree di provenienza degli operatori. La Lombardia è la sede del maggior numero di esportatori, a ribadire anche in questi termini il primato già evidenziato per i valori esportati. Le regioni del Nord nel loro insieme costituiscono la sede di quasi il 70% degli esportatori totali. Questo dato è trasversale alle classi di valori ed enfatizza il dualismo fra Nord e Sud del paese anche relativamente alle esportazioni. L'ultima colonna confronta la quota degli esportatori regionali con la quota della regione sul totale delle imprese attive[6], segnalando per le regioni del Sud una minore propensione all'internazionalizzazione commerciale. Fra le interpretazioni possibili, le più immediate sono legate all'identificazione del binomio esportazioni-competitività, alla maggiore distanza dai mercati europei e alla minor presenza nel Mezzogiorno di distretti industriali, tradizionalmente più orientati all'esportazione. Oltre a ciò, questa minore vocazione all'esportazione va comunque considerata anche sulla base del modello di specializzazione settoriale dell'area. I modelli di specializzazione delle regioni sono infatti importanti per coglierne la proiezione internazionale, poiché settori diversi presentano strutturalmente vocazioni diverse all'internazionalizzazione. È probabile che il caso del Mezzogiorno, caratterizzato da settori più orientati alla domanda interna, sia in parte interpretabile anche secondo questa direzione.

La scomposizione per classi di valore all'interno delle singole regioni segnala una netta prevalenza degli esportatori di piccola taglia all'interno di tutte le regioni, in particolare per quelle del Mezzogiorno. Questa caratteristica si spiega in ragione della specializzazione dell'area meridionale, più intensa in settori come l'agroalimentare, contraddistinti strutturalmente da un'elevata frammentazione dell'offerta.

La variabilità evidenziata a livello settoriale enfatizza il ruolo cruciale ricoperto da questa dimensione nel discutere l'internazionalizzazione. Nell'insieme i dati evidenziano una sostanziale corrispondenza fra i valori esportati e numerosità relativa degli operatori. Le eccezioni più rilevanti riguardano i settori dove gli effetti di scala e tecnologici implicano strutturalmente la presenza di un ridotto numero di imprese anche dal punto di vista produttivo nazionale.

In linea con le conclusioni finora evidenziate il ricavo medio all'export appare più elevato dove inferiore è la presenza dei piccoli esportatori. L'eccezione rappresentata dai mezzi di trasporto va infatti analizzata secondo le note caratteristiche del

[6] Questo indicatore è costruito mettendo a rapporto la quota relativa rispetto al totale degli esportatori regionali, sulla quota relativa rispetto al totale delle imprese attive. I dati sulle imprese attive sono stati ottenuti attraverso l'elaborazione dei dati provvisori del censimento dell'Industria e dei Servizi 2001 di fonte ISTAT.

OPERATORI PER CLASSI DI FATTURATO ESTERO E REGIONE PREVALENTE

(classi di valore in migliaia di euro)

	0-75	75-250	250-750	750-2500	2500-5000	5000-15000	15000-50000	oltre 50000	Totale	%	Propensione relativa all'esportazione(b)
Italia Nord-Occidentale	40.443	9.961	7.688	6.339	2.341	2.080	862	285	70.063	38,8	
Piemonte	8.713	2.086	1.518	1.286	485	490	206	85	14.869	8,2	1,0
Valle d'Aosta	267	35	22	34 (a)	….	….	….	….	358	0,2	0,8
Lombardia	28.108	7.272	5.796	4.777	1.752	1.536	656	200	50.097	27,7	1,7
Liguria	3.355	568	352	276	104	54	30 (a)	….	4.739	2,6	1,0
Italia Nord-Orientale	30.067	7.353	5.838	4.943	1.934	1.772	766	224	52.897	29,3	
Trentino-Alto-Adige	2.879	474	343	274	100	105	49	14	4.238	2,3	1,3
Veneto	13.187	3.486	2.787	2.306	902	845	337	100	23.950	13,2	1,4
Friuli-Venezia Giulia	3.786	796	674	539	227	179	68	25	6.294	3,5	1,6
Emilia-Romagna	10.215	2.597	2.034	1.824	705	643	312	85	18.415	10,2	1,2
Italia Centrale	20.907	4.892	3.750	2.917	1.154	918	250	95	34.910	19,3	
Toscana	11.106	2.792	2.217	1.783	710	545	146	44	19.343	10,7	1,3
Umbria	1.404	245	215	124	48	60	27 (a)	….	2.123	1,2	0,7
Marche	3.563	1.008	810	601	261	206	54	16	6.519	3,6	1,1
Lazio	4.834	847	508	409	135	107	50	35	6.925	3,8	0,5
Italia Meridionale	11.941	2.368	1.651	1.110	326	264	107	44	17.953	9,9	
Abruzzo	1.479	321	223	196	66	72	35	15	2.407	1,3	0,6
Molise	215	30	17	38 (a)	….	….	….	….	300	0,2	0,3
Campania	5.553	1.143	773	506	144	122	47	13	8.301	4,6	0,6
Puglia	3.753	709	558	408	116	70	25	16	5.655	3,1	0,5
Basilicata	241	41	29	49 (a)	….	….	….	….	360	0,2	0,2
Calabria	700	124	51	55 (a)	….	….	….	0	930	0,5	0,2
Italia Insulare	3.563	583	369	232	75	0	0	11	4.959	2,7	
Sicilia	2.789	459	305	232	75	49 (a)	….	11	3.920	2,2	0,3
Sardegna	774	124	64	56 (a)	….	21 (a)	….	….	1.039	0,6	0,2
Province non identificate	7	6	0	0	0	0	0	0	13		
Totale	**106.928**	**25.163**	**19.296**	**15.773**	**5.830**	**5.104**	**2.042**	**659**	**180.795**	**100**	**1**

(a) Comprende anche gli operatori delle classi superiori di fatturato estero oscurate ai sensi della normativa sul segreto statistico.
(b) Rapporto tra le quote regionali sugli esportatori e sulle imprese attive.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.6

OPERATORI E RELATIVE ESPORTAZIONI PER SETTORE PREVALENTE

(valori e ricavo medio in milioni di euro)

	Operatori	%	Valori	%	Ricavo Medio
Prodotti dell'agricoltura, dell'allevamento e della pesca	3.947	2,18	3.930	1,6	1
Prodotti dell'industria estrattiva	672	0,37	497	0,2	0,74
Alimentari, bevande e tabacco	10.481	5,8	14.280	5,9	1,36
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	18.077	10,0	24.992	10,3	1,38
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	8.821	4,88	11.936	4,9	1,35
Prodotti in legno e sughero	2.512	1,39	1.213	0,5	0,48
Prodotti in carta, stampa ed editoria	4.539	2,51	5.270	2,2	1,16
Prodotti petroliferi raffinati	172	0,1	4.163	1,7	24,2
Prodotti chimici e farmaceutici	6.265	3,47	25.264	10,4	4,03
Prodotti in gomma e plastica	5.970	3,3	8.169	3,4	1,37
Vetro ceramica e materiali non metallici	8.300	4,59	8.370	3,5	1,01
Metalli e prodotti in metallo	12.440	6,88	18.794	7,8	1,51
Macchine e apparecchi meccanici	27.304	15,1	48.518	20,0	1,78
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	13.408	7,42	21.664	8,9	1,62
Mezzi di trasporto	10.066	5,57	28.896	11,9	2,87
Altri manufatti	15.915	8,8	14.898	6,2	0,94
Altri prodotti	31.906	17,7	1.366	0,6	0,04
Totale	**180.795**	**100**	**242.220**	**100**	**1,34**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.7

OPERATORI PER SETTORE PREVALENTE: COMPOSIZIONE PER CLASSI DI FATTURATO ESTERO
(valori percentuali, classi di valore in migliaia di euro, totale per riga 100)

	0-75	75-250	250-750	750-2500	2500-5000	5000-15000	15000-50000	oltre 50000
Prodotti dell'agricoltura, dell'allevamento e della pesca	38,7	19,8	17,6	14,5	5,1	3,4	0,9(a)	
Prodotti dell'industria estrattiva	53,9	20,1	11,0	10,3	4,8(a)			
Alimentari, bevande e tabacco	50,6	18,0	12,5	10	3,6	3,5	1,4	0,3
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	48,1	16,1	14,1	11,9	4,2	4,0	1,3	0,3
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	45,3	15,7	14,9	12,9	5,3	4,3	1,2	0,4
Prodotti in legno e sughero	61,8	15,1	10,3	7,8	2,9	2,1(a)		
Prodotti in carta, stampa ed editoria	62,0	14,4	9,4	7,4	2,8	2,6	1,0	0,4
Prodotti petroliferi raffinati	44,2	17,4	14,0	24,4(a)				
Prodotti chimici e farmaceutici	46,4	16,1	12,6	11,5	4,5	4,6	2,6	1,7
Prodotti in gomma e plastica	51,2	15,6	13,0	10,2	4,3	3,8	1,5	0,5
Vetro ceramica e materiali non metallici	56,9	15,5	11,7	9,2	2,9	2,4	1,2	0,2
Metalli e prodotti in metallo	51,3	15,9	12,8	10,6	3,9	3,5	1,6	0,5
Macchine e apparecchi meccanici	49,7	15,4	13,2	11,3	4,3	3,9	1,7	0,5
Prodotti ICT, apparecchi elettrici e di precisione	53,6	15,7	12,4	9,7	3,7	3,0	1,4	0,5
Mezzi di trasporto	68,4	10,3	7,8	6,2	2,6	2,7	1,3	0,7
Altri manufatti	55,0	15,4	12,1	10	3,7	2,7	0,9	0,2
Altri prodotti	91,3	6,3	1,7	0,5	0,1	0,1(a)		
Totale	**59,1**	**13,9**	**10,7**	**8,7**	**3,2**	**2,8**	**1,1**	**0,4**

(a) Comprende anche gli operatori delle classi superiori di fatturato estero oscurate ai sensi della normativa sul segreto statistico
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.8

modello italiano in questo settore, dove l'alto valore del ricavo medio è attribuibile alle fasce più alte. In questo stesso settore la presenza superiore alla media degli esportatori appartenenti alla classe più bassa di valore mette in luce l'importanza della presenza di un'impresa leader nelle dinamiche di internazionalizzazione. Il ruolo trainante di quest'ultima è infatti il presupposto per la crescita internazionale anche di imprese di ridotte dimensioni, che autonomamente non sarebbero in grado di affrontare i costi dell'internazionalizzazione. La possibilità offerta alle piccole imprese è infatti quella di esplorare i mercati esteri attraverso le strutture degli abituali clienti nazionali o godendo di esternalità da questi generate.

Il grado di stabilità nel tempo degli esportatori aiuta a comprendere quanto le dinamiche estere siano un fenomeno radicato per le imprese italiane. La proporzione dei nuovi entranti per il 2002 illustra la natura altamente flessibile delle esportazioni. Tale informazione segnala, da un lato, la reattività nel cogliere le opportunità dei mercati esteri anche a fronte della flessione descritta dei valori esportati, dall'altro, la relativa incapacità di rendere l'esportazione un fatto strutturale nella vita dell'impresa. La quota relativa ai nuovi entranti confrontata con il valore del 2001 (17,3 %) segnala una flessione. Dal momento che questa riduzione implica per costruzione un aumento degli esportatori più stabili, l'informazione può essere interpretata alla luce della presenza di costi irrecuperabili[7] nel fenomeno esportativo. L'esistenza di questo genere di costi, pone infatti le imprese su posizioni diverse a seconda che l'esporta-

[7] Per costi non recuperabili si intende l'investimento una tantum, che l'impresa deve effettuare per l'ingresso sul mercato estero. Esempi chiarificatori possono essere i costi legati alle autorizzazioni necessarie per operare nei paesi esteri, il reperimento delle informazioni sugli stessi o la creazione di un canale di distribuzione attraverso operatori locali.

OPERATORI 2002 PER CLASSI DI FATTURATO ESTERO: ANNI DI ATTIVITA' 1995-2002
(classi di valore in migliaia di euro)

	0-75	75-250	250-750	750-2500	2500-5000	5000-15000	15000-50000	oltre 50000	Totale
					NUMERO				
1	26.275	2.044	920	417	119	86	38	14	**29.913**
2	15.233	2.239	1.374	820	239	209	112	37	**20.263**
3	11.625	2.098	1.262	819	265	180	89	50	**16.388**
4	9.510	1.872	1.169	772	204	180	96	39	**13.842**
5	8.335	1.891	1.121	763	232	166	94	43	**12.645**
6	7.645	1.880	1.206	816	221	187	58	35	**12.048**
7	8.221	1.987	1.282	860	244	186	71	29	**12.880**
8	20.084	11.152	10.962	10.430	4.340	3.913	1.501	434	**62.816**
Totale	**106.928**	**25.163**	**19.296**	**15.697**	**5.864**	**5.107**	**2.059**	**681**	**180.795**
					COMPOSIZIONE PERCENTUALE				
1	24,6	8,1	4,8	2,7	2,0	1,7	1,8	2,1	**16,5**
2	14,2	8,9	7,1	5,2	4,1	4,1	5,4	5,4	**11,2**
3	10,9	8,3	6,5	5,2	4,5	3,5	4,3	7,3	**9,1**
4	8,9	7,4	6,1	4,9	3,5	3,5	4,7	5,7	**7,7**
5	7,8	7,5	5,8	4,9	4,0	3,3	4,6	6,3	**7,0**
6	7,1	7,5	6,3	5,2	3,8	3,7	2,8	5,1	**6,7**
7	7,7	7,9	6,6	5,5	4,2	3,6	3,4	4,3	**7,1**
8	18,8	44,3	56,8	66,4	74,0	76,6	72,9	63,7	**34,7**
Totale	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.9

zione debba avvenire o meno per la prima volta. Per l'impresa già presente sui mercati esteri essi costituiscono un incentivo alla permanenza, a fronte di un investimento già effettuato e non recuperabile con l'abbandono del mercato. Per quella di nuova entrata il costo fisso ha invece natura incrementale rispetto a quelli variabili derivanti dall'esportazione; rappresentando in concreto un disincentivo. La congiuntura negativa delle esportazioni italiane nel 2002 sembra avere ribadito questo dualismo fra nuovi entranti e operatori già insediati, spiegando la diminuzione dei primi con la mancata esigenza di mantenere investimenti già effettuati nei periodi precedenti. L'analisi per classe di valore esportato evidenzia generalmente un progressivo aumento della stabilità all'aumento del fatturato. È intuibile come questa caratteristica dipenda anche dalla capacità di assorbire all'interno della struttura gli shock derivanti dal ciclo economico e dall'andamento dei prezzi sui mercati internazionali.

Se la quota relativa ai nuovi entranti particolarmente elevata per la prima classe di valore, è in un certo senso fisiologico, la permanenza su valori minimi per l'intero periodo di oltre il 10% degli operatori permette di comprendere meglio la natura degli esportatori italiani. La permanenza degli esportatori di piccola dimensione sull'intero arco temporale segnala l'impossibilità di una crescita progressiva nei fatturati, quasi a evidenziare un vincolo d'offerta, probabilmente dovuto alle ridotte dimensioni della quasi totalità delle imprese italiane.

Dai dati sul numero di mercati serviti dagli esportatori italiani si ha conferma della prevalenza di forme di internazionalizzazione non articolate. Le vendite all'estero non sembrano per la maggior parte degli operatori interessare un ampio numero di mercati contemporaneamente. I dati segnalano la tendenza della quasi maggioranza degli esportatori italiani a limitare la loro apertura commerciale a un unico paese. In termini di crescita questo dato comporta il mancato sfruttamento delle economie di apprendimento, ossia la possibilità di trasferire in più mercati le conoscen-

OPERATORI PER CLASSI DI FATTURATO ESTERO: NUMERO DI MERCATI SERVITI
(classi di valore in migliaia di euro)

	0-75	75-250	250-750	750-2500	2500-5000	5000-15000	15000-50000	oltre 50000	Totale
1	70.848	5.558	2.249	880	134	79	25 (a)	,,,,	**79.773**
2	18.611	4.118	1.919	845	172	76	28 (a)	,,,,	**25.769**
3-5	14.063	7.823	4.743	2.502	534	271	52	12	**30.000**
6-10	3.141	5.465	4.973	3.453	989	578	127	23	**18.749**
11-15	241	1.702	2.963	2.713	906	582	153	26	**9.286**
16-25	24	485	2.106	3.456	1.499	1.179	352	85	**9.186**
26-40	0	12	332	1.629	1.249	1.438	532	128	**5.320**
oltre 40	0	0	11	219	381	904	800	397	**2.712**
Totale	**106.928**	**25.163**	**19.296**	**15.697**	**5.864**	**5.107**	**2.069**	**671**	**180.795**

(a) Comprende anche gli operatori delle classi superiori di fatturato estero oscurate ai sensi della normativa sul segreto statistico
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.10

ze accumulate nella penetrazione commerciale di un paese. A ciò si affianca l'impossibilità attraverso la diversificazione di assorbire gli shock asimmetrici del mercato di specializzazione. Questa indicazione rafforza quanto sostenuto circa l'elevata volatilità del numero degli esportatori, in particolare per quelli di dimensioni ridotte: la quota delle aziende plurimercato cresce infatti progressivamente al crescere del fatturato.

I dati cumulati per il periodo 1995-2002 mettono tuttavia in luce un progressivo seppur lento aumento della diversificazione[8]. In mancanza di parametri di confronto, pur apprezzando lo sforzo all'allargamento internazionale, si può comunque sottolineare una dinamica lenta e un valore ancora ridotto del dato assoluto, soprattutto in considerazione del ruolo primario dell'Italia nell'interscambio mondiale. La ragione di tale lentezza è probabilmente imputabile ai già citati vincoli d'offerta.

NUMERO MEDIO DI MERCATI ALL'ESPORTAZIONE

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002(a)
Numero medio di mercati	4,8	4,9	5,1	5,1	5,1	5,2	5,2	5,3

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 8.11

[8] L'indicatore è costruito attraverso una media ponderata per il numero degli operatori, del numero di mercati serviti. Ai sensi della normativa sul segreto statistico non sono presi in considerazione gli operatori che esportano in più di 60 paesi. Questa metodologia pur distorcendo verso il basso il valore effettivo è ritenuta non pregiudicare la bontà dell'indicatore: per il 2002 ad esempio i 629 operatori esclusi rappresentano solo lo 0,3% del totale.

8.3 INTERNAZIONALIZZAZIONE PRODUTTIVA

Accanto al ruolo delle nuove tecnologie, elemento cruciale per la crescita sperimentata a livello mondiale dall'impresa transnazionale è stato il mutato atteggiamento dei paesi e delle loro istituzioni verso questo fenomeno. Se ancora negli anni ottanta l'investimento estero era percepito come strumento di colonizzazione economica, se in entrata, e una sorta di tradimento nazionale, se in uscita, oggi il clima è ben più favorevole. A strumenti come il controllo sui capitali e i vincoli sulla proprietà estera delle imprese, si sono sostituti in tempi più recenti articolati sistemi di incentivazione. Per il paese destinatario, sono stati messi in luce i benefici derivanti dalla internazionalizzazione, costituiti in primo luogo dalle opportunità di trasferimento e di sviluppo di nuove tecnologie e tecniche manageriali. Le esternalità come gli effetti di imitazione e apprendimento prodotti dalle imprese multinazionali consentono anche ai produttori locali di migliorare i propri livelli di efficienza e di aumentare in generale la competitività. La presenza di partecipazioni dall'estero, generalmente più orientate all'efficienza, facilita poi l'erosione delle rendite da oligopolio dei produttori locali, aumentando in definitiva il benessere nazionale attraverso lo stimolo esercitato sulle imprese nazionali.

Anche per l'internazionalizzazione produttiva in uscita sono stati evidenziati aspetti positivi fondamentali per il paese investitore, giustificando l'approccio favorevole verso questo fenomeno. È stato sottolineato un effetto cosiddetto di spiazzamento competitivo. La letteratura economica ha infatti evidenziato per i paesi beneficiari degli investimenti, un aumento dei volumi importati riconducibili al paese originario. Questo tendenza, diretta o indiretta a seconda che l'aumento si verifichi per la singola impresa o a livello aggregato, costituisce comunque il presupposto per il miglioramento della posizione del paese investitore nell'ambito del commercio internazionale.

Nel fenomeno dell'internazionalizzazione esiste un effetto immagine per il paese investitore. Oltre a tecnologie e sistemi di produzione vengono trasferite competenze, valori e culture imprenditoriali che migliorano la percezione all'estero del paese.

Una ragione ulteriore è legata al costo opportunità derivante dalla mancata frammentazione produttiva. Sia nel caso l'internazionalizzazione risponda a esigenze determinate dall'efficienza produttiva, che nel caso di strategie *market-oriented* finalizzate alla prossimità con il consumatore finale, per molte imprese la salvaguardia delle posizioni di mercato non può oggi prescindere dall'insediamento all'estero. L'aumento della competizione internazionale sui prezzi, come la crucialità di essere *insider* nei mercati di destinazione determinano entrambe la necessità di un superamento nella modalità di internazionalizzazione: da commerciale a produttiva. Indipendentemente dalla finalità perseguita gli investimenti esteri costituiscono quindi uno a strumento per la sopravvivenza dell'impresa stessa, all'estero come nelle economie domestiche.

Rispetto ai fenomeni di internazionalizzazione produttiva l'Italia presenta ancora un ruolo marginale se paragonato al protagonismo del paese nell'ambito del commercio mondiale. I livelli degli investimenti esteri in percentuale del PIL descrivono l'Italia assimilabile a paesi di scarsa rilevanza negli scenari internazionali più che ai tradizionali concorrenti europei, in particolare Francia e Germania.

Tale specificità è tradizionalmente attribuita in primo luogo a un problema dimensionale: circa il 90% delle imprese attive è costituito da aziende al di sotto della soglia di 10 dipendenti. La teoria dell'internazionalizzazione ha inoltre sottolineato come gli investimenti esteri siano strategici nei settori che presentino un vantaggio dalla vicinanza al consumatore finale. L'importanza dei settori dove è proprio il *made in Italy* la fonte del vantaggio competitivo, giustifica in parte la bassa proiezione internazionale delle imprese. A questa argomentazione si raccordano ulteriori considerazioni sulla specializzazione settoriale: più intensa nei settori a tecnologia intermedia, minore nei servizi e nell'alta tecnologia, motori questi ultimi del fenomeno multinazionale negli anni più recenti.

Elemento interessante è poi la presa in considerazione dell'elemento distrettuale di molte realtà produttive italiane. In linea di principio, questa caratteristica sembra infatti essere in contrasto con la teoria dell'internazionalizzazione produttiva. Le economie di prossimità su cui si fonda la competitività del distretto sono alternative a una crescita imperniata sull'insediamento all'estero. Analisi recenti riscontrano che l'avanguardia competitiva evidenziata dai distretti industriali nel panorama italiano, non si mantiene necessariamente sotto il profilo degli investimenti produttivi esteri, se non subordinatamente alla presenza in essi di grandi imprese, in grado di guidare l'internazionalizzazione dell'area[9].

Internazionalizzazione Attiva

L'evoluzione nel tempo dei flussi di investimento dà un'idea del carattere peculiare del fenomeno per l'Italia.

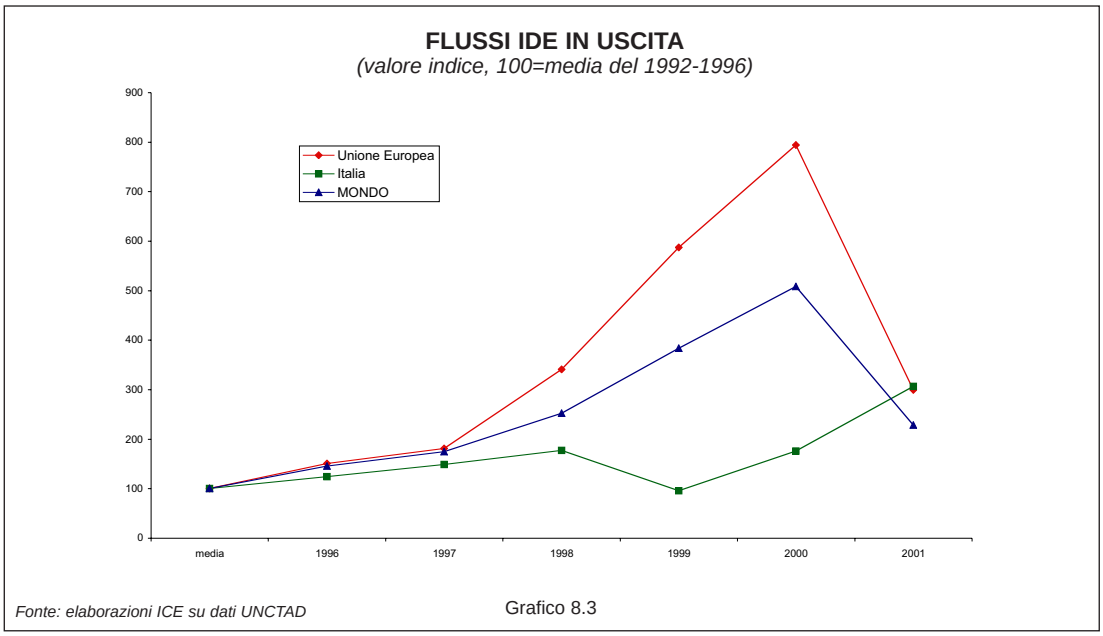


Grafico 8.3

[9] Nell'ambito della "Conferenza Nazionale: Internazionalizzazione dei Distretti Industriali", S. Federico discute la relazione fra investimenti esteri e sistemi distrettuali in "Italy's Industrial Districts and Outward Foreign Investment".

Fatta 100 la media dei flussi fra il 1992 e il 1995 appare come gli investimenti in uscita abbiano evidenziato andamenti divergenti rispetto agli aggregati internazionali di confronto. Questa atipicità si giustifica innanzitutto con il ritardo con cui è stata intrapresa l'internazionalizzazione. È probabile che la lontananza da un ipotetico valore di equilibrio abbia permesso di assorbire quei fattori di breve periodo, quale ciclo economico e sentore dei mercati finanziari, che hanno invece influenzato più decisamente gli scenari internazionali.

L'analisi dei soli flussi valutari non consente tuttavia di dare una visione complessiva del fenomeno. Nel corso degli anni novanta si è verificato quello che è stato definito un vero e proprio inseguimento multinazionale, con un aumento della partecipazioni estere dei piccoli investitori. È probabile che la flessione della grande industria, motore dell'internazionalizzazione nel periodo precedente, abbia spinto verso il basso il dato aggregato, nascondendo quindi la crescita sostenuta di molte iniziative di piccolo calibro.

Inoltre è ipotizzabile che il processo di armonizzazione nei sistemi del credito tenda ad attribuire ai trasferimenti valutari sempre minore rilevanza nel documentare il fenomeno dell'internazionalizzazione. Solo una parte del capitale nelle imprese estere è infatti finanziato tramite movimenti registrati dalla bilancia dei pagamenti, essendo possibile reperire risorse finanziarie sui mercati locali di insediamento. L'attivismo del settore bancario italiano nei paesi dell'Europa centro orientale è indice della rilevanza di questa argomentazione[10].

Il quadro generale delle partecipazioni è innanzitutto utile per cogliere gli elementi distintivi fra modalità attiva e passiva di internazionalizzazione della produzione. È da sottolineare che il saldo attivo fra le partecipazioni in uscita e quelle in entrata sia un risultato che si è consolidato nel tempo in ragione di un'espansione multinazionale delle imprese italiane superiore a quella delle partecipazioni in entrata. A

PARTECIPAZIONI ITALIANE ALL'ESTERO ED ESTERE IN ITALIA

	Partecipazioni italiane all'estero (a) Valore	%	Partecipazioni estere in Italia (b) Valore	%	(a)/(b)
			TOTALE		
Imprese investitrici (N.)	4.993	100	2.906	100	1,72
Imprese partecipate (N.)	13.263	100	5.421	100	2,45
Addetti (N.)	1.069.531	100	882.429	100	1,21
Fatturato (milioni euro)	265.396	100	324.488	100	0,82
			PARTECIPAZIONI DI CONTROLLO		
Imprese investitrici (N.)	4.038	80,9	2.724	93,7	1,48
Imprese partecipate (N.)	10.991	82,9	4.991	92,1	2,2
Addetti (N.)	829.083	77,5	744.121	84,3	1,11
Fatturato (milioni euro)	206.797	77,9	276.071	85,1	0,75

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.12

[10] Il quaderno di Ricerca ICE: Mariotti, Piscitello "Le Banche Italiane all'Estero: Forme e Determinanti" segnala come tra la fine degli anni '90 e l'inizio del nuovo millennio, i paesi dell'Europa centro orientale sono stati destinatari di circa il 30% delle sussidiarie estere totali.

metà degli anni ottanta il rapporto fra numero di addetti delle imprese estere partecipate e imprese estere in Italia presentava ancora un valore inferiore a 0,5.

Le differenze nel rapporto fra partecipazioni in uscita ed entrata a seconda della variabile di osservazione danno conferma per l'Italia di un'internazionalizzazione diffusa anche per imprese di dimensioni ridotte. Il contenimento generalizzato del saldo per le sole partecipazioni di controllo è generalmente interpretato con un maggiore spessore strategico ricoperto dalle partecipazioni estere in Italia.

Tale caratteristica è andata tuttavia riducendosi nel tempo. Per il solo settore disponibile per un'analisi di lungo periodo, il manifatturiero, la crescita delle partecipazioni di controllo appare infatti decisamente superiore alla crescita totale.

PARTECIPAZIONI ITALIANE ALL'ESTERO: INDUSTRIA MANIFATTURIERA

	Partecipazioni di controllo		Totale partecipazioni	
	N.	Indice	N.	Indice
		IMPRESE PARTECIPATE		
al 1.1.1986	442	100,0	697	100,0
al 1.1.1991	925	209,3	1.289	185,0
al 1.1.1996	2.119	479,5	2.827	405,6
al 1.1.2000	3.377	764,0	4.406	632,1
al 1.1.2001	3.658	827,6	4.730	678,6
al 1.1.2002	3.914	885,5	5.047	724,1
		ADDETTI		
al 1.1.1986	152.010	100,0	244.188	100,0
al 1.1.1991	354.520	233,2	517.796	212,0
al 1.1.1996	468.697	308,3	655.039	268,3
al 1.1.2000	584.958	384,8	757.811	310,3
al 1.1.2001	633.172	416,5	808.257	331,0
al 1.1.2002	672.150	442,2	851.281	348,6

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.13

L'assunzione del controllo dimostra la progressiva maturità raggiunta dal fenomeno dell'internazionalizzazione produttiva per le imprese italiane e testimonia la centralità strategica assunta dalle attività estere partecipate. La maggiore rilevanza delle partecipazioni di controllo si raccorda inoltre all'evoluzione degli scenari geografici su cui si realizzano gli investimenti esteri. Nei paesi vicini e in quelli assimilabili per grado di sviluppo anche una partecipazione minoritaria è probabile garantisca coerenza con la più generale attività d'impresa. Nel caso invece gli investimenti si orientino verso paesi caratterizzati da differenze più profonde, il controllo dell'attività è il presupposto per lo sfruttamento dei vantaggi da localizzazione alla base dell'internazionalizzazione. L'evoluzione geografica relativa al settore manifatturiero conferma l'idea di un aumento del controllo basato su un aumento della diversificazione verso aree di più complessa gestione.

L'andamento è coerente sia per numero di iniziative che per addetti impiegati dalle partecipate estere. Come già sottolineato nei capitoli precedenti del rapporto, l'Unione Europea, pur ridimensionando il suo peso in termini di imprese, continua a essere la principale area di attrazione per gli investimenti produttivi italiani. A fronte di una crescita generalizzata, i tassi di variazione per il periodo 1996-2002 illustrano

PARTECIPAZIONI ITALIANE ALL'ESTERO PER DESTINAZIONE GEOGRAFICA: INDUSTRIA MANIFATTURIERA

	1.1.1986		1.1.1996		1.1.2002		Variazione 1996-2002
	N.	%	N.	%	N.	%	%
			IMPRESE PARTECIPATE				
Europa occidentale	331	47,5	1.182	41,8	1.811	35,9	53,2
Europa centro-orientale	4	0,6	588	20,8	1.229	24,4	109,0
Africa	71	10,2	307	10,9	559	11,1	82,1
Nord America	101	14,5	232	8,2	406	8,0	75,0
America Latina	135	19,4	266	9,4	452	9,0	69,9
Asia	47	6,7	232	8,2	552	10,9	137,9
Oceania	8	1,1	20	0,7	38	0,8	90,0
Totale	**697**	**100**	**2.827**	**100**	**5.047**	**100**	**78,5**
			ADDETTI IMPRESE PARTECIPATE				
Europa occidentale	94.526	38,8	238.456	39,2	337.055	39,6	41,3
Europa centro-orientale	2.100	0,9	108.926	17,9	156.409	18,4	43,6
Africa	26.324	10,8	33.730	5,5	68.309	8,0	102,5
Nord America	22.996	9,4	54.985	9,0	79.029	9,3	43,7
America Latina	75.396	30,9	95.719	15,7	108.855	12,8	13,7
Asia	21.298	8,7	74.189	12,2	93.032	10,9	25,4
Oceania	1.010	0,4	1.794	0,3	8.592	1,0	378,9
Totale	**243.650**	**100**	**607.799**	**100**	**851.281**	**100**	**40,1**

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.14

le peculiarità di questa dinamica. In particolare, ponderando i tassi di crescita per il numero assoluto delle iniziative, i casi più significativi appaiono l'Africa (con particolare riferimento all'area del Mediterraneo) e l'Europa centro orientale, passata da un ruolo più che marginale negli anni ottanta a secondo polo d'attrazione degli investimenti italiani. Come argomentato nell'introduzione del capitolo la crescita dell'interscambio commerciale dell'Italia con quest'area può essere certamente interpretata dall'andamento dei flussi di perfezionamento fra le imprese partecipate e la casa madre.

Ulteriore spunto d'interesse legato all'analisi geografica risiede nel confronto fra composizione percentuale per imprese e per addetti. Una differenza positiva indica infatti una maggiore concentrazione di imprese con dimensioni ridotte. Coerentemente con il sentimento diffuso, questi differenziali sono particolarmente accentuati in negativo per l' America Latina, dove l'internazionalizzazione è portata avanti prevalentemente da grandi e medio-grandi investitori, in positivo per l'Europa centro orientale, dove la vicinanza geografica e la specializzazione settoriale favoriscono la diffusione di imprese piccole e medie.

La composizione settoriale delle partecipazioni estere rispecchia generalmente quella già presentata per le esportazioni. Questa analogia nella struttura fra investimenti diretti esteri ed esportazioni sembra evidenziare la capacità dei settori più coinvolti nel commercio estero di primeggiare anche sotto il profilo dell'internazionalizzazione produttiva. Per questi settori si segnala l'abilità di trasferire all'estero quelle competenze e quei sistemi imprenditoriali che già hanno contribuito nel tempo a determinare il ruolo primario dell'Italia nel commercio mondiale. Questa concordanza si spiega anche con il ruolo di stimolo all'efficienza esercitato dal commercio internazionale. La delocalizzazione produttiva è stata per molte aziende il presupposto per il mantenimento della competitività. È intuibile che le aziende italiane maggiormente coinvolte nelle dinamiche estere abbiano saputo cogliere meglio l'opportunità deli-

PARTECIPAZIONI ITALIANE ALL'ESTERO PER SETTORE: INDUSTRIA MANIFATTURIERA
(valori assoluti e percentuali, fatturato in milioni di euro)

	Controllo %	Imprese	Totale Addetti	Fatturato
Alimentari, bevande e tabacco	87,4	609	123.830	29.798
		12,1	14,5	19
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	78,4	784	93.977	7.217
		15,5	11	4,6
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	66,7	237	26.150	1.232
		4,7	3,1	0,8
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	75,9	145	10.877	935
		2,9	1,3	0,6
Prodotti in carta; stampa ed editoria	73,2	317	39.461	13.191
		6,3	4,6	8,4
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	50,9	53	11.683	6.187
		1,1	1,4	3,9
Prodotti chimici e farmaceutici	73,7	289	29.856	7.269
		5,7	3,5	4,6
Articoli in gomma e plastica	80,9	267	36.096	5.161
		5,3	4,2	3,3
Vetro, ceramica e materiali per l'edilizia	75	292	46.487	8.153
		5,8	5,5	5,2
Metalli e prodotti in metallo	77,2	430	71.512	10.941
		8,5	8,4	7
Macchine e apparecchi meccanici	78,8	657	115.555	19.872
		13	13,6	12,6
Macchine e apparecchi elettrici e di precisione	78,2	547	117.894	20.570
		10,8	13,8	13,1
Mezzi di trasporto	74,5	251	115.953	25.003
		5	13,6	15,9
Altre industrie manifatturiere	75,1	169	11.950	1.572
		3,3	1,4	1
Totale	77,6	5.047	851.281	157.101
		100	100	100

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.15

neata dalla frammentazione internazionale, aiutate dall'esperienza commerciale già acquisita sui mercati esteri.

Interpretando poi il controllo come indice di maturità e importanza strategica delle partecipazioni estere, i dati mostrano una percentuale superiore alla media nazionale proprio per quei settori maggiormente attivi sul fronte dell'internazionalizzazione produttiva.

Internazionalizzazione Passiva

Nell'introduzione di questo paragrafo è stato sottolineato come gli investimenti diretti provenienti dall'estero siano fondamentali nell'alimentare dinamiche competitive e quindi promuovere processi virtuosi anche all'interno del sistema produttivo nazionale. Nel caso italiano, un confronto basato sul valore aggiunto per addetto fra imprese domestiche e imprese a partecipazione estera sembra confermare questo aspetto. I maggiori divari di produttività si riscontrano nei settori dell'energia, gas e acqua e nei servizi professionali. Nel predominante settore manifatturiero il divario è allineato verso il basso, ma comunque positivo. I valori, visto il grado di aggregazione e le differenze imputabili a componenti settoriali, hanno principalmente valore segnaletico; pre-

CONFRONTO VALORE AGGIUNTO PER ADDETTO: DATI 1999
(valori in migliaia di euro)

	Partecipazioni estere in Italia	Differenza % su imprese domestiche >20 addetti
Industria estrattiva	92,6	-41,7
Industria manifatturiera	68,7	42,5
Energia elettrica, gas e acqua	274,8	120,5
Costruzioni	66,0	60,6
Commercio all'ingrosso (a)	88,8	103,2
Trasporti e comunicazioni (b)	85,4	65,5
Servizi professionali (c)	67,3	82,9
Totale	**72,4**	**47,5**

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.16

sentano d'altronde un'evidenza importante sul potenziale ruolo di stimolo giocato in Italia dalle imprese a partecipazione estera.

Nel discutere le evoluzioni delle partecipazioni in entrata è stato sottolineato il miglioramento nel tempo del saldo fra internazionalizzazione attiva e passiva. Questa dinamica seppur testimone di una crescita sostenuta dell'internazionalizzazione produttiva per le imprese italiane pone dubbi sulla capacità attrattiva del paese e le implicazioni derivanti da tale perdita relativamente al trasferimento e lo sviluppo di nuove competenze e tecnologie. L'evoluzione delle partecipazioni estere nel paese mostra sì una crescita generalizzata, ma con tassi non comparabili a quelli delle partecipazioni in uscita.

Queste informazioni si raccordano con le conclusioni dell'indagine OCSE sui modelli d'investimento diretto estero dei paesi aderenti all'organizzazione, che posizionano l'Italia al 25° posto nella capacità di attrarre capitali esteri[11].

TOTALE PARTECIPAZIONI ESTERE IN ITALIA
(fatturato e valore aggiunto in milioni di euro)

	Imprese	Addetti	Fatturato	Valore aggiunto
		1.1.2002		
Industria estrattiva	13	1.512	366	133
Industria manifatturiera	2.321	613.346	185.412	40.150
Energia elettrica, gas e acqua	40	5.409	3.868	1.417
Costruzioni	56	6.745	1.681	434
Commercio all'ingrosso	1.863	93.369	92.856	8.764
Logistica e trasporti	264	39.296	11.035	2.180
Servizi di informatica e telecomunicazioni	389	79.385	19.606	7.271
Altri servizi professionali	475	43.367	9.664	3.094
Totale	**5.421**	**882.429**	**324.488**	**63.444**
		1.1.2000		
Industria estrattiva	14	1.307	420	121
Industria manifatturiera	2.199	559.181	148.407	38.411
Energia elettrica, gas e acqua	29	1.772	1.168	487
Costruzioni	45	3.596	929	237
Commercio all'ingrosso	1.790	87.271	84.802	7.747
Logistica e trasporti	231	32.403	8.940	1.731
Servizi di informatica e telecomunicazioni	321	49.007	11.600	4.507
Altri servizi professionali	436	34.138	7.658	2.393
Totale	**5.065**	**768.675**	**263.924**	**55.634**

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.17

[11] L'indagine sottolinea in particolare la presenza di mercati del lavoro e dei prodotti troppo rigidi, che compensano il grado formalmente alto di apertura alla proprietà straniera nella regolamentazione degli investimenti diretti esteri.

Il capitolo 5 ha illustrato l'articolazione geografica delle partecipazioni estere in Italia, evidenziando un ruolo primario degli investitori appartenenti all'Unione Europea e più in generale all'intero continente.

Le partecipazioni estere in Italia sono caratterizzate da una maggiore percentuale di partecipazioni di controllo, evidenziando il maggiore spessore strategico delle iniziative. I casi isolati di paesi medio piccoli in cui questo valore appare particolarmente ridotto, è attribuibile in primo luogo al numero ristretto di iniziative e certamente alle implicazioni derivanti dalla loro natura di importanti centri di finanza internazionale.

Uno sguardo congiunto alla composizione percentuale rispetto alle tre variabili mette in evidenza la diversità dimensionale delle iniziative. Le differenze, pur presentandosi inferiori al caso delle partecipazioni in uscita, segnalano in particolare il caso degli investitori del Nord America, che aumentano la loro rilevanza a seconda della variabile di osservazione. Questa caratteristica è riconducibile alle differenze dimensionali riscontrabili anche internamente alle strutture produttive delle due principali aree (Unione Europea e Nord America), con riferimento particolare al ruolo dei settori con elevate economie di scala.

PARTECIPAZIONI ESTERE IN ITALIA PER PROVENIENZA DELL'INVESTITORE
(fatturato in milioni di euro)

	Controllo	Imprese		Addetti		Fatturato	
	%	N.	%	N.	%	N.	%
Unione Europea	91,3	3.273	60,4	497.443	56,4	173.444	53,5
Austria	95,0	80	1,5	8.760	1,0	2.578	0,8
Belgio	84,7	137	2,5	11.115	1,3	4.051	1,2
Danimarca	96,5	85	1,6	4.381	0,5	1.414	0,4
Finlandia	97,8	46	0,8	8.680	1,0	3.138	1,0
Francia	90,3	897	16,5	152.997	17,3	53.681	16,5
Germania	92,6	897	16,5	122.483	13,9	46.556	14,3
Irlanda	71,4	14	0,3	2.197	0,2	479	0,1
Lussemburgo	72,2	18	0,3	1.028	0,1	379	0,1
Paesi Bassi	91,2	353	6,5	48.641	5,5	18.637	5,7
Regno Unito	90,5	515	9,5	91.551	10,4	27.178	8,4
Spagna	88,5	61	1,1	5.192	0,6	2.651	0,8
Svezia	96,1	155	2,9	39.850	4,5	12.562	3,9
Europa centro orientale	92,0	25	0,5	578	0,1	507	0,2
Altri paesi europei	93,4	364	6,7	48.394	5,5	15.107	4,7
Liechtenstein	100,0	6	0,1	1.158	0,1	220	0,1
Norvegia	90,6	32	0,6	3.313	0,4	1.198	0,4
Svizzera	93,4	320	5,9	43.502	4,9	13.579	4,2
Africa	59,3	27	0,5	1.563	0,2	6.158	1,9
Libia	52,4	21	0,4	1.284	0,1	6.119	1,9
Nord America	94,7	1.347	24,8	287.177	32,5	104.707	32,3
Canada	92,9	28	0,5	8.185	0,9	3.370	1,0
Stati Uniti	94,7	1.319	24,3	278.992	31,6	101.337	31,2
America Latina	70,6	17	0,3	6.925	0,8	2.102	0,6
Argentina	60,0	10	0,2	4.921	0,6	1.537	0,5
Brasile	100,0	2	0,0	1.423	0,2	288	0,1
Asia	91,5	351	6,5	39.930	4,5	22.316	6,9
Cina	100,0	5	0,1	1.339	0,2	1.039	0,3
Giappone	91,9	248	4,6	28.590	3,2	14.267	4,4
India	100,0	8	0,1	884	0,1	226	0,1
Israele	100,0	16	0,3	1.281	0,1	364	0,1
Kuwait	81,8	22	0,4	2.210	0,3	3.998	1,2
Singapore	90,0	10	0,2	2.245	0,3	322	0,1
Thailandia	50,0	2	0,0	1.667	0,2	234	0,1
Oceania	88,2	17	0,3	419	0,0	150	0,0
Totale	**92,1**	**5.421**	**100**	**882.429**	**100**	**324.491**	**100**

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.18

La scomposizione settoriale per l'industria manifatturiera illustra infatti la peculiarità dell'internazionalizzazione produttiva a seconda dell'attività considerata. Rispetto alle partecipazioni in uscita la rilevanza per addetti e fatturato dei prodotti chimici e farmaceutici esemplifica in maniera compiuta la discordanza per macro-settori alla Pavitt proposta nel capitolo 6. È stato infatti evidenziato come il ruolo marginale dei settori basati sulla scienza sia espressione della specifica fragilità del sistema innovativo italiano, ponendo il paese in disaccordo con le caratteristiche dell'internazionalizzazione a livello mondiale, di cui le partecipazioni in entrata sono in qualche maniera espressione.

Interessante è invece la somiglianza nelle composizione relativa fra partecipazioni in entrata e in uscita del settore della meccanica. Relativamente all'internazionalizzazione produttiva in uscita, il ruolo centrale di questo settore ne testimoniava l'avanguardia nel cogliere le opportunità derivanti dagli scenari internazionali. Dal lato degli investimenti in entrata è possibile ipotizzare che proprio sulla base di tale competitività, il settore sia anche in grado di attrarre imprese estere, incentivate appunto dai primati di efficienza e dalle competenze già presenti sul territorio.

La maggiore competitività interpreta presumibilmente anche l'andamento crescente dei settori tradizionali, 12,4% del totale per numero di imprese. La rilevanza assunta da comparti a basso contenuto innovativo segnala tuttavia una debolezza del paese in settori maggiormente strategici, imponendo una riflessione nel lungo termine sulla sostenibilità e la qualità del modello di specializzazione italiano.

PARTECIPAZIONI ESTERE IN ITALIA:
INDUSTRIA MANIFATTURIERA
(valori assoluti e percentuali, fatturato in milioni di euro)

	Imprese (a)	Addetti (b)	Fatturato	(b)/(a)
Alimentari, bevande e tabacco	134	36.695	13.772	274
	5,8	6	7,4	
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	74	11.753	2.331	159
	3,2	1,9	1,3	
Calzature e prodotti in pelle e cuoio	24	3.210	1.056	134
	1	0,5	0,6	
Prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	5	193	33	39
	0,2	0	0	
Prodotti in carta; stampa ed editoria	150	25.003	7.384	167
	6,5	4,1	4	
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	29	7.068	12.814	244
	1,2	1,2	6,9	
Prodotti chimici e farmaceutici	376	97.880	37.194	260
	16,2	16	20,1	
Articoli in gomma e plastica	203	38.489	7.641	190
	8,7	6,3	4,1	
Vetro, ceramica e materiali per l'edilizia	113	27.633	5.613	245
	4,9	4,5	3	
Metalli e prodotti in metallo	262	53.381	13.361	204
	11,3	8,7	7,2	
Macchine e apparecchi meccanici	427	99.438	22.152	233
	18,4	16,2	11,9	
Macchine e apparecchi elettrici e di precisione	326	110.016	27.042	337
	14	17,9	14,6	
Mezzi di trasporto	141	94.431	32.764	670
	6,1	15,4	17,7	
Altre industrie manifatturiere	57	8.156	2.255	143
	2,5	1,3	1,2	
Totale	**2.321**	**613.346**	**185.412**	**264**
	100	**100**	**100**	

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT - Politecnico di Milano - R&P

Tavola 8.19

8.4 CASI AZIENDALI*

Bracco: internazionalizzazione della ricerca chiave del successo della multinazionale farmaceutica italiana

Il comparto farmaceutico italiano è largamente costituito da multinazionali straniere e da imprese italiane che sono state ormai acquistate da gruppi esteri. Esistono tuttavia società che sono rimaste a capitale italiano e che hanno intrapreso la via del potenziamento della ricerca e della internazionalizzazione con risultati molto soddisfacenti. Tra i nomi di spicco, la Bracco, società fondata a Milano nel 1927 dall'omonima famiglia, è ora *leader* mondiale in una nicchia altamente specializzata, quella delle soluzioni globali per la diagnostica ad immagini.

La Bracco è nata come azienda farmaceutica (Cebion e collirio Alfa sono i prodotti da banco più conosciuti), ma nei decenni l'azienda ha diversificato la produzione, ha intensificato il suo impegno nella ricerca innovativa e si è soprattutto specializzata negli agenti di contrasto per la diagnostica medica (*imaging diagnostico in vivo*). Questi prodotti sono utilizzati in radiografia, tomografia computerizzata, risonanza magnetica, medicina nucleare. Del Gruppo fanno parte anche una società cosmetica (Diana De Silva Cosmetiques S.p.A.) e la Fructamine S.p.A. che opera nel campo degli aromi alimentari.

Allo sviluppo della società ha fortemente contribuito l'avvio, a partire dalla fine degli anni ottanta, di un piano di internazionalizzazione tuttora in pieno svolgimento. Per realizzare al meglio questo sviluppo internazionale nel 1991 è stata creata a Lugano una società, Bracco International, dedicata specificamente alle attività di marketing internazionale.

Il bilancio consolidato del Gruppo Bracco mostra un fatturato 2001 pari a 1.054 milioni di euro, di cui il 64% conseguito sui mercati esteri. La società è presente in 115 Paesi ed impiega oltre 3500 operatori in tutto il mondo, dei quali più di 600 in ricerca, attività nella quale è stato investito nel 2001 il 16% del fatturato.

Il peso dell'Italia come mercato di sbocco si va progressivamente assottigliando, a vantaggio soprattutto degli Stati Uniti e Canada, che coprono il 29% del totale. Stabile la quota di vendite assorbite dagli altri paesi europei e leggermente in calo il Giappone.

La ripartizione del fatturato per categoria di prodotto evidenzia che il 76% dei ricavi 2001 è derivato dalle vendita di prodotti per la diagnostica ad immagini (mezzi di contrasto e biomedicali); il restante 24% si è distribuito tra prodotti farmaceutici, cosmetici e aromi.

Lo sviluppo internazionale di questa impresa è notevole, non solo in termini di risultati, ma anche di presenza diretta nei mercati. Oltre che vendere all'estero più del 60% della produzione, come sopra evidenziato, l'azienda ha infatti sviluppato una

---

* Redatti da Marilena Procaccio - ICE Area Studi, Statistica e Documentazione - con la supervisione del prof. Sergio Mariotti. I casi Cotonella, Proel e Streparava hanno tratto spunto dal volume: MARIOTTI, S. – MUTINELLI, M. (a cura di), (2003), *La crescita internazionale per le pmi*, Milano, Il Sole 24 Ore.

PRINCIPALI INDICATORI

(valori in milioni di euro)

	1997	1998	1999	2000	2001
Totale fatturato	**675**	**737**	**917**	**995**	**1.054**
Fatturato export	422	440	559	644	679
% esportazioni	63%	60%	61%	65%	64%
Spese R&S	90	81	82	92	109
Dipendenti	2.316	3.200	3.202	3.180	3.533
Dipendenti R&S	389	535	534	546	627

Fonte aziendale

TOTALE FATTURATO PER AREA

(valori in milioni di euro)

	1999	%	2000	%	2001	%
Italia	358	39%	351	35%	375	36%
America del Nord	229	25%	279	28%	301	29%
Altri paesi europei	134	15%	146	15%	153	15%
Giappone	127	14%	145	15%	141	13%
Resto del mondo	69	8%	74	7%	84	8%
Totale	**917**	**100%**	**995**	**100%**	**1.054**	**100%**

Fonte aziendale

FATTURATO PER CATEGORIA DI PRODOTTI

(valori in milioni di euro)

	1999	%	2000	%	2001	%
Mezzi di contrasto	476	52%	544	55%	568	54%
Biomedicali	198	22%	217	22%	238	23%
Imaging	674	74%	761	76%	806	76%
Farmaceutici	136	15%	148	15%	183	17%
Cosmetici	48	5%	55	6%	49	5%
Aromi	13	1%	14	1%	14	1%
Altri	43	5%	17	2%	2	0%

Fonte aziendale

rete di ricerca internazionale che si compone di tre centri localizzati a Milano, Ginevra e Princeton, ciascuno specializzato su tecniche differenti e dediti alla ricerca di base e allo sviluppo di prodotti innovativi per le esigenze delle nuove tecniche diagnostiche, quali la risonanza magnetica e l'ecografia.

L'articolazione della ricerca in paesi all'avanguardia in questo campo rappresenta uno dei punti di forza dell'impresa, che in tal modo può avvantaggiarsi dell'apporto di esperienze e di formazione di diversi contesti culturali.

Oltre che attraverso i propri centri, la partecipazione alla ricerca scientifica internazionale avviene, poi, con l'adesione a programmi di ricerca avanzati avviati sia in Italia che all'estero in collaborazione con centri universitari, ospedali, istituti di ricerca e parchi scientifici.

La spinta internazionalizzazione dell'attività di ricerca rientra in una più vasta strategia di radicamento nei mercati esteri che è stata fortemente sviluppata negli ultimi quindici anni attraverso l'apertura di proprie filiali e la realizzazione di numerose acquisizioni di imprese dello stesso settore o di comparti complementari, la conclusione di *joint ventures* e la stipulazione di accordi di licenza.

Scopo principale di queste operazioni è stato quello di accrescere ulteriormente l'offerta di prodotti e di strumentazioni della diagnostica ad immagini e di acquisire le tecnologie più evolute e innovative, ma non meno importante è stato l'obiettivo di assicurare una presenza più incisiva nei mercati di riferimento.

La scelta della modalità di ingresso nel mercato non è stata fatta seguendo un modello predefinito, ma piuttosto attraverso la valutazione della soluzione migliore tenendo conto della situazione locale e delle alternative disponibili.

Le società estere sono tutte dotate di un elevato livello di flessibilità e di autonomia, per assicurare vicinanza al mercato, rapidità di risposta alle esigenze dei clienti ed efficienza. Nello stesso tempo, per garantire una gestione omogenea di tutte le società del gruppo esiste un forte coordinamento centrale (il controllo è presente senza rigidità) e le decisioni operative delle consociate sono sempre in linea con le strategie definite dalla casa madre.

Inoltre, l'interrelazione tra la casa madre e le consociate è costante, garantita da un continuo contatto che viene mantenuto e alimentato sia attraverso la presenza diretta del *management* nelle varie realtà, sia con l'uso di nuovi strumenti, come ad esempio le video conferenze.

Per quanto riguarda le filiali, queste sono localizzate in vari paesi europei ed extraeuropei, quali Svizzera, Germania, Regno Unito e Cina, mentre le acquisizioni, le *joint ventures* e gli accordi di licenza hanno coinvolto importanti imprese del settore localizzate negli Stati Uniti, in Canada, in Estremo Oriente ed in Europa.

In Giappone la Bracco ha avviato nel 1991 una *joint venture* con Eisai; analogamente nel 1993 è stata siglata un'altra *joint venture* con la tedesca Byk-Gulden (ora Althana Pharma GmbH), il cui capitale sociale è detenuto per il 51% da Bracco e per il restante 49% dalla società tedesca. In questo caso, l'accordo ha avuto come finalità prioritaria il conseguimento di una maggiore penetrazione dei paesi dell'Europa centrale. Infatti, l'area geografica di azione di Bracco-Byk Gulden, oltre la Germania, include la Francia, il Benelux, la Repubblica Ceca, la Repubblica Slovacca e la Polonia. Compito della società è quello di guidare lo sviluppo dei prodotti Bracco secondo le strategie di mercato definite globalmente dal Gruppo e realizzate localmente in accordo con Byk Gulden. La società ha sede a Costanza e ha anche la responsabilità della produzione dei prodotti finiti inclusi nell'accordo di *joint-venture*.

Nel 1994 è stata invece intrapresa l'espansione negli Stati Uniti, con la creazione di due filiali, la Bracco Diagnostics inc. e la Bracco Research Usa, entrambe localizzate a Princeton, nel New Jersey. La prima è responsabile dello sviluppo di nuovi agenti clinici, nonché del marketing e delle vendite di tutti i prodotti Bracco negli Stati Uniti e in Canada. Bracco Research funge da laboratorio di ricerca per i princi-

pali prodotti della Bracco Diagnostics ed assicura la partecipazione alla ricerca internazionale.

Oggi gli Stati Uniti rappresentano per il Gruppo il primo mercato nel settore della diagnostica per immagini, come risulta dalla tabella che segue.

TOTALE FATTURATO IMAGING PER AREA

(valori in milioni di euro)

	1999	%	2000	%	2001	%
Italia	127	19%	135	18%	140	17%
America del Nord	228	34%	278	37%	301	37%
Altri paesi europei	125	19%	132	17%	143	18%
Giappone	127	19%	145	19%	142	18%
Resto del mondo	67	10%	71	9%	80	10%
Totale	**674**	**100%**	**761**	**100%**	**806**	**100%**

Fonte aziendale

La presenza nel mercato nordamericano è stata ulteriormente rafforzata con una serie di altre operazioni. Innanzitutto, la fusione nel 2000 con una impresa statunitense di punta nel settore dei sistemi avanzati di iniezione di mezzi di contrasto (Acist Medical System Inc). La Acist è una *start up company* in rapida espansione, con una quota di mercato superiore al 50% nel settore degli iniettori per cardiologia ed un raddoppio della crescita anno su anno negli Stati Uniti; nel 2000 il fatturato è stato di circa 9 milioni di dollari, ma il fatturato atteso entro il 2005 dovrebbe superare i 100 milioni di dollari. In questa società, che ha sede, laboratori di ricerca e unità produttiva a Minneapolis (Minnesota) la Bracco già possedeva una partecipazione del 12%.

Successivamente, la Bracco ha siglato un'alleanza strategica con Dyax, azienda biofarmaceutica localizzata in Massachussets ed ha acquisito i prodotti e tutta la proprietà intellettuale della canadese Resolution Pharmaceuticals, società biotecnologica a capitale privato specializzata nello sviluppo di prodotti radiofarmaceutici.

L'espansione internazionale in Estremo Oriente è invece proseguita con un accordo strategico siglato con una azienda di Singapore (Volume Interactions), specializzata nello sviluppo di software applicativi avanzati in campo medico.

La delocalizzazione produttiva tramite accordi e investimenti diretti: il caso Cotonella

L'attività operativa della Cotonella S.p.A. inizia a Sonico, in provincia di Brescia, nel 1972; oggi l'azienda rappresenta una delle più significative realtà nel panorama dell'intimo qualificato da donna e da uomo, con una produzione giornaliera di circa 70 mila capi al giorno, commercializzati sia in Italia che all'estero. La produzione comprende due macrolinee: "Cotonella" e "l'Altra Cotonella", che firma le collezioni *basic* di fascia più economica. "Cotonella" comprende un'ampia collezione di intimo da donna che ha conosciuto una crescita vertiginosa ed è diventata *lea-*

der nella grande distribuzione organizzata, grazie soprattutto al buon rapporto qualità/prezzo del prodotto e ai notevoli investimenti pubblicitari sostenuti dall'azienda per diffonderla presso il grande pubblico. In Italia le produzioni Cotonella sono capillarmente diffuse su tutto il territorio e negli ultimi tempi i punti vendita classici (abbigliamento intimo e mercerie) hanno lasciato maggiore spazio alla Grande Distribuzione e alle catene. La distribuzione in Europa e in diversi Paesi extra-europei avviene attraverso una fitta rete di distributori esteri (Benelux, Rep. Ceca, Estonia, Francia, Grecia, Libano, Polonia, Russia, Portogallo, Slovenia, Spagna, Turchia).

L'azienda ha sperimentato negli anni un forte sviluppo e i risultati più recenti sono soddisfacenti. Nel 2001 il fatturato consolidato (l'88% del quale viene realizzato in Italia) è aumentato del 18% rispetto al 2000, passando da circa 24 milioni di euro a circa 29 milioni di euro. L'utile netto 2001 è stato superiore a 1 milione di euro e si è triplicato rispetto all'anno precedente (quasi 0,4 milioni di euro nel 2000). Il 2002 ha fatto registrare un ulteriore aumento di fatturato, pari a quasi il 20% rispetto al 2001, con un incremento del numero dei capi prodotti del 25%. Il numero di occupati si aggira sui 115 addetti distribuiti tra la sede storica di Sonico (con uffici e centro studi), Edolo (logistica e spedizione), Malonno (taglio e laboratorio di controllo qualità su tutte le materie prime) e Milano (commerciale e marketing); il numero cresce a oltre mille unità se si considerano anche le unità impiegate negli stabilimenti esteri.

Un elemento fondamentale per il successo dell'impresa è stata l'adozione di una politica centrata sulla delocalizzazione, realizzata tramite accordi e investimenti diretti. Nei primi anni di operatività questa strategia, dettata dall'eccezionale sviluppo della società e dalla mancanza di aree industriali sufficientemente ampie, ha coinvolto numerosi laboratori artigiani della Val Camonica. Negli anni novanta la stessa politica è stata applicata con il coinvolgimento di laboratori in altri paesi.

La decisione di spostare alcune fasi del processo produttivo all'estero è dipesa dal fatto che all'inizio degli anni novanta la pressione competitiva di prezzo si è fatta sempre più stringente, per cui la sopravvivenza dell'azienda ha imposto il trasferimento delle fasi di filatura, tessitura e cucitura in paesi a più basso costo del lavoro. La domanda di biancheria intima, infatti, mostra una forte elasticità al prezzo e molti consumatori sono propensi a scegliere una marca diversa di fronte a risparmi sul costo d'acquisto. Se si considera che la produzione di intimo ha un elevato contenuto di manodopera ed un basso valore aggiunto, si comprende che la delocalizzazione produttiva rappresenta una scelta strategica critica al fine della riduzione dei costi di produzione.

Il trasferimento all'estero ha riguardato tutte le operazioni a monte e a valle del ciclo di produzione, fatta eccezione per la fase di taglio dei tessuti che è stata mantenuta in Italia. Per le fasi più propriamente tessili, la scelta adottata è stata quella di rifornirsi direttamente di filato all'estero e di cercare nei paesi di origine della materia prima, quali Turchia, India e Kazakistan, tessitori in grado di offrire un rapporto prezzo/qualità ottimale. La fase della cucitura viene invece realizzata in Albania e, dal 1998, anche in Romania.

La prima esperienza di produzione all'estero è stata avviata in Albania. La scelta non è stata casuale, ma frutto di una accurata ricerca, iniziata nel 1994 e finalizzata alla individuazione del luogo di produzione meglio rispondente alle esigenze dell'impresa. L'analisi svolta dal management aziendale si è focalizzata su vari fattori:

costo del lavoro, distanza dalla sede, tempi e costi di trasporto, "cultura tessile" locale, tecnologia utilizzata, grado di professionalità delle risorse umane, storia e cultura del paese.

Tra le alternative possibili, la scelta è ricaduta su Scutari, in virtù soprattutto della sua vicinanza geografica e culturale al nostro paese, della diffusa conoscenza della lingua italiana e di una discreta tradizione nel tessile.

Lo stabilimento albanese è diventato operativo verso la fine del 1995, con 140 addetti e l'impiego di management strettamente locale. L'obiettivo era quello di produrre non solo a costi inferiori rispetto all'Italia, ma anche con una qualità superiore e, a tal fine, una particolare attenzione è stata dedicata all'addestramento della manodopera. Dati i risultati positivi, la produzione è rapidamente cresciuta e si è reso necessario trasferire l'attività in uno stabilimento di dimensione maggiore. Oggi l'impresa albanese, Ciprìa Tricot, occupa 480 addetti ed è la principale impresa dell'Albania settentrionale.

Il secondo paese coinvolto nel progetto di decentramento della produzione è stata la Romania. Questo nuovo investimento si è reso indispensabile in quanto lo stabilimento di Scutari, arrivato ad impiegare quasi 500 addetti, aveva oramai saturato la propria capacità produttiva. Trovandosi di fronte alla necessità di ampliare la produzione, l'azienda ha ritenuto preferibile puntare sulla diversificazione geografica piuttosto che concentrare la produzione in un unico grande stabilimento in un solo paese. Questo anche per anche diversificare e ridurre il rischio paese. La scelta è ricaduta sulla Romania, dove, peraltro, il costo del lavoro ha livelli simili a quelli dell'Albania. Oggi anche nella filiale rumena lavorano circa 500 persone e le due consociate, quella rumena e quella albanese, sono in (indiretta) concorrenza tra loro. I premi di produzione sono calcolati in base non solo alla produttività, ma anche e soprattutto alla qualità della produzione e al contributo in termini di innovazione.

Sono ormai maturi i tempi per un nuovo progetto che interessa la Serbia e riguarda la produzione e la distribuzione di prodotti con il marchio Cotonella in tutti i paesi dell'Est europeo e dell'area balcanica. La strategia a breve termine prevede, quindi, anche la realizzazione di investimenti in comunicazione, mirati a rafforzare l'immagine del marchio, nonché quelli per la creazione di una propria rete commerciale, finalizzati allo sviluppo della distribuzione diretta di parte della produzione realizzata in Albania, Romania, Serbia.

Il settore lapideo: il caso della Henraux S.p.A.

La Henraux rappresenta uno dei pilastri del settore lapideo, essendo presente in questo mercato dal secolo scorso: Jean Baptiste Henraux ha fondato nel 1821 a Querceta (LU) la società che ancor oggi porta il suo nome, con l'obiettivo di sviluppare l'attività di lavorazione delle cave del Parco delle Apuane, da cui si ricava tuttora un marmo statuario e bianchissimo (il più famoso e' l'arabescato cervaiole), particolarmente idoneo per qualsiasi opera di scultura.

Attualmente l'azienda è specializzata nella produzione di pavimenti e rivestimenti per interni ed esterni e di elementi architettonici sagomati come colonne, fontane, portali, vasche, intarsi e bassorilievi. Inoltre, la Henraux non ha mai trascurato

l'aspetto artistico legato al marmo ed ha collaborato con alcuni dei più grandi scultori del secolo scorso.

La distribuzione dei ricavi per tipologia merceologica evidenzia una concentrazione delle vendite nelle lastre di marmo e granito e nei prodotti finiti e lavorati, che generano più dell'80% del fatturato complessivo. Il 2002 ha evidenziato un significativo incremento delle vendite di quest'ultima categoria di prodotti e una contrazione di quelle relative alle lastre, soprattutto di granito.

RICAVI PER TIPOLOGIA MERCEOLOGICA

(valori in milioni di euro)

	2002	2001	Variazione %	Peso dell'area: esercizio 2002	Peso dell'area: esercizio 2001
Blocchi - Marmo	1.157	1.890	-38,8	6,4%	9,6%
Blocchi - Granito	107	498	-78,5	0,6%	2,5%
Lastre - Marmo	5.263	5.476	-3,9	29,0%	27,7%
Lastre - Granito	6.469	7.555	-14,4	35,6%	38,2%
Marmette	10	31	-68,0	0,1%	0,2%
Prodotti finiti - lavorati	3.561	2.016	76,7	19,6%	10,2%
Lavorazioni c/terzi	1.244	1.979	-37,1	6,8%	10,0%
Assistenza alla progettazione	17	229	-92,8	0,1%	1,2%
Materiali sintetici	342	114	199,9	1,9%	0,6%
Altro	0	0	0,0	0,0%	0,0%
Totale	**18.169**	**19.788**	**-8,2**	**100,0%**	**100,0%**

Fonte aziendale

Lo sviluppo dell'azienda nel corso degli anni è stato significativo, sia in Italia che all'estero, stimolato dagli investimenti nell'attività di ricerca e nell'aggiornamento costante dei metodi produttivi e dei macchinari, che richiedono un continuo adeguamento alle esigenze del settore edilizio. A tal fine l'azienda si è anche dotata di un laboratorio di ricerca interno (Laboratorio Henraux) le cui principali attività si rivolgono all'automazione del processo di produzione e allo sviluppo dell'uso della pietra per nuove tipologie di prodotti.

Negli ultimi tempi, però, la società sta sperimentando una fase di rallentamento che ha influito sui suoi risultati (in calo negli ultimi anni) e l'ha costretta a ridimensionare il personale dipendente, anche con il ricorso alla cassa integrazione nel 2001. Le difficoltà attraversate dall'impresa possono essere ricondotte a molteplici fattori. Innanzitutto, la società si trova ad operare in un mercato caratterizzato da un grado di complessità sempre più elevato, sia per la presenza di operatori in grado di attivare efficacemente la leva prezzo per spiazzare la concorrenza, sia per il manifestarsi di eventi fortemente destabilizzanti che creano sfiducia ed incertezza circa le prospettive di crescita dell'economia. In molti paesi, come la Germania, il settore immobiliare sta attraversando una fase difficile, mentre in altri, come Hong Kong, il

comparto lapideo ha visto l'affermarsi di nuovi produttori, tra cui soprattutto la Cina, che, se fino a pochi anni fa non compariva nemmeno nella graduatorie dei paesi escavatori, è oggi uno dei principali produttori di marmo e di granito grezzo e lavorato. Oltre alla Cina, anche l'India e il Brasile si stanno imponendo sia sui mercati locali che su quelli internazionali, si pensi ad esempio al nord America, già abbondantemente servito dalle produzioni brasiliane di grezzi e semilavorati[1].

L'esercizio 2002 si è concluso con una contrazione del fatturato dell'8,2% rispetto all'anno precedente, sebbene gli andamenti siano stati differenti a seconda delle aree. Infatti, le vendite in Italia si sono ridotte del 13,4%, mentre quelle dirette all'estero sono aumentate, merito dell'incremento conseguito in Europa e in Asia, che rappresentano le aree con il maggior peso sui ricavi conseguiti all'estero.

RICAVI PER DESTINAZIONE GEOGRAFICA

(valori in milioni di euro)

	2002	2001	Variazione %	Peso dell'area: esercizio 2002	Peso dell'area: esercizio 2001
Italia	13.555	15.652	-13,4	74,6%	79,1%
Europa	1.689	1.252	35,0	9,3%	6,3%
Totale Europa	**15.245**	**16.904**	**-9,8**	**83,9%**	**85,4%**
Nord America	187	29	536,8	1%	0,1%
Sud America	0	0	0,0	0,0%	0,0%
Asia	2.677	2.456	9,0	14,7%	12,4%
Africa	60	398	-84,8	0,3%	2,0%
Australia	0	0	0,0	0,0%	0,0%
Totale Estero	**2.924**	**2.884**	**1,4**	**16,1%**	**14,6%**
Totale	**18.169**	**19.788**	**-8,2**	**100,0%**	**100,0%**

Fonte aziendale

Le attuali prospettive di sviluppo della gestione aziendale sono orientate verso l'articolazione di programmi ed investimenti sulla base delle singole aree strategiche d'affari in cui l'impresa opera. In particolare:

- *Area estrattiva (giacimenti marmiferi di proprietà)*: è l'area sulla quale sono stati fatti e si continuano ad effettuare i maggiori investimenti, nell'ottica strategica di spostare il baricentro dell'operatività aziendale verso questa area d'affari, ritenuta di importanza cruciale, sia per l'alta redditività dei prodotti, sia per la minore sensibilità agli effetti della concorrenza che essa presenta;

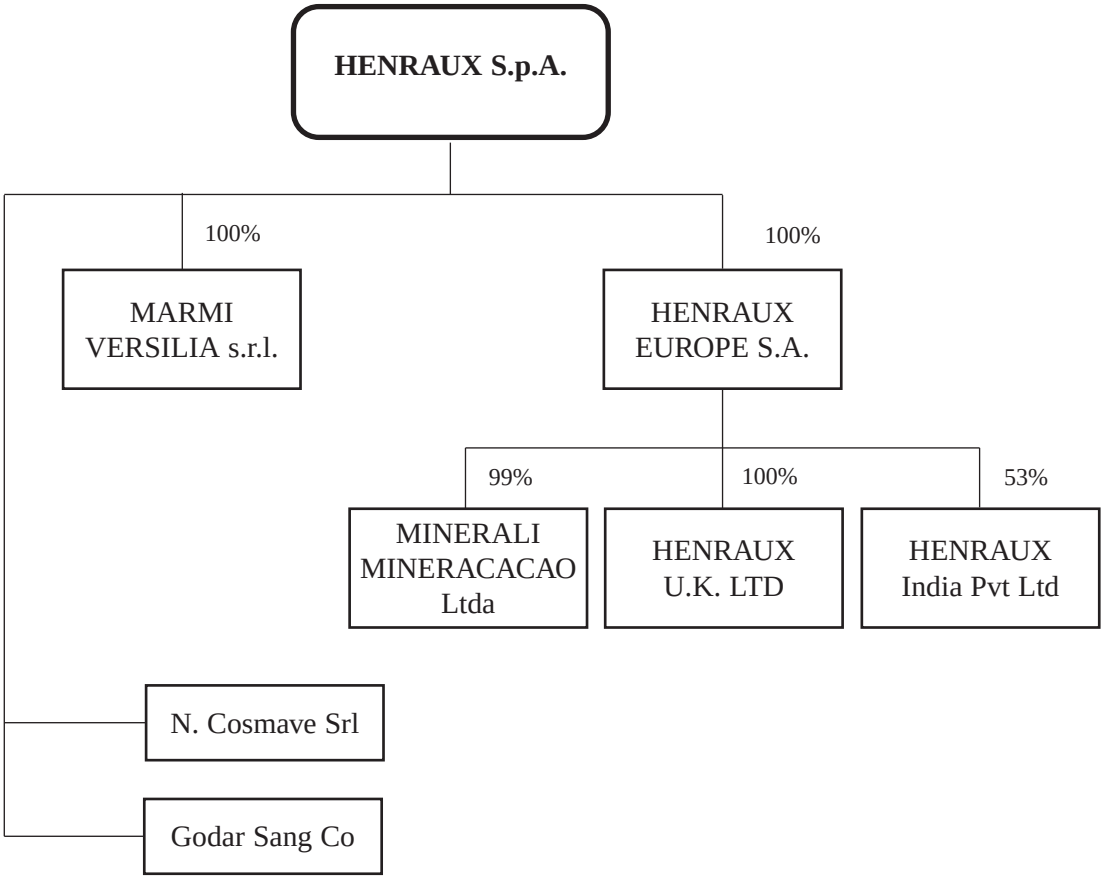
- *Area commerciale "grezzi" (vendita lastre e blocchi)*: in quest'area strategica d'affari la Henraux vanta una presenza radicata, tramite depositi esterni, sul territorio italiano, che garantisce alla società un fatturato costante e certo. Attualmente l'azienda sta valutando l'opportunità di concludere una *parternship* con una società che abbia una consolidata attività sui mercati esteri, con l'obiettivo prioritario di allargare la pro-

[1] Per maggiori approfondimenti sul settore lapideo si rinvia al capitolo 6 della presente pubblicazione.

pria quota di mercato, in tempi relativamente brevi, in paesi e aree importanti, quali Stati Uniti, Paesi Arabi ed Estremo Oriente. L'operazione prevede la penetrazione di questi mercati anche con prodotti alternativi alle pietre naturali (materiali sintetici), sia in un'ottica di diversificazione dei prodotti, sia perché questa categoria di prodotti presenta mediamente risultati soddisfacenti in termini di redditività. A tal fine sono stati inoltre preventivati importanti investimenti in impianti e macchinari in grado di svolgere particolari lavorazioni sui prodotti, per migliorarne la qualità e la resa.

- *Lavorati/Prodotti finiti (Commesse)*: è questo un punto di forza della società, che può avvantaggiarsi di una struttura produttiva tecnologicamente avanzata e di un'esperienza maturata sul campo e consolidata nel tempo attraverso realizzazioni di grandi commesse, quali le moschee di Mecca e Medina. In questa specifica area la società, pur dovendosi misurare con concorrenti sempre più agguerriti, punta a tutelare la propria quota di mercato sia in Italia che all'estero facendo leva sui fattori che hanno caratterizzato nel recente passato il suo successo, ossia la qualità del prodotto e del servizio.

Il significativo sviluppo dell'azienda nel corso degli anni ha suggerito la realizzazione di una serie di investimenti all'estero, finalizzati all'acquisizione di partecipazioni (di maggioranza e non) in altre imprese, allo scopo di essere presenti direttamente sui mercati esteri sia ai fini commerciali che di sfruttamento delle cave localizzati in altri paesi. Lo schema attuale della società è il seguente:



La Henraux Europe SA è una holding con sede a Lussemburgo che partecipa la maggioranza del capitale della brasiliana Minerali Mineracao Ltda, della Henraux U.K. Ltd e della Henraux India Pvt Ltd. La società brasiliana svolge come attività principale quella dello sfruttamento delle cave locali. La Henraux U.K. Ltd è invece una struttura prettamente commerciale, dotata di un deposito destinato all'immagazzinamento di lastre di marmo che vengono poi vendute sul mercato inglese. Infine, la Henraux India Pvt Ltd è una filiale commerciale e produttiva, svolgendo anche attività di sfruttamento di alcune cave locali.

La Henraux è inoltre socia di Cosmave, consorzio della Versilia che raggruppa oltre 70 aziende del settore lapideo, tramite il quale svolge prevalentemente l'attività di smaltimento delle "marmettole", i fanghi provenienti dalla segagione dei marmi e dei graniti, cioè i rifiuti tipici della lavorazione del marmo. Una piccola quota è poi quella che la società versiliese detiene nel capitale della iraniana Goldar Sang Co.

Gruppo Marazzi: la multinazionale della ceramica con una storica vocazione internazionale

Marazzi è una multinazionale della ceramica, leader in Europa nella produzione di piastrelle, con stabilimenti in Italia, Spagna e Francia ed una significativa e crescente presenza negli Stati Uniti.

Marazzi Ceramiche S.p.A. è la principale società del Gruppo. Costituita a Sassuolo nel 1935, è dotata oggi di due stabilimenti, moderni ed altamente automatizzati (localizzati a Sassuolo e Fiorano), che impiegano circa 850 dipendenti. L'attività di questi stabilimenti si integra poi con quella di Ceramiche Ragno[2] e di One Tile, che opera presso il polo di sviluppo di Anagni. L'acquisizione di Hatria, avvenuta nel 2000, ha invece reso possibile l'ampliamento dell'offerta di prodotti per l'arredo bagno, in cui questa società è specializzata.

La continua ricerca di soluzioni innovative, sia a livello di prodotto che di processo, e l'impegno nella ricerca estetica, hanno rappresentato i due elementi cardine dello sviluppo e dell'affermazione del marchio Marazzi, prima in Italia e poi anche all'estero. Importanti esempi di queste innovazioni sono il processo di monocottura rapida, brevettato nel 1974 e divenuto successivamente il metodo produttivo più diffuso a livello internazionale, e la rivoluzionaria tecnologia "Firestream", brevettata nel 1985. La produzione di prodotti in grés fine porcellanato, contraddistinti dal marchio Marlit e di quelli smaltati su supporto incandescente Firestream, con marchio Enduro Matt, rappresenta il *core business* di questa impresa, il cui mercato di riferimento si concentra nell'edilizia (residenziale e non) e nell'arredo urbano.

La Marazzi è oggi un gruppo multinazionale che conta nel mondo 20 stabilimenti di produzione (12 in Italia, 4 in Francia, 2 in Spagna e 2 negli Stati Uniti), una

[2] Ceramiche Ragno SpA, fondata nel 1950 con la denominazione "il Ragno Srl" è diventata nel corso degli anni un marchio di rilievo nella produzione e nella distribuzione di ceramiche per pavimento e rivestimento. L'azienda è dotata di quattro moderni stabilimenti di produzione, 800 dipendenti, una distribuzione capillare in tutti i paesi del mondo, un fatturato consolidato di oltre 145 milioni di Euro.

produzione di 90 milioni di metri quadri all'anno, oltre 4000 dipendenti, un fatturato globale consolidato al 2001 di 800 milioni di euro, conseguito per il 70% all'estero (più di 130 paesi) ed un'offerta completa destinata a vari segmenti di mercato.

La vocazione internazionale dell'impresa è parte imprescindibile della sua storia, basti pensare che la prima joint venture risale al 1964 e la prima filiale all'estero è stata inaugurata nel 1975. La strategia di internazionalizzazione dell'attività è stata portata avanti attraverso lo sviluppo e il consolidamento, nel corso degli anni, di una crescente e diffusa presenza internazionale, concretizzatasi nella realizzazione di proprie unità produttive, commerciali e di servizio, e l'acquisizione di importanti imprese estere del settore.

In uno scenario mondiale che è diventato sempre più competitivo in tutti i paesi e in tutti i segmenti, soprattutto per l'ingresso di nuovi attori, come la Cina, questa presenza strutturata e diffusa nei vari mercati si è rivelata per la Marazzi l'elemento fondamentale per la difesa delle sue posizioni nei confronti dei competitor internazionali.

Innanzitutto, la presenza diretta nei mercati a più elevato potenziale ha offerto l'opportunità di rispondere più adeguatamente alle richieste della clientela e ha permesso lo sviluppo di una conoscenza diretta ed approfondita degli stili di vita del consumatore e della cultura dell'abitare. Inoltre, un radicamento internazionale diffuso in paesi diversi ha consentito di ridurre il rischio paese, permettendo di bilanciare gli eventuali minori volumi di vendita, determinati da fasi di rallentamento economico in un determinato paese, con lo sviluppo della vendita nei mercati in crescita.

Nello schema seguente sono riportate le principali tappe dello sviluppo del Gruppo Marazzi in Italia e all'estero.

PRINCIPALI TAPPE DELLO SVILUPPO DEL GRUPPO MARAZZI

Anno	Operazione
1964	Joint-venture Gaya Marazzi (Spagna)
1975	Apre la Marazzi France (Francia)
1980	Apre la Marazzi Iberia (Spagna)
1982	Apre la American Marazzi Tile (Stati Uniti)
1990	Joint-venture con il Gruppo Eczacibasi (Turchia)
1991	Acquisizione totale di Peñarroya (Spagna)
1995	Acquisizione totale di France Alfa, France Ceram, Cérabati, Grès D'Artois e Carofrance (Francia)
1998	Acquisizione totale di Monarch Tile (Stati Uniti)
2000	Acquisizione totale di Hatria (Italia)
2000	Acquisizione totale di Mix (Italia)
2001	Apre la Marazzi Japan (Giappone)
2001	Acquisizione totale di Ceramiche Finalesi (Italia)

Fonte aziendale

SOCIETA' DEL GRUPPO MARAZZI

Paese	
Italia	Ceramiche Marazzi - Sassuolo Ceramiche Ragno - Modena One Tile e Ramacolor - Anagni Hatria - Teramo
Francia	France Alfa - Lyon France Ceram – Forbach Cerabati - Chateauroux Carofrance - Paulhaguet
Spagna	Marazzi Iberia - Castellòn Peñarroya – Castellòn
Stati Uniti	American Marazzi Tile - Dallas, Texas Monarch Ceramic Tile - Florence, Alabama
Giappone	Marazzi Japan - Tokyo

Fonte aziendale

I paesi da coinvolgere nella strategia di integrazione sono stati scelti in base a vari fattori, tra cui uno dei più rilevanti è rappresentato dalle potenzialità del mercato con riferimento alla produzione tipica del gruppo.

Da questo punto di vista, l'Europa e gli Stati Uniti rappresentano attualmente i mercati a più elevato potenziale per le piastrelle in ceramica.

L'Europa, dove la Marazzi detiene una quota di mercato del 5% circa, rappresenta la principale area di destinazione delle sue piastrelle. In quest'area, i paesi più importanti sono la Spagna e la Francia, dove il Gruppo ha avviato proprie filiali già negli anni settanta e ottanta e, più di recente, acquisito imprese di rilievo del settore. Tra queste, la Ceràmicas Peñarroya, impresa spagnola fortemente orientata all'export, fondata nel 1950 a Castellòn (centro nevralgico della tradizione ceramica spagnola), acquisita dalla Marazzi nel 1991.

In considerazione dell'importanza strategica del mercato americano, dove si è registrata di recente una sostenuta crescita dei consumi delle piastrelle, anche in seguito ad un elevato numero di ristrutturazioni che alimenta vivacemente l'attività edile, nell'estate del 1998 è stata perfezionata l'acquisizione della *Monarch Tile* in Alabama, uno dei marchi storici dell'industria ceramica americana. Questa azienda produce, in uno stabilimento all'avanguardia, piastrelle da rivestimento che vanno ad integrare e a completare la gamma delle piastrelle da pavimento della *American Marazzi Tile*, filiale del Gruppo dotata di una propria unità produttiva a Dallas fin dal 1982. Già nel 1980, infatti, la Marazzi (prima azienda ceramica ad investire in USA) aveva realizzato a Sunnyvale, in Texas, un investimento *green field*, con l'obiettivo di diventare il primo produttore domestico di piastrelle in nord America.

La continua crescita della società e la stabilità finanziaria sono state alla base dello sviluppo della filiale americana, che oggi impiega 390 persone e la cui produzione supera i 100 milioni di metri quadri all'anno.

Nell'area esterna all'Unione Europea, oltre agli Stati Uniti, un'area di interesse per l'impresa è il Giappone, dove nel 2001 è stata inaugurata una filiale (*Marazzi Japan*).

Le potenzialità dei mercati esteri non rappresentano gli unici elementi di stimolo alla adozione di una strategia di presenza diretta sui mercati internazionali. Negli ultimi tempi, infatti, anche in conseguenza del rallentamento economico internazionale e del conseguente inasprimento di una competizione basata sempre più sul fattore prezzo, l'esigenza di internazionalizzare la produzione è stata dettata anche dai vantaggi nei costi di produzione derivanti dall'impiego di fattori produttivi disponibili in loco. In questo contesto si collocano i progetti, di grande rilievo, che la Marazzi sta portando avanti e che riguardano l'apertura ai mercati dell'est. L'obiettivo è di offrire un prodotto competitivo e fornire un servizio direttamente in loco, quindi più efficiente, in un'area particolarmente strategica, dove le previsioni sono di un ulteriore ampliamento del consumo di piastrelle.

In dettaglio, il primo progetto vede l'azienda impegnata nell'avviamento di un nuovo stabilimento nella regione di Mosca, la cui ultimazione è prevista entro la fine del 2003.

Alla costruzione dello stabilimento si affianca un'iniziativa intrapresa tre anni fa e relativa all'acquisizione e allo sfruttamento di un giacimento d'argilla nell'est dell'Ucraina.

L'impiego di tecnologia italiana e lo sfruttamento di argille locali rappresentano quindi il binomio vincente di questa operazione.

Attualmente Marazzi è la prima azienda ceramica italiana ad investire in Russia. Ad oggi in questo paese sono pressoché inesistenti realtà produttive di rilievo di grès porcellanato, fatta eccezione per un unico produttore minore che esporta dalla Bielorussia.

Il nuovo stabilimento, che sarà operativo a fine 2003, si troverà su un terreno di 20 ettari situato a 60 km a sud di Mosca. Il terreno è stato dato in concessione all'azienda per 50 anni con il diritto di riscatto alla scadenza. La fabbrica sarà attrezzata con quattro forni che verranno alimentati con le argille ricavate dal giacimento in Ucraina e sforneranno esclusivamente prodotti in grès porcellanato, smaltato e non, anche in grandi formati destinati ad un mercato di fascia medio - alta. La produzione prevista a pieno regime sarà di circa 10 milioni di metri quadri e servirà il mercato russo e quello dei paesi limitrofi. Nello stabilimento verranno impiegati all'incirca sessanta addetti. L'investimento complessivo preventivato per la realizzazione di questo imponente complesso è di circa 30 milioni di euro; nel programma di sviluppo è previsto anche l'impiego di maestranze italiane che saranno trasferite temporaneamente in Russia per l'approntamento della fabbrica.

Il giacimento d'argilla che fornirà la materia prima allo stabilimento russo è situato in prossimità della città di Donetsk. Questa località è particolarmente importante, basti pensare che attualmente un terzo dell'argilla utilizzata dalle aziende italiane (e spagnole) per la produzione di piastrelle in ceramica proviene da questo giacimento, che si estende su una superficie di circa 220 ettari. La Marazzi è proprietaria del 50% del giacimento, mentre il restante 50% appartiene a soci locali.

L'investimento assume un ruolo strategico per l'impresa, ma è importante sottolineare che per la localizzazione del giacimento, il suo sfruttamento assume anche un rilievo economico e sociologico. Infatti, su parte del territorio del giacimento sono dislocate una serie di aziende agricole (Kolkoz), che raggruppano una comunità agricola di 120 famiglie. La società partecipata dalla Marazzi è proprietaria del 97% di

queste imprese agricole, per cui il successo del giacimento è garanzia di sviluppo per tutta l'area circostante.

E' interessante segnalare che l'obiettivo dell'ampliamento del volume di affari sul mercato mondiale, oltre che con l'acquisizione di aziende concorrenti, viene perseguito dall'impresa anche attraverso il ricorso a modalità innovative, come gli accordi commerciali realizzati con operatori di altri settori. La strategia consiste nel creare una sinergia distributiva e di comunicazione con aziende e prodotti provenienti da altri comparti merceologici; la sinergia tra i partners può contare sulla complementarità di una serie di caratteristiche proprie e peculiari di ciascuna azienda.

In questo contesto si colloca l'accordo che il Gruppo Marazzi ha stipulato con Benetton per la produzione e la commercializzazione di una nuova e articolata linea di piastrelle, dedicata ad un pubblico giovane e con una forte connotazione innovativa nel design, distribuita su licenza con il marchio United Colors of Benetton. L'accordo è entrato nella sua fase operativa nel mese di settembre 2002; la produzione e la distribuzione del prodotto sono state affidate a Masterker, azienda del Gruppo Marazzi.

Per quanto riguarda i mercati di riferimento, una particolare attenzione è rivolta ai paesi finanziariamente più stabili e commercialmente più interessanti, come la Germania, la Francia, l'Inghilterra e, soprattutto, gli Stati Uniti che, oltre ad essere un bacino d'utenza importante per l'alta potenzialità di sviluppo del mercato, si caratterizza per la presenza di consumatori sensibili ai fenomeni di marca e con un'alta propensione all'acquisto.

Un ruolo fondamentale per il buon esito dell'operazione riveste la conclusione di accordi strategici e alleanze con la distribuzione, in particolare con gruppi o catene di distributori che rappresentano i canali di vendita più ambiti in quanto consentono il conseguimento di ingenti volumi di vendita. Tra gli altri canali disponibili, un ruolo prioritario coprono i centri "fai-da-te", in quanto la nuova linea di prodotti è stata studiata per essere venduta principalmente in questa tipologia di negozi, che rappresentano un fenomeno recente ma estremamente interessante per la rapida espansione che sta sperimentando. Non verranno inoltre trascurati nei paesi in cui il fenomeno "fai-da-te" non è ancora sufficientemente sviluppato, i canali distributivi più tradizionali, quali i rivenditori che trattano principalmente piastrelle di ceramica e i distributori di prodotti da pavimentazione.

Merloni: acquisizioni di imprese per conquistare i mercati esteri

La Merloni, azienda produttrice di elettrodomestici, nasce nel 1930 a Fabriano, dove inizia a produrre bilance e bombole per gas liquido e scaldabagni. Nel 1960 viene lanciato il marchio Ariston e comincia a svilupparsi l'attività di produzione di beni di consumo, come i fornelli.

Nel 1975, dalla Divisione Elettrodomestici delle Industrie Merloni, viene creata quella che diventerà la più giovane multinazionale del settore, la Merloni Elettrodomestici, e negli stabilimenti del polo produttivo marchigiano, specializzati per linea di prodotto, è realizzata una gamma completa di elettrodomestici. Con il marchio Ariston la società diventa *leader* di mercato in Italia e comincia l'attività di

commercializzazione all'estero, conquistando importanti quote di mercato in Francia e Gran Bretagna e affermandosi sugli altri principali mercati. Nel 1987 la società viene quotata alla Borsa Valori di Milano.

Oggi la Merloni è il terzo produttore europeo del settore, con un *output* annuo di 12 milioni di elettrodomestici (cucine, frigoriferi, lavabiancheria, lavastoviglie e asciugatrici), un numero di dipendenti che raggiunge le 20.000 unità, un fatturato consolidato 2002 che supera i 2,5 miliardi di euro (in crescita del 26% rispetto all'anno precedente).

PRINCIPALI INDICATORI[3]

(valori in milioni di euro)

	1998	1999	2000	2001	2002
Fatturato consolidato	1.465	1.420	1.601	1.971	2.480
Fatturato all'estero	1.075	1.011	1.145	1.558	2.038
Margine operativo	59	71	96	139	203
Risultato netto di Gruppo	21	26	42	74	107
Investimenti industriali	87	95	101	102	104
Cash flow*	81	88	110	161	222
ROE	9,4%	10,6%	14,8%	20,3%	25,4%
ROI	17,2%	20,8%	18,2%	26,2%	28,9%
Indebitamento / mezzi propri	48%	38%	79%	41%	43%

* Risultato netto + ammortamenti

Fonte aziendale

I fattori che hanno contribuito allo sviluppo dell'impresa sono stati numerosi: il costante impegno nell'innovazione (dal '99 Merloni propone i primi prodotti digitali capaci di collegarsi a Internet) si somma ai continui investimenti nel rinnovo dell'identità dei marchi (la società è in grado di rinnovare oltre il 50% dei prodotti ogni anno), nelle piattaforme produttive, nell'infrastruttura informatica e nella *supply chain*.

Uno dei più importanti elementi di successo è stata inoltre l'adozione di una efficace strategia *multibrand*, avviata sul finire degli anni ottanta con il coinvolgimento di importanti imprese straniere. Attualmente Ariston (marchio storico della Merloni) e Indesit sono i marchi europei del gruppo - *leader* rispettivamente nei prodotti da incasso e in quelli da libera installazione - con i quali la Merloni detiene una quota di mercato del 15% in Europa, preceduta solo dell'1-2% dai due colossi Bosch ed Electrolux.

Hotpoint, Scholtés e Stinol sono invece i marchi regionali, *leader* rispettivamente in Gran Bretagna, Francia e Russia.

[3] Informazioni più dettagliate sui dati di bilancio e sugli altri indicatori finanziari e patrimoniali sono reperibili sul sito ufficiale della Merloni Elettrodomestici (www.merloni.com)

Per la realizzazione operativa di questa strategia la Merloni ha acquisito le imprese estere detentrici dei rispettivi marchi ed ha attuato una politica di rinnovamento dei prodotti offerti, con l'obiettivo di allargare la quota di mercato che ciascuno di questi *brand* già deteneva nei mercati di riferimento. I risultati delle scelte adottate sono stati positivi, ed infatti nel corso degli anni novanta la Merloni Elettrodomestici ha conseguito un rafforzamento della propria posizione in Europa ed ha avviato la commercializzazione di propri prodotti anche sui mercati dell'Est Europa, prima azienda italiana di elettrodomestici a rivolgersi a questi paesi.

La prima importante acquisizione risale al 1987, anno nel quale il gruppo marchigiano è diventato proprietario dell'Indesit, seguita a breve dalla francese Scholtés, specializzata in prodotti di alta qualità.

Un ruolo chiave per il successo degli ultimi tre anni hanno assunto le acquisizioni di Stinol e di General Domestic Appliances Holdings Ltd (GDAH).

In particolare, quella di Stinol, avvenuta nel 2000 e costata alla Merloni Elettrodomestici 120 milioni di dollari (con un impegno di spesa per i tre anni successivi di altri 50 milioni di dollari per i nuovi prodotti e per l'ammodernamento degli impianti) ha aperto all'azienda marchigiana un mercato molto grande, in quanto questa società copre da sola il 40% del mercato dei frigoriferi in Russia. L'obiettivo dell'investimento realizzato dalla società fabrianese è stato quello di ampliare ulteriormente la quota di mercato detenuta nell'ex Unione Sovietica, obiettivo che si è inteso perseguire sia aumentando la penetrazione di mercato, sia puntando sulla diversificazione attraverso il rinnovo di un parco prodotti alquanto obsoleto. Le prospettive di crescita in Russia sono molto alte (10% all'anno fino al 2005), supportate dalla continua crescita nel paese della domanda di beni durevoli come gli elettrodomestici, in relazione al forte sviluppo economico e sociale di questi ultimi anni.

Dopo la crescita nei paesi dell'est - avvenuta sotto la spinta dell'acquisizione di Stinol - la Merloni ha inteso riequilibrare la propria presenza nell'Europa occidentale. A tal fine, ha acquisito il 50% del capitale della società inglese GDAH a cui fa capo Hotpoint, marchio *leader* in Gran Bretagna (il restante 50% del capitale è di proprietà dell'americana General Electric)[4 5]. L'investimento, di entità superiore a 190 milioni di euro, ha garantito alla società marchigiana di diventare il primo produttore in Gran Bretagna, con una quota di mercato intorno al 30% (di fatto la sommatoria tra le precedenti quote di GDA e Merloni). Questa operazione ha innanzitutto offerto a Merloni la possibilità di commercializzare nel mercato britannico alcuni prodotti di punta con marchio Ariston e Indesit e, al contempo, di estendere la gamma di prodotti

---

[4] General Domestic Appliances Holdings Ltd opera principalmente in Gran Bretagna e Irlanda, con un fatturato di circa 810 milioni di euro e rappresenta circa il 23% degli elettrodomestici venduti in Gran Bretagna. Possiede quattro siti produttivi specializzati per tipo di prodotto: a Peterborough, dove è anche la sede della società, vengono prodotti frigoriferi e congelatori, a Blythe Bridge forni e cucine, a Kinmel Park lavatrici, a Yate asciugatrici. Le linee di prodotto sono complementari rispetto a quelle della Merloni Elettrodomestici. Il suo livello di redditività è simile a quello di Merloni.

[5] Attualmente il consolidamento di GDA si è innalzato al 100%. L'operazione è stata effettuata sulla base dell'accordo di "put and call" firmato tra Merloni e General Electric nel giugno 2002 con decorrenza a partire da gennaio 2003 che dava diritto a GE di vendere e alla Merloni di acquistare il 50% posseduto dalla prima del capitale di GDAH.

offerti sugli altri mercati europei a elettrodomestici prodotti dalla società inglese con marchio Hotpoint, complementari rispetto ai suoi.

Le acquisizioni di imprese estere hanno rappresentato un'importante scelta strategica ai fini della internazionalizzazione produttiva del gruppo. Questa stessa finalità è stata perseguita anche attraverso altre modalità, come l'acquisizione di partecipazioni di maggioranza in società dello stesso ramo e la realizzazione di investimenti *green field*. Attualmente la Merloni dispone in tutto di 17 stabilimenti di produzione (compresi quelli in Italia).

La maggioranza degli stabilimenti esteri del Gruppo è situata nell'area occidentale dell'Europa, precisamente in Francia, in Portogallo e in Gran Bretagna; in quest'ultimo paese la Merloni può ora contare anche sui quattro stabilimenti derivanti dall'acquisizione di GDA.

Altre tre unità produttive sono dislocate in Europa centrale e orientale: lo stabilimento per la produzione di cucine a Lodz in Polonia e gli impianti per la produzione di frigoriferi e congelatori a Manisa in Turchia e a Lipetzk in Russia. Queste tre unità produttive impiegano complessivamente circa 6.000 persone, ma il numero cresce sensibilmente se si considera anche l'indotto, rappresentato dall'estesa rete di fornitori locali di cui si avvalgono gli stabilimenti.

Nell'area esterna all'Europa, un importante sito produttivo è stato avviato in Argentina.

Con questa capillare articolazione internazionale della produzione, l'azienda è in grado di servire in modo più efficiente tutti i mercati di sbocco. Infatti, dislocando strategicamente gli stabilimenti in vari paesi, sono stati significativamente ridotti i tempi di produzione degli elettrodomestici e i costi di trasporto, che, soprattutto per frigoriferi e congelatori, incidono in maniera significativa sul prezzo finale dei prodotti.

Lo sviluppo internazionale della società ha riguardato naturalmente anche l'aspetto commerciale. In questo contesto si inserisce la creazione di una capillare rete di consociate (attualmente la società dispone di 21 sedi commerciali, comprese quelle in Italia) localizzate in numerosi paesi europei ed extra - europei, tra cui anche Cina, Singapore e la stessa Argentina.

La gestione delle attività commerciali nei principali mercati occidentali compete alla Direzione West Europe che si trova a Parigi ed impiega oltre 300 persone. Grazie alla centralità della posizione l'organizzazione è in grado di gestire con particolare efficacia le relazioni con la grande distribuzione internazionale, molte delle cui direzioni si trovano proprio a Parigi. Nel corso del 2002, oltre a sviluppare ulteriormente le *partnership* con la distribuzione moderna, la direzione si è rafforzata con una organizzazione sempre più vicina ai mercati locali e in grado di garantire una strategia comune nei paesi dell'Europa occidentale. Tra i progetti avviati più di recente ci sono una serie di azioni coordinate con i principali clienti per valorizzare i prodotti sul punto vendita e per sviluppare contatti più diretti con i consumatori finali.

Per quanto riguarda i risultati, tutte le operazioni condotte sui mercati internazionali hanno contribuito nel tempo ad accrescere la porzione di fatturato derivante dalle vendite all'estero, che lo scorso anno ha raggiunto l'82,2% del fatturato complessivo.

Nell'Europa occidentale, che genera il 64% delle vendite estere, la crescita complessiva è stata dell'8% in termini di quantità, con punte del 10% circa in Francia, Spagna e Olanda.

In Europa centro – orientale, che, insieme ai paesi d'oltremare copre il 36% del fatturato estero, la Russia si è confermata il principale mercato di sbocco, seguito dalla Turchia. La particolare attenzione rivolta all'area russa, soprattutto grazie a Stinol, ha infatti assicurato un ulteriore aumento delle vendite realizzate in questo paese e un rafforzamento della quota di mercato. Anche nella maggior parte degli altri paesi dell'area la Merloni ha comunque consolidato la sua posizione di *leader* e aumentato ulteriormente la già importante quota di mercato detenuta.

In generale, in questa porzione di Europa la Merloni sta sperimentando un'evoluzione rapida e costante. Si tratta di un'area caratterizzata da un contesto di scambi molto dinamico nel settore degli elettrodomestici: nel 2002 le importazioni dell'area in questo comparto sono aumentate di oltre il 31% rispetto all'anno precedente, in linea con il significativo trend di crescita che dura da due anni. Anche le prospettive di sviluppo sono notevoli, se si considera che la penetrazione degli elettrodomestici è ancora molto bassa (la lavabiancheria, il prodotto più diffuso, è presente solo nel 70% delle famiglie). Per consolidare la sua posizione e sfruttare al meglio le possibilità di crescita, anche in vista dell'allargamento dell'Unione Europea, la società ha articolato la sua organizzazione commerciale sul territorio con sedi locali in tutte le principali capitali dell'area, che vengono coordinate dalla Direzione Central East Europe, con sede a Lugano, e da un secondo quartier generale a Mosca, che gestisce più specificatamente le attività in Russia e negli altri paesi ex URSS. La struttura organizzativa è particolarmente articolata e capillare nei mercati più importanti e dove sono le tre unità produttive (Polonia, Turchia e Russia), mentre negli altri paesi è più agile e veloce, anche per poter reagire in tempi stretti al forte dinamismo che caratterizza questi mercati in rapida evoluzione.

Completano questo breve quadro della Merloni le strategie a breve termine e i risultati attesi per l'anno in corso.

In particolare, le scelte strategiche che la società intende adottare nel breve termine, sia sul mercato interno che a livello internazionale, prediligeranno gli investimenti nei prodotti, nell'*Information Technology* e nelle risorse umane. La politica di rinnovamento a livello di marchi del Gruppo dovrebbe favorire le *partnership* commerciali, che l'azienda mira ad aumentare per realizzare una maggiore penetrazione dei mercati di sbocco. Al rafforzamento della propria posizione all'estero è finalizzato anche il compimento di nuove acquisizioni e nuovi investimenti *green field*. A tal proposito, alcuni analisti hanno anche previsto che l'azienda marchigiana potrebbe optare per eventuali acquisizioni di aziende tedesche in crisi, in quanto la Germania rappresenta l'unico mercato europeo in cui la Merloni continua ad essere debole. Infine, il consolidamento al 100% di GDA dovrebbe consentire il rafforzamento della posizione di *leader* sul mercato inglese e un'ulteriore crescita del fatturato complessivo, che, secondo le previsioni, nel 2003 supererà i tre miliardi di euro.

L'industria degli strumenti musicali e l'importanza del "made in": il caso Proel

Un settore in cui il nostro paese vanta punte di eccellenza è quello degli strumenti musicali. Si tratta di una industria che impiega oltre settemila persone e in cui operano quasi duemila aziende (di cui 1.200 sono rivenditori al dettaglio), per la maggior parte a conduzione artigianale[6].

Gran parte della produzione italiana (oltre il 70%) si concentra nelle Marche, il distretto industriale della musica italiana, dove si producono soprattutto strumenti a tecnologia elettronica e fisarmoniche[7]. Interessanti produttori di media dimensione sono comunque presenti anche al di fuori del distretto e tra questi si può annoverare la Proel S.p.A.

Fondata nel 1991 a Sant'Omero in Val Vibrata (TE), la Proel ha conquistato in poco tempo un posto di rilievo nel settore degli strumenti musicali elettronici, usufruendo di un successo commerciale considerevole ottenuto puntando su specializzazione e innovazione.

La produzione, inizialmente rappresentata da accessori musicali (cavi e connettori), si è rapidamente allargata per occupare nuove nicchie di mercato e copre oggi una vasta gamma di prodotti, quali diffusori acustici per interni ed esterni, cavi di collegamento elettronici e acustici, impiantistica di avanguardia e strumenti musicali ed accessori. Tra questi ultimi, un prodotto di successo è rappresentato dalle batterie "Tamburo", coperte da dodici brevetti internazionali e apprezzate dai più noti batteristi e percussionisti. Tra le specializzazioni più recenti spiccano l'home theatre, gli accessori per computer e i prodotti per illuminazione di locali pubblici.

La Proel impiega circa 80 persone e il suo fatturato è cresciuto in dieci anni ad un ritmo sostenuto: è passato da 1.355 milioni di lire del 1991 a 23,5 milioni di euro del 2001 con un aumento di oltre il 20% rispetto all'anno precedente. Le previsioni per il 2002 superavano i 31 milioni di euro, mentre per il 2003 si punta a 38,5 milioni di euro e per il 2004 a 48 milioni.

Il commercio con l'estero è molto significativo, rappresentando una percentuale superiore al 60% del risultato realizzato. La rete di distributori di cui l'azienda si avvale consente di essere presente con i propri prodotti in più di ottanta paesi.

La strategia di internazionalizzazione tramite esportazione indiretta è stata integrata in tempi più recenti dalla presenza diretta sui mercati più importanti attraverso proprie consociate. Gli investimenti hanno interessato il Regno Unito, dove nella seconda metà degli anni novanta è stata costituita la Proel International ltd; gli Stati

---

[6] Fonte Dismamusica (associazione dei produttori di strumenti e di edizioni musicali).

[7] L'area plurisettoriale di Osimo-Recanati-Castelfidardo riunisce i distretti di Recanati e Osimo, individuati dalla Regione Marche, con la deliberazione amministrativa del Consiglio Regionale n° 259 del 29 luglio 1999. L'area è collocata a cavallo delle province di Ancona e Macerata e interessa complessivamente 14 comuni con una popolazione residente complessiva di poco più di 126 mila abitanti, un territorio di circa 522 kmq, per circa 2/3 concentrati all'interno dei tre comuni principali per intensità di sviluppo delle attività produttive. I 14 comuni interessati sono:
- per la provincia di Ancona: Camerano, Castelfidardo, Filottrano, Numana, Offagna, Osimo e Sirolo;
- per la provincia di Macerata: Loreto, Montecassiano, Montefano, Montelupone, Portorecanati, Recanati e S. Maria Nuova.

Uniti, con la Proel USA presente dal 1999; i Paesi Bassi, la Spagna e il Portogallo, dove sono state inaugurate qualche anno fa tre nuove filiali commerciali. La consociata portoghese, oltre a servire il mercato interno, funge da testa di ponte per i paesi del Nord Africa. La più recente sede all'estero è la Proel France, a St. Quirin nella regione della Lorena, che si estende su un'area di cinquemila metri quadri e che è considerata strategica per affrontare in maniera più incisiva il mercato francese.

Le strategie future vedono la Proel impegnata nell'espansione in Asia, a partire dalla Cina, dove l'azienda abruzzese ha pianificato di aprire una nuova sede operativa a Ningbo, importante città della regione dello Zhejiang.

Il mercato estero più interessante rimane comunque quello nordamericano: si tratta di un mercato molto vasto (oltre 6 miliardi di dollari nel settore di riferimento), adeguatamente coperto da una capillare rete distributiva di rivenditori che si aggiungono ai numerosi centri della grande distribuzione.

Per la Proel, la scelta di avere una presenza diretta negli Stati Uniti è derivata da due fattori fondamentali: l'insoddisfazione dei risultati ottenuti attraverso le vendite indirette e la necessità di superare la barriera rappresentata dalla diffidenza verso gli strumenti musicali elettronici che non hanno il "*made in*" di paesi specializzati in questo tipo di prodotti (Stati Uniti, Giappone, Cina e altri paesi asiatici)).

L'investimento, di entità pari a 500 mila dollari, è stato finalizzato alla realizzazione di uno stabilimento produttivo a El Paso, in Texas, dove attualmente vengono assemblati componenti realizzati in Italia. L'obiettivo è quindi di compiere negli Stati Uniti una parte del processo produttivo (poco più del 30%), in modo da garantire la quota di produzione locale richiesta per apporre sul prodotto finito il marchio di provenienza "*made in USA*" che consente di aggirare l'ostacolo della barriera "non tariffaria" del "*made in*" a cui questa categoria di prodotti è sottoposta.

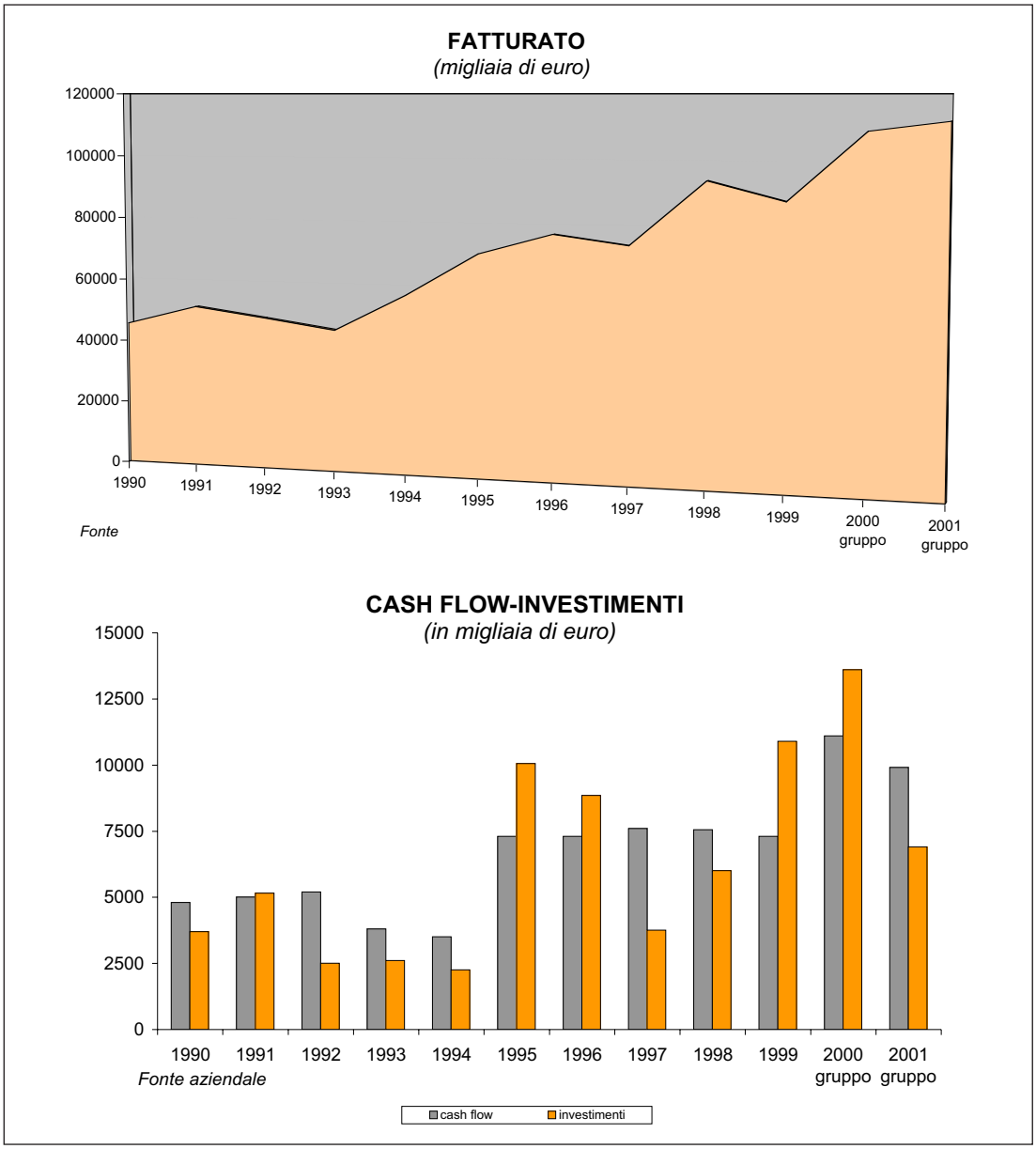
La filiale texana Proel USA è stata inaugurata nel luglio del 1999 con un organico iniziale di 20 persone, che a regime dovrebbe raggiungere le 40 unità.

Le previsioni di crescita di questo stabilimento sono notevoli, in considerazione di alcuni elementi. Innanzitutto, El Paso rappresenta uno dei più importanti centri distributivi degli Stati Uniti, trovandosi in una posizione baricentrica tra la costa occidentale e orientale del paese. Inoltre, la cittadina texana consente di accedere alle "Foreign Trade Zones", zone a porto franco da cui è possibile riesportare in tutto il mercato dell'America Latina, senza doppie imposizioni doganali.

Infine, la vicinanza al Messico potrà fornire all'impresa abruzzese l'opportunità di delocalizzare, in futuro, alcune fasi del processo produttivo in questo paese. Infatti, solo il Rio Grande separa El Paso dalla città di Juarez, dove molte imprese statunitensi hanno già delocalizzato parte della produzione sfruttando la disponibilità di manodopera specializzata a basso costo, grazie al regime doganale favorevole in seguito agli accordi Nafta.

Investire in pool per guadagnare competitività: il caso Streparava SPA e il consorzio CIMU

Nata nel 1951 in una chiesa sconsacrata di Cologne (BS) con cinque dipendenti e un fatturato di 70 milioni di lire, oggi la Streparava è tra le prime imprese subfor-



nitrici del settore metalmeccanico, con 440 dipendenti (l'indotto supera le mille unità) e un bilancio consolidato di 110 milioni di euro.

Lasciata Cologne per Adro (BS), dove si trova ancora adesso la sede principale, la Streparava si è fortemente sviluppata, merito anche di una progressiva fusione di differenti realtà industriali. Dall'iniziale attività di produzione di viti, nel tempo l'azienda si è specializzata in svariati settori, passando dai pezzi singoli ai gruppi, alle macchine utensili e, nei primi anni ottanta (con la Oto Melara), anche a componenti per automobili.

Attualmente la Streparava è organizzata in cinque divisioni, di cui quattro sono specializzate nella produzione di componenti ad alta complessità tecnologica (sospensioni indipendenti e assali rigidi, componentistica per motori diesel), destinati ai settori dei veicoli industriali e commerciali. La quinta divisione, quella delle Macchine Utensili, progetta e produce una vasta gamma di linee e di prodotti, in particolare

macchine speciali di fresatura e tornitura, il 50% delle quali è utilizzato per la messa a punto dei componenti.

Oltre allo stabilimento di Adro, la Streparava possiede due strutture produttive all'estero, una in Spagna e una in Brasile. La Streparava iberica s.a., localizzata a Valladolid, svolge prevalentemente attività di assemblaggio di pezzi prodotti in Italia, impiega circa 30 dipendenti e la maggioranza del suo capitale è detenuto dalla Streparava International B.V., con sede in Olanda. La brasiliana Streparava componentes automotivos ltda si trova a Sete Lagoas, nello stato di Minas Gerais ed è di recente costruzione. Sul mercato americano l'azienda è presente con la Streparava USA Inc., società commerciale con sede a Detroit, che ha intrapreso importanti rapporti con i maggiori produttori di veicoli.

La più importante operazione di internazionalizzazione di Streparava è stato senza dubbio l'acquisto di Saturn, la più grande fonderia rumena, avvenuto nel corso dell'anno 2000. L'investimento, realizzato sotto il coordinamento della Probest, società di servizi di Ucimu (Associazione nazionale dei produttori di macchine utensili), è di forte interesse nel panorama delle PMI italiane per la modalità con cui è stata realizzata. La Streparava, infatti, per portare a termine l'acquisizione, ha costituito un consorzio *ad hoc*, Cimu Srl, di cui Pier Luigi Streparava è stato nominato Presidente. Al consorzio hanno aderito altre imprese del settore delle macchine utensili, il cui fatturato medio si colloca tra i 15 e i 20 milioni di euro.

Con un accordo divenuto operativo all'inizio del 2000, Cimu ha acquisito il 62% del capitale della fonderia rumena, mentre la restante parte del capitale si è così distribuita: il 13,1% è rimasto al fondo statale Sif Banat Crisana, il 20,8% è posseduto da un fondo privato e per 4% circa è in mano ai dipendenti dell'impresa rumena. L'investimento è costato 1,4 milioni di euro con l'impegno per i successivi cinque anni ad investire 300 mila euro l'anno, cui si aggiunge l'impegno al ripianamento dei debiti.

L'operazione è stata condotta con l'obiettivo principale di guadagnare competitività di prezzo, senza incidere sulla qualità. Questo perché anche il mercato delle fusioni è stato sottoposto nell'ultimo decennio alla concorrenza di imprese dell'Est europeo e anche di realtà più lontane (India e Cina), in grado di insidiare le fonderie italiane e tedesche, grazie al basso costo della manodopera, unito ad uno standard qualitativo sufficiente. Di fronte a questa situazione, i maggiori produttori tedeschi di macchine utensili hanno reagito acquisendo o creando fonderie nei vicini paesi dell'Est europeo.

I produttori italiani, di dimensioni più piccole rispetto ai concorrenti tedeschi, hanno invece avuto difficoltà a saturare singolarmente la capacità produttiva di una fonderia, per cui l'organizzazione di un *pool* di imprese disposte ad investire all'estero è risultata la strategia più opportuna per rispondere alla competizione. Con l'acquisizione della fonderia, infatti, le imprese del consorzio avrebbero potuto accedere direttamente ad una fonte di approvvigionamento, con la garanzia della costanza e contiguità nelle consegne, di prezzi competitivi e di standard qualitativi buoni.

La realizzazione dell'iniziativa non è stata semplice, sia per l'insorgere di incomprensioni e di rivalità tra le imprese del consorzio, sia perché gli imprenditori hanno dovuto visitare decine di stabilimenti prima di addivenire ad una decisione definitiva. Dopo sette anni di colloqui e negoziati, l'attenzione è stata infine concentrata su Saturn, una grande fonderia rumena fondata nel 1976 e di proprietà dello

stato, i cui impianti si estendono su una superfice di 270.000 mq. in prossimità di Alba Iulia, nel cuore della Transilvania. In realtà, i primi contatti tra alcune imprese del pool e Saturn risalivano già alla fine degli anni ottanta: contatti che si erano rivelati non positivi, perché se sul fronte del prezzo il vantaggio era evidente, dal lato della qualità il prodotto rumeno era estremamente carente e la gestione statale non dava alcuna garanzia. A metà degli anni novanta gli imprenditori italiani avevano deciso di scommettere sull'impresa rumena e di impegnarsi direttamente, investendo in formazione e predisponendo un piano industriale, necessario per farsi trovare preparati al momento della privatizzazione.

I risultati dell'acquisizione sono stati ampiamente soddisfacenti. A meno di tre anni dall'acquisizione, la produzione di Saturn è passata da 400 tonnellate al mese a 1.100 tonnellate; l'impianto funziona a pieno regime e ha quasi saturato la capacità produttiva di 15.000 tonnellate all'anno. Saturn ha oggi circa 600 dipendenti, molti dei quali giovani di recente assunzione, mentre nessuna variazione è stata apportata a livello di management. L'incremento del fatturato è del 30% annuo, merito della qualità delle fusioni (pienamente soddisfacente e ormai in linea con gli standard europei) e dei prezzi estremamente concorrenziali (40% in meno rispetto a quelli italiani).

I clienti di Saturn in Italia sono all'incirca sessanta e rappresentano ormai l'80% del fatturato totale; ad essi si aggiungono sporadiche forniture in Spagna e Germania, oltre al mercato interno rumeno.

Le uniche ombre dell'operazione sono rappresentate dalle difficoltà burocratico-legislative legate al processo di privatizzazione in Romania: per buona parte degli anni novanta le imprese sotto controllo statale hanno sospeso ogni pagamento fiscale e contributivo e tuttora non è chiaro se e in che misura gli acquirenti privati si debbano far carico di questo indebitamento pregresso. Recentemente è stata ceduta la parte della fabbrica che produce utensileria, ritenuta "non strategica" dagli investitori italiani; in compenso, sono state avviate trattative per acquistare la quota ancora in mano al fondo statale.

Zonin: l'importanza della qualità per il successo internazionale

Con una produzione di oltre 25 milioni di bottiglie l'anno la Casa Vinicola Zonin, costituita nel 1821 a Gambellara (Vicenza), rappresenta una delle firme storiche più importanti della vitivinicoltura del nostro paese ed è oggi la terza azienda vitivinicola privata d'Europa.

Da sette generazioni la famiglia Zonin è legata alle proprie radici, alla terra e ai vigneti delle colline di Gambellara, un piccolo comune veneto tra Verona e Venezia nel Nord Est d'Italia. Non è un caso se nel marchio Zonin viene sottolineato "*viticultori dal 1821*", concetto che ribadisce l'attenzione per il vigneto, condizione di partenza per produrre vini di qualità.

Nel corso dell'ultimo secolo, da famiglia di viticoltori, Zonin è diventata un punto di riferimento nel panorama enologico italiano e da qualche anno ha avviato una vera e propria "rivoluzione" nella direzione dell'alta qualità, impegnandosi a soddisfare la crescente richiesta di prodotti di livello da parte dei consumatori italiani ed internazionali, puntando con importanti investimenti sui vigneti e sui vitigni autocto-

ni delle più vocate regioni italiane. L'obiettivo è una decisa evoluzione dei vini prodotti verso i massimi livelli qualitativi. Negli ultimi tempi, infatti, il mercato del vino ha subito una profonda trasformazione. Dopo anni in cui il cambiamento delle abitudini alimentari sembrava condannare a una progressiva marginalità la domanda di vino, si è assistito ad una rivitalizzazione di questa bevanda; questo anche perché i produttori hanno saputo dare subito una risposta con prodotti di qualità al cambiamento radicale nei gusti dei consumatori. Le ragioni del cambiamento sono varie e vanno da una migliore informazione e preparazione dei clienti, a nuove scoperte scientifiche che raccomandano l'assunzione regolare di vino a scopo di prevenzione e, sicuramente, ad un fenomeno di moda legato al concetto del piacere e del "buon vivere". Grazie a questa svolta, molte aziende italiane hanno trasformato la minaccia in opportunità e Zonin non si è sottratta alla sfida, introducendo una nuova strategia aziendale e rivedendo la sua *mission* nell'obiettivo di garantire la qualità in tutte le fasce del mercato servite: "*il vino non deve rimanere un piacere per pochi*".

E' importante sottolineare che un forte impulso allo sviluppo di questa casa vinicola è stato rappresentato dai positivi risultati conseguiti sui mercati esteri. Il numero dei paesi in cui l'impresa esporta i propri vini è progressivamente cresciuto e lo scorso anno ha quasi raggiunto i 70 mercati. Analogamente, la quota di fatturato derivante dalle vendite all'estero è aumentata ed è attualmente superiore al 40% (nel 2002 il fatturato complessivo è stato pari a 80 milioni di euro, +10% rispetto all'anno precedente). Il principale mercato di sbocco è rappresentato dagli Stati Uniti, seguito dal Giappone, dove, in particolare, nel 2001 la Zonin ha registrato un aumento delle vendite del 50% nonostante la crisi economica attraversata dal paese. Sul buon risultato ha sicuramente influito il diffondersi della conoscenza del vino - e in particolare di quello italiano, ormai secondo solo a quello francese - ma non meno importante sono stati la corretta individuazione dei prodotti da commercializzare sul mercato (ad esempio il Primitivo di Manduria, che la Zonin ha iniziato a vendere per confrontarsi con certi vini corposi in arrivo dall'Australia, uno dei concorrenti più aggressivi in Asia), nonché la scelta di avvalersi del colosso nipponico Asahi per la distribuzione dei prodotti. Il Giappone, peraltro, rappresenta una delle aree con le maggiori prospettive di sviluppo, in quanto, alle opportunità offerte dal consolidamento del successo della cucina italiana, si aggiungono quelle che deriveranno dagli effetti benefici della liberalizzazione della vendita al dettaglio dei vini (prevista per l'anno in corso). Altri importanti mercati sono il Brasile, l'Australia, il Canada e la Svizzera e, tra i partner UE, la Germania e l'Inghilterra. Per la collocazione dei propri vini la Zonin si avvale, per quanto riguarda il mercato interno, di una rete commerciale composta da 150 agenti plurimandatari. Gli agenti curano direttamente i rapporti con i distributori che per il 50% sono rappresentati dalla distribuzione moderna (supermercati, grandi store e ipermercati) e per l'altra metà dai canali tradizionali (enoteche, wine-bar, ecc.) e dall'horeca[8].

[8] Horeca è acronimo di hotels, restaurants and catering. Il vino nell'Horeca rappresenta una voce determinante per il fatturato delle aziende vinicole, che hanno proprio in questo segmento di mercato un riferimento consistente della loro attività commerciale.

Oltre ad esportare i propri vini in numerosi paesi, la Zonin ha anche una presenza diretta nel mercato statunitense, in Virginia. Nella East Coast, l'azienda ha realizzato la tenuta di Barboursville Vineyards, dove viene prodotta un'ampia varietà di vini e dove il Nebbiolo - vitigno principe piemontese - ha trovato una collocazione ideale.

Sia nel mercato interno che all'estero la strategia aziendale è focalizzata innanzitutto sulla qualità e sui prodotti. Le politiche di prodotto della Zonin comprendono diverse tipologie di vini doc, Igt e spumanti che si posizionano in diverse fasce di mercato. Più in dettaglio, la gamma dei vini commercializzati si distribuisce in tre ambiti operativi. Il primo, con il marchio Zonin, è diretto principalmente alla grande distribuzione e, in parte, al canale tradizionale e rappresenta il 70% del volume d'affari. Il secondo ambito, con i marchi delle fattorie, sviluppa un altro 25% del giro d'affari complessivo nel comparto tradizionale ed horeca. Infine, il terzo ramo operativo è la linea di alto livello con il marchio Gianni Zonin Vineyards, che individua i vini di pregio, riservati all'alta ristorazione, ai punti vendita specializzati e agli appassionati più raffinati.

Il totale delle bottiglie prodotte raggiunge i 25 milioni, numero che fa di Zonin uno dei produttori *leader* nel nostro paese. Oltre che dalle uve dei vigneti delle tenute di famiglia, i vini della casa vinicola Zonin vengono anche ottenuti da uve conferite da 350 viticoltori del Veneto (in particolare dei territori doc di Soave e Gambellara) e, per una piccola parte, in altre regioni italiane. Queste uve vengono poi vinificate, affinate e imbottigliate nelle cantine storiche Zonin di Gamballara.

La produzione è realizzata quasi totalmente in Italia, nelle cantine di vinificazione e di affinamento della sede storica e nelle altre 7 cantine delle tenute (saranno 9 entro il 2004); una quota residuale di produzione viene realizzata nello stabilimento statunitense.

Tra i punti di forza dell'impresa, un elemento cardine è rappresentato dalla valorizzazione dei vitigni autoctoni. In particolare, per quanto riguarda i vigneti, Zonin si sta concentrando per sviluppare al meglio il concetto di qualità, attraverso l'impiego di un'equipe tecnica tra le più preparate del settore e l'utilizzo di un sistema gestionale alquanto complesso. I 32 enologi e tecnici viticoli che compongono lo staff tecnico hanno dato una nuova impronta alla produzione, attraverso la realizzazione di vini che interpretano al meglio i gusti dei consumatori internazionali partendo, però, dalla valorizzazione delle varietà tipiche del territorio italiano.

Un altro punto fondamentale sono gli investimenti nelle vigne e nelle cantine delle tenute di famiglia, attualmente pari a 11. A partire dal 1999 la Zonin, identificata in passato grazie a un felice slogan pubblicitario come l'azienda che "comprava" le uve, ha intrapreso, infatti, una serie di acquisti programmati di vigneti nelle regioni italiane che vantano la più antica e consolidata tradizione vinicola. Per questo tipo di investimenti l'azienda ha destinato annualmente il 20% circa del fatturato conseguito.

Non meno importanti sono, infine, gli investimenti per l'acquisto di nuove tenute. La scelta delle aziende agricole è un progetto recente, che negli ultimi tre anni ha avuto un colpo di accelerazione, in particolare con lo sbarco in Maremma, in Puglia e in Sicilia, dove sono stati acquisiti un migliaio di ettari con un investimento stimato intorno a 50 milioni di euro. La scelta di queste ultime due regioni nasce dalla considerazione che il Sud rappresenta la nuova frontiera dell'enologia *made in Italy* che

punta sulla qualità. Oggi nel Mezzogiorno è possibile produrre vini in linea con le nuove richieste dei consumatori, ormai sempre più orientati verso rossi corposi, ben strutturati, mediterranei, frutto di un patrimonio varietale di primissimo ordine ed al tempo stesso di forte *appeal* internazionale.

Complessivamente la Zonin è proprietaria di 11 tenute che si estendono complessivamente su una superficie di 3700 ettari, di cui 1800 a vigneto specializzato, e che sono localizzate 2 in Friuli, 4 in Toscana e una, rispettivamente, in Lombardia, Veneto, Piemonte, Sicilia e Puglia. Nelle regioni in cui è presente con le proprie tenute la famiglia Zonin ha poi assunto il ruolo attivo di "custode" del territorio, che esercita attraverso la conservazione e la salvaguardia del territorio e delle tradizioni rurali, nonché attraverso la valorizzazione delle peculiarità storiche e paesaggistiche.

Un altro importante investimento che l'azienda ha attuato è stato quello relativo alle risorse umane. Attualmente l'azienda si avvale della collaborazione di 500 dipendenti, di cui 200 impiegati nella sede storica di Gambellara e 300 nelle aziende agricole e nelle cantine.

Infine, un cenno merita la strategia di comunicazione adottata dall'azienda, che fa leva sulla immagine di qualità e sulla lunga tradizione di sette generazioni che la famiglia Zonin può vantare. In questa ottica si pone anche il portale web, www.zonin.it, segnalato tra i migliori siti delle cantine italiane, che contiene numerosi informazioni sulle cantine, sui vini e sulle tenute della famiglia. Tra i più recenti strumenti di comunicazione è interessante menzionare l'organizzazione di "wine days", in cui l'azienda apre agli enoturisti le cantine di proprietà, con l'obiettivo di veicolare non solo l'immagine del produttore, ma anche il valore culturale della produzione vitivinicola, dal momento che il vino viene vissuto sempre più dai consumatori come uno strumento di cultura e di conoscenza del territorio.

LE STRATEGIE DI DELOCALIZZAZIONE DELLE IMPRESE DEL NORD EST NEI PAESI DELL'EUROPA SUD ORIENTALE: RETI LUNGHE O FABBRICHE CON LE RUOTE?

*di Ilaria Mariotti**

La delocalizzazione delle imprese italiane nel Sud Est Europeo è un fenomeno che ha assunto dimensioni consistenti in conseguenza soprattutto dei mutamenti del quadro politico e istituzionale in Europa, della riduzione delle barriere tariffarie e dello sviluppo di tecnologie di comunicazione e trasporto che hanno favorito l'estensione su scala transnazionale dei sistemi produttivi (Corò e Volpe, 2003). Da poco meno di venti anni si è andata intensificando la presenza delle imprese italiane operanti nei settori del Made in Italy[1], appartenenti soprattutto ai distretti del Nord Est ma anche del Centro e del Sud-Est[2], ognuno con la propria scala, nei Paesi dell'Europa Sud Orientale (PESO[3]), tale da far ritenere che non si tratti affatto di un evento congiunturale quanto piuttosto di un sintomo del cambiamento strutturale dell'economia regionale e che rappresenti una delle modalità specifiche del suo processo di apertura internazionale (Anastasia e Corò, 2002; Viesti 2002a).

Il fenomeno della delocalizzazione internazionale ad opera delle imprese appartenenti ai distretti industriali del Made in Italy è stato documentato da tre principali filoni di ricerca. Il primo si è concentrato sulla presenza delle imprese italiane nei PESO con particolare attenzione alle tipologie di decentramento produttivo adottate (si vedano ad esempio: Schiattarella, 1999a; Corò e Grandinetti, 1999[4]; Viesti, 2002a). Il secondo filone ha tentato di analizzare, con metodi diversi, le dimensioni assunte dalla delocalizzazione nell'economia italiana, ponendo particolare enfasi sugli impatti sui mercati locali del lavoro (si vedano, fra gli altri, Barba Navaretti et al., 1999; Schiattarella, 1999b, 2003; Robiglio Rizzo, 1999)[5]. Infine, le ricerche appartenenti al terzo filone si sono basate su un'analisi qualitativa svolta su campioni di imprese distrettuali che hanno attuato strategie di internazionalizzazione produttiva (si vedano, fra gli altri, Turato, 2002; Micelli et al., 2003; Rabellotti, 2003; Bianchi e Mariotti, 2002). Sulla base delle ricerche condotte sul processo di delocalizzazione internazionale delle imprese distrettuali, qui di seguito vengono passati brevemente in rassegna i risultati di due ricerche appartenenti al terzo filone. La prima, condotta da Stefano Micelli, Maria Chiarvesio ed Eleonora Di Maria, indivi-

* *Dottoranda in Geografia Economica (presso il Dipartimento di Economic Geography), Faculty of Spatial Sciences, University of Groningen, Paesi Bassi; email: I.mariotti@frw.rug.nl.*
L'autrice desidera ringraziare Gianfranco Viesti per i commenti su una prima versione del lavoro. Un ringraziamento particolare va agli imprenditori intervistati: A. Parisotto (Scarpa), G. Pengo (Rossignol-Lange), A. Sartor (Stonefly), A. Tomat (Lotto), A. Zanatta (Tecnica) e a G. Cappellari (Treviso Glocal), S. De Rigo (Apindustria Vicenza), G. Graziottin (Cisl Treviso) e F. Turato (Fondazione Nord Est) per le utili riflessioni sul tema dell'internazionalizzazione dei distretti industriali.

[1] *Fanno parte di questo comparto le industrie del tessile e dell'abbigliamento, delle calzature, del cuoio e delle pelli e del mobile. Tuttavia, l'industria del mobile sembra essere stata interessata solo marginalmente dai processi di delocalizzazione internazionale, probabilmente per le stesse caratteristiche fisiche della produzione (Schiattarella, 1999a).*

[2] *In particolare, Marche e Puglia (Viesti, 2002a)*

[3] *I PESO sono costituiti da: Albania, Bosnia, Bulgaria, Croazia, Macedonia, Romania, Serbia-Montenegro e Slovenia.*

[4] *Lo studio di Corò e Grandinetti (1999) si concentra sugli agenti di internazionalizzazione produttiva dei distretti industriali con particolare enfasi sul processo di delocalizzazione.*

[5] *Per una rassegna delle ricerche sulla delocalizzazione produttiva e per un'analisi degli impatti locali di tali processi si veda Corò (2000; 2001).*

dua le principali strategie di internazionalizzazione produttiva emergenti nelle imprese leader appartenenti ai 20 principali distretti industriali del settore Made in Italy. La seconda, condotta da Luca Bianchi e da chi scrive, si sofferma sul confronto delle caratteristiche dei fenomeni di delocalizzazione delle PMI del Nord Est nei Paesi dell'est Europa rispetto a quella delle PMI del Centro Nord nel Mezzogiorno e mette in evidenza i fattori di spinta e di attrazione che hanno guidato le imprese nel trasferimento delle attività produttive.

Di seguito vengono presentati i risultati di un'indagine originale, condotta da chi scrive su un campione qualificato di imprese leader operanti nel settore della calzatura sportiva tecnica del distretto industriale di Montebelluna. Quest'analisi ha lo scopo di fornire un approfondimento sull'evoluzione della delocalizzazione internazionale dagli anni Ottanta ad oggi e si propone di delineare degli elementi per una valutazione preliminare sul futuro.

E' opportuno ricordare che le fonti statistiche tradizionali (le indagini sugli investimenti diretti o quelle sul traffico di perfezionamento passivo[6]) non sono in grado di cogliere l'effettiva entità della delocalizzazione internazionale (Schiattarella, 1999a; Corò, 2000). Questa incapacità è dovuta alla complessità che caratterizza le forme di internazionalizzazione della produzione nell'ultimo ventennio[7]. Con il termine delocalizzazione internazionale si intende infatti, sia la dismissione parziale o totale di impianti nella base domestica e l'apertura di un nuovo stabilimento in paesi terzi, sia lo spostamento di attività produttive, precedentemente svolte su base domestica, ad altre imprese localizzate in paesi stranieri (che possono essere di proprietà italiana o straniera). In quest'ultimo caso, la produzione (sia di beni finali che intermedi) non viene venduta direttamente sul mercato ma viene acquistata dall'impresa italiana presumibilmente per essere poi rivenduta sotto suo marchio (Schiattarella, 1999a). Nel primo caso si può parlare di Investimento diretto estero (IDE) poiché la produzione viene trasferita ad una nuova impresa consociata o partecipata dall'impresa principale o ad uno stabilimento produttivo o unità locale dell'impresa principale. Nel caso in cui lo spostamento della produzione interessi imprese localizzate in paesi stranieri, invece, l'impresa principale delocalizza mediante il subcontratto (produzione in conto terzi), ovvero, affida una fase della lavorazione, prima realizzati all'interno dell'azienda[8], ad imprese estere[9]. Il ricorso al subcontratto da parte di imprese nel settore del Made in Italy permette di trasferire un prodotto all'estero per effettuare alcune fasi di lavorazione; il prodotto viene poi reimportato nella base domestica per garantire gli interventi di finissaggio e assicurare la possibilità di mantenere il marchio Made in Italy[10] (Gregori, 1996).

La delocalizzazione internazionale o "frammentazione internazionale della produzione", come è stata definita recentemente (Baldone et al. 2000, 2002; Jones e

[6] *Gli investimenti diretti esteri (IDE) costituiscono investimenti reali effettuati all'estero (investimenti attivi) o dall'estero (investimenti passivi) in fabbriche, beni capitali, terra, scorte che avvengano sia attraverso la creazione di imprese consociate, sia mediante l'acquisizione di quote di controllo del capitale di imprese esistenti. Un'analisi sull'entità degli IDE in entrata e in uscita in Italia, con una disaggregazione regionale, è proposta da Cominotti, Mariotti e Mutinelli (1999; 2000; 2001). Il Traffico di Perfezionamento Passivo (TPP) è invece una forma di trasferimento provvisorio di un prodotto all'estero per effettuare alcune fasi di lavorazione; il prodotto viene poi reimportato nelle base domestica ottenendo un regime doganale speciale (si vedano, fra gli altri, Baldone et al., 2000, 2002).*

[7] *Sul tema della pluralità dei modelli di delocalizzazione internazionale si vedano, fra gli altri, Grandinetti e Rullani (1996); Mucchielli e Saucier (1997).*

[8] *O all'interno del distretto industriale da imprese fornitrici.*

[9] *Tale fenomeno sii maniifesta anche attraverso una iinternaziionaliizzaziione a monte della catena dii forniitura, quando sono glii stessii subforniitorii a spostare all'estero alcune fasii dii lavoraziione o deciidere dii oriientare le strategiie dii approvviigiionamento a scala iinternaziionale (Anastasiia e Corò, 2002).*

[10] *La delocalizzazione di attività produttive nei PESO, ad opera di imprese italiane operanti nei settori del Made in Italy, attraverso forme di subcontratto o subfornitura rientra nel TPP.*

[11] *Tessile-abbigliamento, calzatura, occhiali, concia.*

Kierskowski, 1997), può avvenire attraverso processi di integrazione orizzontale e verticale. Nel primo caso, si tende a replicare in diversi contesti geografici la struttura produttiva della casa madre, attraverso l'investimento diretto estero (IDE), spesso avendo come principale finalità quella di guadagnare un migliore accesso ai mercati locali. Nel secondo caso, invece, il processo produttivo originariamente realizzato dalla casa madre viene frammentato e dislocato, mediante rapporti di subcontratto o di subfornitura, in ambiti geografici separati spesso perché essi offrono le migliori condizioni di costo per la loro realizzazione (Schiattarella, 1999a, 1999b; Barba Navaretti et al. 1999; Baldone et al. 2000, 2002; Viesti, 2002a).

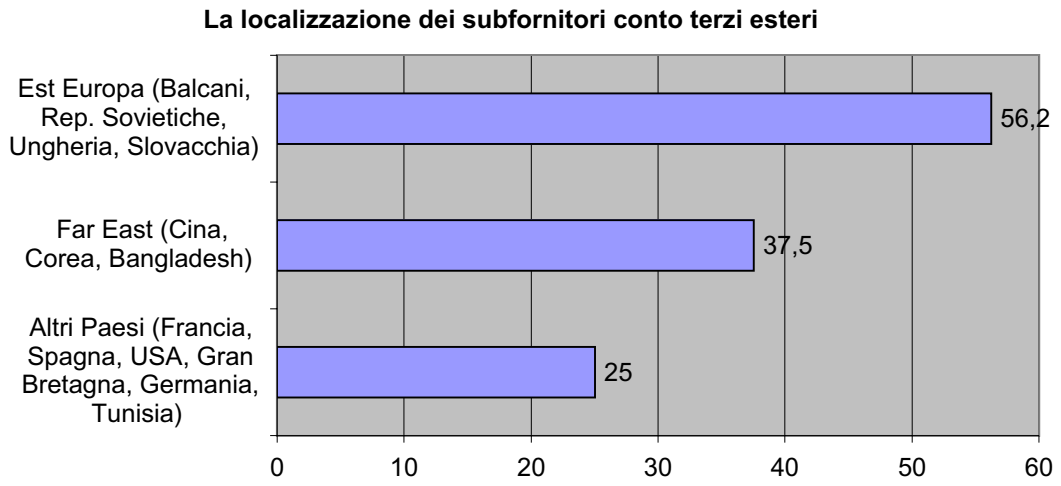
La ricerca svolta da Micelli et al. (2003), condotta attraverso un questionario strutturato telefonico, presenta il grado di apertura internazionale di un campione di 182 aziende, appartenenti al sotto-universo delle 306 imprese leader, appartenenti ai 20 principali distretti industriali italiani operanti nei comparti tipici del Made in Italy: moda[11], casa-arredo, meccanica. Le aziende intervistate appartengono per il 40,7% al Nord Est, il 28,0% alla Lombardia, il 18,7% all'Emilia Romagna e per il 12,6% alla Toscana. Dal punto di vista settoriale, la delocalizzazione internazionale interessa principalmente i comparti della moda e della meccanica, mentre le imprese del comparto casa (soprattutto le aziende dell'arredamento) rimangono maggiormente legate al territorio. Per quanto riguarda la tipologia di delocalizzazione, il 90% delle imprese esternalizza almeno parte della filiera. Di queste, il 14% ha attuato investimenti diretti all'estero nella forme di nuovi stabilimenti produttivi; il 47,7 % ha costituito relazioni di partnership con fornitori strategici esteri; il 13,4% fa ricorso a subfornitori esteri conto terzi (subcontratto); 15% ha sviluppato più di una forma di presenza all'estero.

I nuovi stabilimenti produttivi sono localizzati per il 46,1% nell'Est Europa (Balcani, Repubblica Ceca, Polonia e Slovacchia) e per il 30,8% nell'Europa occidentale (Francia, Spagna, Germania e Inghilterra). Il motivo principale che porta le imprese ad investire nei paesi dell'Est Europa o del Far East è la possibilità di sfruttare minori costi del lavoro (68,0%), mentre l'opportunità di essere presenti direttamente in aree di potenziale espansione commerciale per l'impresa (56,0%) spinge le aziende ad investire nei Paesi occidentali. I fornitori strategici esteri, ovvero i fornitori che risultano importanti per il mantenimento del vantaggio competitivo dell'azienda o del prodotto, sono prevalentemente localizzati in Europa occidentale (69,6%); tuttavia si iniziano a registrare percentuali interessanti di localizzazione in Paesi del Far East, Cina innanzitutto, (23,9%) o dell'Est Europa, nell'area balcanica e non (19,5%). La localizzazione dei subfornitori conto terzi esteri è prevalentemente nell'Est Europa (56,2%) o nel Far East (37,5%) (Grafico 1).

Lo studio condotto da Bianchi e Mariotti (2002) si propone di verificare l'ipotesi secondo cui il Mezzogiorno e i PESO non competano nell'attrazione di investimenti ad opera di imprese del centro-nord. L'ipotesi viene testata mediante una rassegna dei più recenti studi condotti sul tema[12] e un'analisi empirica basata su interviste, somministrate attraverso un questionario o una conversazione telefonica, ai

[12] Si vedano i recenti studi sull'attrattività delle regioni meridionali verso gli investimenti "esterni": Viesti, 2002b; CNEL, 2002; Mariotti, 2002; SVIMEZ, 2002; Giunta e Florio, 2002; Basile, 2001; Mariotti e Mutinelli, 1999; De Vargas Machuca et al. 1999.

[13] Il contratto d'area, il contratto di programma e il patto territoriale sono le tre linee operative della Programmazione Negoziata. Il contratto d'area, introdotto dall'accordo per il lavoro stipulato nel settembre del 1996 tra Governo e parti sociali, ha il compito di creare nelle aree colpite da crisi occupazionale, un ambiente adatto alla localizzazione di nuove iniziative imprenditoriali, e di nuova occupazione, attraverso incentivi agli investimenti e la creazione di condizioni volte al contenimento del costo del lavoro e alla promozione di condizioni sindacali favorevoli, alla semplificazione e alla flessibilità amministrativa e all'accesso al credito agevolato, nonché alla creazione di condizioni di massima sicurezza e controllo del territorio (Legge 662/1996; Delibera CIPE del 21 marzo 1997). Dall'ultimo monitoraggio della Presidenza del Consiglio dei Ministri sullo stato di attuazione dei Contratti d'area, che risale al 31 agosto 2002, risultano sottoscritti 18 Contratti d'area, dei quali 15



Fonte: TeDIS, 2002 (Micelli et al., 2003)

Grafico 1

titolari di due gruppi di imprese, rispettivamente 21 piccole e medie imprese del centro nord che hanno delocalizzato parte o tutte le attività in tre aree meridionali oggetto dello strumento negoziale del contratto d'area[13] (Crotone, Manfredonia e Ottana) e 37 piccole e medie imprese del Friuli Venezia-Giulia, Trentino-Alto Adige e Veneto che hanno delocalizzato in: Albania, Croazia, Romania e Slovenia. Per questa seconda indagine sono stati rielaborati i risultati della ricerca condotta da Turato (2002).

Le imprese intervistate che hanno delocalizzato nei PESO sono di piccole e medie dimensioni, appartengono a distretti industriali e operano nei settori dell'abbigliamento e tessile (49%) e metallurgico (49%). Queste, hanno trasferito parte o tutte le attività in Romania, per il 60%, in Croazia, per il 16%, in Slovenia e Albania per poco più del 10%, rispettivamente. Buona parte degli intervistati opera all'estero da almeno cinque anni, mentre un numero considerevole è presente con le proprie attività da sei/dieci anni[14]. Le attività produttive trasferite sono attività a basso valore aggiunto e ad alta intensità di manodopera (48,6%) poiché i Paesi dell'Est rappresentano mercati di 'approvvigionamento' (Tavola 1). Tuttavia, nell'arco di 6-10 anni di permanenza all'estero, la maggioranza delle imprese trasferisce lavorazioni sempre più complesse. Si manifesta, dunque un progressivo radicamento imprenditoriale attraverso lo spostamento all'estero di altre lavorazioni, come i controlli sulla qualità del prodotto, oppure, lavorazioni sempre più qualificate. La tipologia di delocalizzazione prevalentemente adottata è il ricorso al subcontratto.

A livello dimensionale, la maggioranza delle imprese che hanno delocalizzato nel Mezzogiorno è di piccole e medie dimensioni, con una prevalenza delle prime rispetto alle altre. La delocalizzazione di parte delle attività, con la conseguente apertura di unità locali, ha interessato il 71% delle imprese, la formazione di nuove imprese ha interessato il 28%. La maggior parte delle nuove iniziative industriali

localizzati nel Mezzogiorno e 3 nel Centro Nord, e 13 Protocolli aggiuntivi (Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per lo sviluppo delle economie territoriali).

[14] *La presenza delle PMII neii paesii balcaniicii era dii riiliievo anche iin annii precedentii la caduta del comunismo (Turato, 2002).*

[15] *La creazione di condizioni di massima sicurezza e controllo del territorio è uno dei requisiti del contratto d'area (Legge 662/1996).*

opera nel settore manifatturiero, con una prevalenza di imprese nel settore metalmeccanico (40%) e poco più del 10% nel settore dei servizi. Modesta, invece, la presenza delle imprese operanti nei settori del Made in Italy e del tutto assenti le imprese appartenenti a distretti industriali.

TIPO DI LAVORAZIONI SPOSTATE NEI PESO E NEL MEZZOGIORNO

(percentuale)

	PESO	MEZZOGIORNO
Tutte	48,6	45,4
Produzioni più economiche	48,6	13,7
Produzioni sempre più qualificate	2,0	22,8
Nuova linea di produzione	0,0	18,1

Fonte: elaborazione su indagine diretta Turato (2002) e Bianchi e Mariotti (2002).

Tavola 1

La delocalizzazione delle attività è guidata soprattutto dalla carenza di aree industriali e di forza lavoro e dagli alti costi delle stesse. Il fattore principe che orienta la scelta verso i PESO è determinato dai vantaggi di costo: un contenimento dei costi di produzione e la disponibilità di manodopera a minor costo e più flessibile. La manodopera dei Paesi dell'Est Europa oltre ad essere conveniente è, non di rado, ormai caratterizzata da una specifica cultura nel settore. La ricerca di nuovi mercati è il terzo fattore che ha avuto un peso determinante, seguito dai vantaggi logistici legati alla prossimità geografica di tali Paesi rispetto alle regioni del Nord-Est (Tavola 2).

MOTIVAZIONI PER TRASFERITE L'ATTIVITA' NEI PESO E NEL MEZZOGIORNO

(percentuale)

PESO		MEZZOGIORNO	
Minore costo del prodotto	36,6	Disponibilità di aree industriali*	26,6
Disponibilità della manodopera	26,8	Incentivi	21,4
Cercare nuovi mercati	22,0	Disponibilità di forza lavoro	20,0
Vantaggi logistica	11,6	Cercare nuovi mercati	18,0
Più flessibilità che in Italia	2,9	Sicurezza nelle aree	13,9

**disponibilità di terreni per l'industria e facilitazioni nella localizzazione (autorizzazioni e concessioni)*
Fonte: elaborazione su indagine diretta Turato (2002) e Bianchi e Mariotti (2002).

Tavola 2

I fattori che, invece, attraggono le imprese centrosettentrionali nelle aree del Sud sono la disponibilità di terreni a prezzi competitivi e le facilitazioni nella localizzazione in termini di autorizzazioni e concessioni. Inoltre, la presenza di incentivi ha assunto un ruolo fondamentale: circa l'86% degli intervistati ha affermato che senza incentivi non avrebbe delocalizzato, mentre per il 14% hanno contribuito alla decisione. Agli incentivi seguono la disponibilità di forza lavoro al Sud, l'esigenza di espandere i mercati di sbocco e la sicurezza nelle aree[15].

Dal confronto emerge, in linea con la letteratura sulla delocalizzazione delle imprese italiane nelle aree oggetto di analisi, che i due sistemi non sono in diretta

[16] *Centorrino M., 'High-tech, l'impresa preferisce il Sud ', il Sole 24 Ore, 5 febbraio 2003, p.13.*

competizione nell'attrazione di investimenti esterni. Scelgono, infatti, i PESO le imprese che fanno parte di distretti industriali e che operano prevalentemente nei settori tessile e metallurgico; la tipologia di produzione decentrata (subcontratto) è quella legata alle fasi produttive a basso valore aggiunto, che necessitano di forza lavoro meno qualificata, reperibile in queste aree a salari molto bassi[16]*. Delocalizzano, invece, al Sud prevalentemente imprese di piccole dimensioni attive in diversi comparti produttivi e non afferenti ai distretti industriali. Esse attuano un processo che potremmo definire di "clonazione" di nuove piccole imprese, attraverso l'apertura nell'area di destinazione di iniziative che tendono a riprodurre aziende simili all'impresa madre, replicando anche le medesime condizioni di efficienza tecnico-economica.*

Le ricerche sopra descritte esemplificano (pure in assenza di dati completi e sistematici) come:

1. *la delocalizzazione internazionale costituisca parte integrante di un processo più generale e articolato di internazionalizzazione produttiva;*
2. *le piccole e medie imprese preferiscano strumenti contrattuali rispetto agli investimenti diretti all'estero o a forme di partecipazione societaria;*
3. *le attività delocalizzate nei PESO e nel Far East siano le fasi più vicine alla materia prima, quelle a più alto contenuto di lavoro generico a minor contenuto di conoscenza specifiche*[17] *perché le aree di destinazione sono contraddistinte da abbondanza di manodopera e costi limitati; tuttavia, nel corso degli anni le PMI tendono a trasferire attività sempre più complesse;*
4. *nelle aree di origine vengano mantenute attività ad alto valore aggiunto quali la ricerca e lo sviluppo, gli acquisti, il marketing e l'amministrazione;*
5. *la delocalizzazione nei PESO non debba essere vista a discapito dello sviluppo del Mezzogiorno d'Italia, poiché i due sistemi puntano su fattori di attrazione diversi tra loro.*

Gli studi qui descritti lasciano tuttavia alcuni spunti per ulteriori ricerche, soprattutto con riferimento all'evoluzione futura del fenomeno. L'attenzione, cioè, è stata rivolta soprattutto allo studio delle caratteristiche dei fenomeni di delocalizzazione, mentre poco ci si è interrogati su quali siano le possibili tendenze future.

A questo scopo, la formula dell'indagine qualitativa svolta attraverso interviste dirette ad alcuni manager di spicco è parsa la più funzionale a cogliere i segni del cambiamento. In particolare, si è focalizzata l'attenzione sul settore della calzatura tecnica sportiva del distretto industriale di Montebelluna, che rappresenta da un lato un business di grande rilevanza sotto il profilo economico e dall'altro un esempio paradigmatico di un fenomeno più ampio[18]*. Destinatari delle interviste sono stati*

[17] *In queste attività la cooperazione tra fornitore e committente risulta meno significativa (Conti e Menghinello, 1998).*

[18] *Il distretto industriale di Montebelluna, così come altri distretti adriatici della calzatura (Ascoli Piceno- Macerata, Barletta e Casarano), presenta flussi rilevanti di commercio 'da decentramento' (inteso come TPP). Praticamente tutto il decentramento italiano nelle calzature e la grandissima maggioranza di quello nell'abbigliamento, nel tessile e nella maglieria è nel Sud Est Europa. Per di più, mentre nell'abbigliamento vi sono anche altri paesi europei che decentrano nell'area, l'Italia è l'unica origine dei flussi di decentramento nelle calzature (Viesti, 2002a).*

[19] *Le imprese-leader hanno una funzione determinante sul processo di internazionalizzazione del distretto industriale a cui appartengono. L'internazionalizzazione delle imprese-leader, infati, contribuisce all'apertura dei distretti industriali e comporta delle implicazioni in termini di mutamento delle strutture di relazioni economiche e sociali che storicamente hanno sostenuto la vitalità dei distretti industriali (Corò e Grandinetti, 1999).*

responsabili di funzioni chiave presso alcune imprese leader del settore[19]: Lotto, Rossignol-Lange[20], Scarpa, Stonefly, e Tecnica.

I risultati che di seguito saranno commentati confermano le conclusioni degli studi precedentemente descritti, ma in più forniscono una chiave di lettura sull'evoluzione della delocalizzazione internazionale negli ultimi venti anni e propongono altresì alcuni elementi di riflessione critica.

Le interviste consentono di distinguere quattro "approcci gestionali" al fenomeno dell'internazionalizzazione:

1. *un primo approccio è stato adottato da alcune imprese leader che, sin dall'inizio degli anni Ottanta, hanno delocalizzato attività ad alta intensità di lavoro (come la realizzazione della scarpetta interna dello scarpone da sci) nei Paesi dell'Est Europa quali la Slovenia, (come nel caso di Tecnica), o la Romania,(Lotto). Queste imprese, che potremo chiamare "pioniere", hanno costituito nuove società nei Paesi dell'Est (attraverso la forma degli IDE), nel caso di Tecnica in Slovenia, o hanno fatto ricorso a subfornitori conto terzi, nel caso di Lotto e Lange-Rossignol in Romania. All'inizio degli anni Novanta, quando, a seguito dei notevoli cambiamenti politici e sociali avvenuti nei Paesi ospitanti è risultata meno vantaggiosa la gestione del ciclo produttivo in termini di costi di produzione, per molti, la scelta conseguente è stata quella di rivolgersi a nuove aree, in cui ritrovare le situazioni di vantaggio competitivo. Tecnica, ad esempio, ha delocalizzato in Romania, Slovacchia e Cina attraverso il trasferimento di attività ad alta intensità di manodopera a fornitori locali con i quali ha stretto relazioni di partnership. Lotto, invece, ha affidato l'intero ciclo produttivo e la vendita a imprese nel Far East (Cina, Vietnam, Cambogia) mentre le attività ad alto valore aggiunto (ricerca e sviluppo, progettazione) e le parti più qualificate della produzione, sono rimaste presso la casa madre a Montebelluna. La principale determinante delle diverse strategie di delocalizzazione adottate dai "pionieri" è rappresentata dal tipo di prodotto. Nel caso di Lotto, ad esempio, azienda leader mondiale nella calzatura sportiva, la delocalizzazione nel Far East è stata dettata dall'esigenza di competere sul mercato con multinazionali quali Nike, Adidas, Reebok e Puma che erano già presenti sui mercati del Far East. Aziende come Tecnica e Rossignol-Lange, invece, non guardano ai mercati dell'Estremo Oriente come unica area di destinazione. Esse manterranno la presenza nei PESO dove, nei prossimi anni, verranno trasferite attività sempre più qualificate (come la parte rigida dello scarpone) sia per far fronte alla carenza di manodopera nel Nord Est disposta a svolgere mansioni low-skilled, sia per ridurre i costi logistici. Altre imprese, come Lange-Rossignol, affermano che nei prossimi anni si orienteranno verso la vendita dei prodotti sul mercato da paesi come la Romania, azione che oggi è ostacolata dagli alti costi dei servizi, maggiori rispetto all'Italia. Per alcune aziende come Tecnica, invece, le vendite continueranno ad essere gestite presso la casa madre a Giavera del Montello, luogo di raccolta dei prodotti provenienti dall'estero, dove verrà anche mantenuta una parte della produzione per non perdere il know-how;*
2. *un secondo approccio è tipico delle aziende relativamente giovani che sono 'nate delocalizzate', ovvero che hanno localizzato sin dall'inizio l'attività*

[20] *La localizzazione della multinazionale francese nel distretto di Montebelluna è un esempio di internazionalizzazione passiva del distretto industriale (per una rassegna sugli agenti dell'internazionalizzazione produttiva nei distretti industriali si veda Corò e Grandinetti, 1999).*

[21] *Intervista ad Adriano Sartor, amministratore delegato di Stonefly e Presidente del Club dei distretti industriali (www.clubdistretti.it).*

produttiva in Paesi stranieri. Questo è il caso di Stonefly che, nata nel 1993, aveva già delocalizzato in Romania e Marocco (attraverso la forma della joint-ventures) e negli anni seguenti ha trasferito le attività anche in Bulgaria e Cina. Queste aziende esportano le materie prime dall'Italia e affidano le fasi di trasformazione o la produzione del prodotto finito ad imprese estere. Nel primo caso, i manufatti vengono reimportati presso la casa madre; nel secondo caso, invece, il prodotto finito viene venduto direttamente sul mercato (sia locale che internazionale). Le attività mantenute presso la casa madre sono una minima percentuale di produzione ad alto valore aggiunto e le funzioni commerciali. Anche in questo caso, tuttavia, il tipo di prodotto ha una notevole incidenza sulle strategie di delocalizzazione: nel caso di Stonefly, che produce calzature da passeggio, ad esempio, i Paesi dell'Est Europa oltre a fornire forza lavoro a basso costo, costituiscono anche un mercato dove vendere i prodotti. In altri termini, la prospettiva di crescita economica dei PESO li rende attraenti come mercati finali di vendita; in questo senso, la permanenza in loco può rappresentare un elemento di presidio efficace;

3. *un terzo approccio è rappresentato da aziende che hanno sperimentato una delocalizzazione tardiva, ovvero negli ultimi anni Novanta, e che hanno trasferito una limitata parte delle attività produttive. Queste aziende, come nel caso di Scarpa, producono su mercati di nicchia e quindi si concentrano principalmente sulla qualità e sull'innovazione tecnologica, piuttosto che sul minore costo del prodotto. Le attività delocalizzate nei Paesi dell'Est Europa, come la Romania nel caso di Scarpa, riguardano la creazione della tomaia (fasi di taglio, orlatura, cucitura) e alcuni prodotti finiti che vengono poi reimportati presso la casa-madre. Queste imprese, per le ragioni sopra esposte, non guardano ai Paesi del Far East come future aree di destinazione della produzione ma tendono a mantenere la loro presenza nei PESO per le possibilità in termini di sviluppo del mercato;*
4. *un quarto approccio è stato adottato dalle piccole imprese locali (laboratori) fornitrici di attività ad alta intensità di manodopera, le quali si sono trovate a dover scegliere fra tre alternative: chiudere l'attività; diversificare la produzione; delocalizzare negli stessi paesi di destinazione delle imprese leader per continuare a produrre per loro. Nel distretto di Montebelluna, stando all'opinione di un testimone privilegiato il grado di mortalità delle piccole imprese ha raggiunto valori del 40-50%; il 30-35% ha diversificato la produzione mentre il 20% circa ha delocalizzato, con relativa chiusura dello stabilimento a Montebelluna*[21].

In conclusione lo studio del recente passato e la sollecitazione di riflessioni sulle prospettive di medio termine sembrano suggerire alcune linee di tendenza:

1. *La delocalizzazione internazionale verso i Paesi dell'Est è stata motivata dalla ricerca di mercati che offrissero costi di produzione più bassi. La delocalizzazione cosiddetta di prima generazione ha riguardato il trasferimento di segmenti della produzione che richiedono tecnologie e lavorazioni semplificate o produzioni di bassa qualità in contesti sociali come quelli dell'Est europeo, dove i costi ridotti possono creare condizioni di maggiore competitività, mentre le fasi a monte e a valle a maggior valore aggiunto (la ricerca e lo sviluppo, la progettazione, il marketing, l'amministrazione e le produzioni specializzate) sono state mantenute nel Paese di origine*[22] *(investimenti*

[22] *Questa strategiia è conseguente alla cosiiddetta 'smateriialiizzaziione' della catena del valore deii diiversii prodottii, per cuii iil valore sii sposta verso le fasii che sono piiù diirettamente a contatto col cliiente fiinale (commerciialiizzaziione, pubbliiciità, serviiziio al cliiente) o che conferiiscono un valore siimboliico al prodotto (desiign, moda, griiffes, stiile, iidentiifiicaziionii pubbliiciitariie) (Rullanii e Plechero, 2001).*

verticali). L'evoluzione politica e quindi sociale dei Paesi ospitanti, ed in particolare di quelli del sud Europa, ha dimostrato come in realtà i medesimi driver siano stati elaborati dalle imprese in modo diverso: di fronte all'incremento delle aspettative di reddito dei lavoratori e al rafforzamento dei contesti istituzionali, vi sono state in effetti due differenti tipi di risposte:

a: un certo numero di imprese ha ulteriormente delocalizzato (o è in procinto di farlo) verso nuovi Paesi che presentano le condizioni di favore un tempo offerte dai PESO e oggi non più così vantaggiose. Si può parlare di "delocalizzazione a cascata", nel senso che l'impresa tende a spostarsi continuamente – o meglio, a spostare la produzione delle attività meno strategiche– là dove i costi sono minori. Questo fenomeno si è già esplicitato anche all'interno degli stessi PESO, quando si è verificato il passaggio dai Paesi (Slovenia, Croazia) di prima a quelli di seconda delocalizzazione (Romania, Slovacchia e Bulgaria o addirittura i Paesi del Far East come Cina, Vietnam e Cambogia[23]). Si parla di "fabbriche con le ruote" per esprimere metaforicamente la continua ricerca di aree geografiche che offrano condizioni di vantaggio. Peraltro, l'osservazione dei modelli di organizzazione aziendale e societari attraverso cui sono state trasferite le attività produttive sembra confermare questo atteggiamento: in un primo tempo, la forma preferita era quella della costituzione di nuove società controllate o partecipate, dell'impianto di nuovi stabilimenti produttivi; più recentemente, si tende a ricorrere a forme di partenariato più flessibili, quali il subcontratto[24] o l'accordo commerciale, al fine di limitare il rischio imprenditoriale e i sunk costs[25], il che appare quasi la fase iniziale di un processo di "sganciamento";

b: un altro gruppo di imprese sembra invece intenzionato a beneficiare dei processi di sviluppo dei Paesi ospitanti. Queste imprese dimostrano di apprezzare il fatto che si vada strutturando un sistema articolato, in termini di infrastrutture, di capitale umano (capacità imprenditoriali autonome, abilità professionali) e capitale sociale (cultura amministrativa, stabilità istituzionale, qualità dei rapporti sindacali) e quindi si presentino le condizioni per lo sviluppo di un sistema locale autonomo. Questa strategia è confermata dalla diversificazione del trasferimento di attività produttive, che abbraccia fasi sempre più qualificate della produzione, mantenendo in Italia solo alcune attività altamente specializzate (ad esempio, lo stampaggio dello scafo in plastica, l'assemblaggio di scarpetta e guscio, la componentistica specializzata) e altre ad alto valore aggiunto (delocalizzazione di seconda generazione). Queste imprese cercano nei paesi dell'est non solo nuove opportunità di investimento legate alla disponibilità di manodopera di discreto livello qualitativo e minor costo, ma credono anche prospettive di sviluppo a medio-lungo termine dei mercati locali, e quindi tendono a trasferire all'estero fasi sempre più qualificate fino all'esportazione del prodotto finito dai Paesi esteri verso Paesi terzi[26] (export Italia-Germania via Romania). Questo fenomeno, se

[23] *Il Sud Est Asiatico non costituisce solo un'area a basso costo del lavoro ma anche una piattaforma proiettata sui mercati ricchi del Giappone e degli USA (Corò e Grandinetti, 1999).*

[24] *La globalizzazione crea circuiti sempre più fitti di divisione del lavoro a scala internazionale e mondiale, tali da premiare le imprese che riescono ad aumentare la scala delle loro operazioni, ad allargare la rete relazionale, infittendo le "reti lunghe" (oltre il locale), e a sviluppare un capitale intellettuale più codificato e comunicabile a scala globale (Rullani e Pechlero, 2001).*

[25] *I cosiddetti costi non recuperabili.*

[26] *Per un approfondimento sui flussi fisici estero su estero che bypassano le lavorazioni manifatturiere del distretto industriale si vedano, fra gli altri, Grandinetti (1998) e Chiarvesio et al. (1999).*

[27] *Si pensi, ad esempio, al polo industriale di Timisoara in continuo sviluppo dove sono presenti numerosissime aziende venete.*

si consolidasse nel tempo, potrebbe portare alla nascita di veri e propri distretti industriali, sulla base dell'esperienza italiana. La situazione che si riscontra, per esempio, in Romania[27], mostra di possedere alcuni tra gli elementi che in letteratura (Becattini, 1987, 1998; Viesti, 2000a, 2000b) si ritiene essere essenziali per l'avvio di un distretto, ovvero la disponibilità di risorse umane a basso costo[28] e, in generale, di tutti i fattori di produzione; la presenza di forza lavoro con un know-how specifico[29]; la prossimità geografica[30] e culturale[31]; la forte presenza di imprese straniere (soprattutto Italiane) e di produzioni realizzate in subfornitura per imprese straniere e la posizione geografica favorevole. Potrebbero, quindi, nascere dei distretti per decentramento produttivo[32]. Le imprese "committenti" avrebbero un ruolo determinante nella diffusione della cultura del settore, delle idee e tecniche nuove e la contiguità geografica, tra regioni imitatrici (Romania) e imitate (ad esempio, il Nord-Est), faciliterebbe lo spostamento dei migranti, l'interazione tra imprese, gli investimenti diretti, l'acquisizione continuativa di informazioni, l'osservazione di esperienze e quindi l'imitazione di comportamenti[33]. Con il tempo, i subfornitori romeni si potrebbero staccare progressivamente dai committenti e alcuni potrebbero diventare imprese in conto proprio[34].

2. *La delocalizzazione internazionale delle imprese-leader ha avuto un impatto significativo sui fornitori del distretto industriale i quali, oltre a perdere una quota di mercato, hanno perso un'occasione di apprendimento e di crescita attraverso la relazione stessa (Micelli et al. 2003). La graduale sostituzione di imprese distrettuali con subfornitori esteri è uno degli elementi su cui si concentra il recente dibattito economico sulla sopravvivenza dei distretti industriali italiani[35].*

Dal punto di vista delle imprese fornitrici operanti nei distretti industriali italiani, la circostanza per cui le imprese leader intraprendano una delocalizzazione orientata alla ricerca del minor costo - imprese di tipo a) -, o delocalizzino in modo "stabile" nei Paesi esteri - imprese di tipo b) -, non propone scenari radicalmente differenti. Per esse, infatti, le prospettive rimangono le medesime: evolversi verso attività a maggiore valore aggiunto (magari affiancando alla mera produzione anche l'e-

[28] *Il vantaggio relativo in termini di costo del lavoro per unità di prodotto è elevato: un operaio romeno costa solo il 5% di un operaio italiano ma la sua produzione oraria è circa il 28%. Quindi rende, a parità di costo, circa 5 volte di più (Viesti, 2002a).*

[29] *Nel periodo del blocco Sovietico, la Romania produceva calzature, abbigliamento e prodotti tessili per tutti i Paesi dell'Unione Sovietica. Uno dei criteri utilizzati dalle imprese leader per individuare i luoghi in cui decentrare le subforniture è la presenza in loco di tradizioni artigiane, le quali – oltre ad assicurare lavorazioni di maggiore qualità – rappresentano una base di competenze su cui potrebbe svilupparsi nel tempo una capacità di presidio più estesa o addirittura completa del ciclo manifatturiero (Corò e Grandinetti, 1999; Viesti, 2000a).*

[30] *In particolare, l'area occidentale della Romania (le contee di Timis, Arad e Bihor). Tuttavia, un fondamentale ostacolo allo sviluppo dell'area e all'intensificarsi delle relazioni economiche con l'Italia è rappresentato dalle carenze e dagli ostacoli nel sistema dei trasporti (Viesti, 2002a).*

[31] *La Romania è un paese di origine neolatina.*

[32] *Per una rassegna sui distretti del Made in Italy del Mezzogiorno, nati per decentramento produttivo di imprese del centro-nord o per "gemmazione" di grandi imprese (imprese motrici), si rimanda a Viesti (2000a, 2000b).*

[33] *Recenti ricerche tendono a mostrare come i flussi di decentramento generino processi di apprendimento nella forza lavoro e nelle imprese locali, quindi un approfondirsi nel tempo delle relazioni (Turato, 2002).*

[34] *Sarebbe interessante comparare l'esperienza italiana dei distretti industriali del Made in Italy nel Mezzogiorno, nati negli anni Settanta, con quelle che si vanno delineando nei Paesi dell'Est Europeo.*

[35] *Per un approfondimento sul tema, si vedano Rullani (2002) e le interviste condotte dall'ICE a R. Varaldo, G. Garofoli, G. Viesti, F. Signorini e L. Iapadre (newsletter ICE).*

rogazione di servizi aggiuntivi), oppure inseguire la concorrenza estera sul piano dell'abbattimento dei costi produttivi, con modeste possibilità di successo. Un'ipotesi intermedia è quella del trasferimento delle loro stesse attività in Paesi con costi dei fattori produttivi più bassi.

In ogni caso, le caratteristiche dei distretti industriali italiani sembrano destinate cambiare significativamete: se ha un senso la distinzione proposta al punto precedente, è possibile immaginare che la struttura dei distretti si riconfiguri attorno alle imprese di tipo b), cioè quelle "capaci di dare concreta qualità strategica e qualità tecnologica (gestionale) alla propria apertura internazionale" (Micelli et al., 2003). E' opinione comune degli studiosi dei distretti industriali che il distretto per sopravvivere dovrebbe concentrarsi sui fattori di competitività tipici delle imprese distrettuali: innovazione e qualità, piuttosto che sul costo di produzione (compreso il costo del lavoro) e sul prezzo.

Riferimenti bibliografici

Amin A. (1993), The globalization of the economy: an erosion of regional networks?, in Grabher G. (a cura di), The embedded firm. On the socioeconomics of industrial networks, Routledge, Londra.

Anastasia B. e Corò G. (2002), L'economia del Nord Est: il nodo della competitività, in Cucculelli M. e Mazzoni R. (a cura di), Risorse e Competitività, Franco Angeli, Milano.

Balcet G. (1997), International relocation strategies of Italian firms, in Buckley P. e Mucchielli J. (a cura di), Multinational firms and international relocation, Edgard Edward Publishing, Cheltenham.

Baldone S., Sdogati F. e Tajoli L. (2002), Frammentazione internazionale della produzione e crescita, in Cuculelli M. e Mazzoni R. (a cura di), Risorse e competitività, FrancoAngeli, Roma.

Baldone S., Sdogati F. e Tajoli L. (2000), La posizione dell'Italia nelle nuove forme di divisione internazionale del lavoro, Mimeo.

Barba Navaretti G. B., Falzoni A., Turrini A. (1999), L'impatto della delocalizzazione nelle imprese italiane del tessile-abbigliamento e della meccanica, Centro Studi Luca d'Agliano, Milano.

Basile R. (2001), The locational determinants of foreign-owned manufacturng plants in Italy: the role of the South, documento ISAE n.14-01, Roma.

Becattini G. (1987), Mercato e forze locali. Il distretto industriale, Il Mulino, Bologna.

Becattini G. (1998), Distretti industriali e Made in Italy. Le basi socio–culturali del nostro sviluppo economico, Bollati Boringhieri, Torino.

Becattini G. e Rullani E. (1993), Sistema locale e mercato globale, in Economia e Politica Industriale, n.80.

Bianchi L. e Mariotti I. (2002), La delocalizzazione delle imprese italiane nel Mezzogiorno e nei paesi dell'Europa sud orientale. Due sistemi in competizione?, in Rivista Economica del Mezzogiorno, n.4.

Bodo G. e Viesti G. (1997), La grande svolta. Il Mezzogiorno dell'Italia degli anni Novanta, Donzelli, Roma.

Brusco S., Paba S. (1997), Per una storia dei distretti industriali italiani dal secondo dopoguerra agli anni Novanta, in Barca F. (a cura di), Storia del capitalismo italiano dal dopoguerra ad oggi, Donzelli, Roma.

Chiarvesio M., Grandinetti R., Guerra P. (1999), Imprese distrettuali leader e altre formule imprenditoriali innovative, in Grandinetti R. (a cura di), Il seggiolaio e l'economia globale. La transizione evolutiva del distretto friulano delle sedia attraverso i risultati di un'indagine sul campo, CEDAM, Padova.

CNEL (2002), La mobilità degli investimenti produttivi dal nord al sud del Paese, Roma.

Cominotti R. e Mariotti S. (a cura di) (1994), Italia multinazionale1994. Le nuove frontiere dell'internazionalizzazione produttiva, Etas Libri, Milano.

Cominotti R., Mariotti S. e Mutinelli M. (a cura di), Italia multinazionale, vari anni, CNEL, Roma.

Conti G. e Menghinello S. (1998), Modelli di impresa e di industria nei contesti di competizione globale: l'internazionalizzazione produttiva dei sistemi locali del made in Italy, L'Industria, n.2.

Corò G. (2000), La delocalizzazione: minaccia, necessità o opportunità? in Diamanti I e Marini D. (a cura di), Nord Est 2000. Rapporto sulla società e l'economia, Fondazione Nord Est, Venezia.

Corò G. (2001), Processi produttivi, Stato sociale, modelli di sviluppo, Ediesse, Roma.

Corò G. e Grandinetti R. (1999), Strategie di delocalizzazione e processi evolutivi nei distretti industriali italiani, L'Industria, XX, n.4.

Corò G. e Volpe M. (2003), Processi di integrazione internazionale della produzione in un distretto del tessile-abbigliamento: problemi e implicazioni di policy, paper presentato al Convegno ICE "Internazionalizzazione dei distretti industriali", 20-21 marzo, Roma.

De Vargas Machuca F., Marcolongo V., Stefani T. e Arnone M. (1999), Il Mezzogiorno visto dall'esterno: un'indagine diretta sulle maggiori imprese, L'Industria, n.2.

Giunta A. e Florio M. (2002), L'esperienza dei contratti di programma: una valutazione a metà percorso, L'Industria, n.2.

Gregori G. (1996), L'impresa distrettuale calzaturiera in una prospettiva internazionale, Giappicchelli, Torino.

Grandinetti R. (1998), Evoluzione del distretto industriale nelle sue formule imprenditoriali: il caso dell'area della sedie, in Economia e Management, luglio.

Grandinetti R. e Rullani E. (1996), Impresa transnazionale ed economia globale, La Nuova Italia Scientifica, Roma.

Iammarino S. e Pitelis C. (2000), Foreign direct investments and 'Less Favoured regions': Greek FDI in Bulgaria and Romania, Global Business Review, 1:2.

Jones R. e Kierzkowsky (1997), Globalization adn the consequences of international fragmentation, in Dornbusch R., Clavo G. e Obsfeld M. (a cura di), Money, factor mobility and trade, MIT Press, Cambridge.

Mariotti I. (2002), La rilocalizzazione interregionale in Italia alla luce delle esperienze dei paesi europei. Uno sguardo al caso del Mezzogiorno, Rivista economica del Mezzogiorno, n. 1-2.

Mariotti S. e Mutinelli M. (1999), Gli investimenti diretti esteri nel Mezzogiorno: il passato e le tendenze attuali, L'Industria, n. 2.

Markusen J.R. (1984), Multinationals, Multi-Plant Economics and the Gains from Trade', Journal of International Economics. May, 16.

Micelli S., Chiarvesio M. e Di Maria E. (2003), Processi di internazionalizzazione e strategie delle imprese distrettuali tra delocalizzazione e innovazione, paper presentato al Convegno ICE "Internazionalizzazione dei distretti industriali", 20-21 marzo, Roma.

Mucchielli J. e Saucier P. (1997), European industrial relocations in low-wage countries: policy and theory debates, in Buckley P. e Mucchielli J. (1997), Multinational firms and international relocation, Edgard Edward Publishing, Cheltenham.

Porter M.E. (1990), The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, New York.

Rabellotti R. (2003), How globlisation affects Italian industrial districts: the case of Brenta, paper presentato al Convegno ICE "Internazionalizzazione dei distretti industriali", 20-21 marzo, Roma.

Robiglio Rizzo C. (1999) (a cura di), Romania chiama Verona, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, Verona;

Rullani E. (1998a), Reti e contesti del capitalismo molecolare: elogio della diversità e della relazione, in Rassegna Economica, n.1.

Rullani E. (1998b), 'Dal fordismo realizzato al postfordismo possibile: la difficile transizione', in Rullani E. e Romano L., (a cura di), Il postfordismo. Idee per il capitalismo prossimo venturo, Etsalibri, Milano.

Rullani E. e Pechlero M. (2001), (a cura di), L'industria vicentina ad una svolta: strategie per crescere, differenziarsi, investire in risorse umane, Fondazione Cuoa, Vicenza.

Rullani E. (2002), Il distretto industriale come sistema adattivo complesso, in Curzio Quadrio A. e Fortis M. (a cura di), Complessità e distretti industriali: dinamiche, modelli, casi reali, Il Mulino, Bologna.

Schmenner R.W. (1980), Choosing new industrial capacity: one-site expansion, branching, and relocation, Quarterly Journal of Economics, vol.95 (1).

Schiattarella R. (1999a), La delocalizzazione internazionale: problemi di definizione e misurazione. Un'analisi per il settore del made in Italy, in Economia e Politica Industriale, n.103.

Schiattarella R. (1999b), Delocalizzazione internazionale e occupazione: un'analisi per i settori tradizionali italiani, in Pizzuti F. R. (a cura di), Globalizzazione, istituzioni e coesione sociale, Donzelli, Roma.

Schiattarella R. (2003), Analisi di sistema e delocalizzazione internazionale. Uno studio per il settore del "made in Italy", paper presentato al Convegno ICE "Internazionalizzazione dei distretti industriali", 20-21 marzo, Roma.

SVIMEZ (2002), Gli investimenti esterni nel Mezzogiorno, in Rapporto sull'economia del Mezzogiorno, Il Mulino, Bologna.

Tamberi M. (1999), Competitività, crescita e localizzazione in un settore tradizionale, L'Industria, n.1, pp. 93-125.

Tiberi Vipraio P.(1996), From Local to Global Networking. The restructuring of Italian Industrial Districts, in Journal of Industrial Studies, n.2

Turato F. (2002), Il ruolo della PMI del Nord Est nei Balcani, collana ricerche n.8, Fondazione Nord Est, Venezia.

Viesti G. (2000a), I Come nascono i distretti industriali, Laterza, Roma-Bari. 1

Viesti G. (2000b) (a cura di), Mezzogiorno dei distretti, Meridiana Libri, Roma.

Viesti G. (2002a), I vicini sono tornati. Italia, Adriatico, Balcani, Laterza, Bari.

Viesti G. (2002b), Il sud che attrae, Quaderni Formez,, Donzelli, Roma.

9. IL SOSTEGNO PUBBLICO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE*

Sintesi

Lo scorso anno, nel concludere il Capitolo 9 del Rapporto ICE relativo all'anno 2001, si sottolineavano le principali sfide con cui il sistema di sostegno al processo di internazionalizzazione delle imprese si è dovuto confrontare negli ultimi tempi: da un lato, il rallentamento del processo d'integrazione economica internazionale, evidenziatosi sin dall'inizio dell'anno ed accentuatosi dopo i tragici avvenimenti dell'11 settembre 2001; dall'altro lato, il processo di decentramento politico e decisionale (non solo amministrativo) in atto, attraverso cui gli enti territoriali, principalmente le Regioni, stanno assumendo un nuovo e più incisivo ruolo nelle funzioni di programmazione e allocazione delle risorse.

Nel 2002, alle sfide su indicate, se ne sono aggiunte altre. Sul piano interno, il processo di decentramento è stato affiancato da tentativi, per altro ancora non definiti, di riorganizzazione dell'assetto decisionale ed amministrativo della politica economica internazionale dell'Italia, a livello delle strutture centrali dello Stato. Sul piano internazionale, è apparso sempre più chiaro il crescente ruolo dell'Italia, e delle imprese italiane, in talune aree geografiche specifiche ed è emersa, quindi, la necessità di integrare gli strumenti esistenti con misure mirate a queste aree.

Come analizzato in altri Capitoli di questo Rapporto, nel 2002 si è avuta una crescita in volume del commercio internazionale di merci e servizi. Tale miglioramento, rispetto alla contrazione registrata nel 2001, non deve, però, indurre in compiacimenti: l'aumento è stato molto contenuto (e l'elasticità degli scambi al PIL mondiale è rimasta molto bassa); il futuro dei negoziati commerciali multilaterali (e quindi della liberalizzazione e dell'espansione degli scambi) è a rischio, come indicato dallo stallo della trattativa in corso in seno alla WTO; nonostante il leggero rimbalzo del commercio mondiale, l'export italiano è risultato, comunque, in calo.

A conferma della vivacità delle imprese esportatrici italiane, il sistema di sostegno pubblico all'internazionalizzazione ha comunque registrato un aumento sia delle agevolazioni al credito all'esportazione (non solo alla volta dei tradizionali mercati europei ma anche e soprattutto di quelli dell'America latina e dell'Asia) sia dei servizi assicurativi del commercio con l'estero (con particolare attenzione al medio e lungo termine e alle operazioni di finanza di progetto in Paesi emergenti). Significativa è stata la crescita degli impegni per la costituzione di società italiane all'estero, in specie in Europa centrale ed orientale. Al forte incremento degli importi complessivi verso questa area (circa il 60% rispetto ai livelli, pur elevati,

---

* Redatto da Barbara Clementi, Alessandra D'Intinosante, ed Orietta Maizza del Ministero delle Attività Produttive, da Gianpaolo Bruno dell'Area Studi, Statistica e Documentazione dell'ICE, da Ugo Girardi di Unioncamere e Sergio Sgambato di Assocamerestero, con la supervisione del prof. Giuseppe Pennisi. L'attribuzione agli autori delle rispettive parti del capitolo è indicata da specifiche note. Le elaborazioni statistiche e la realizzazione dei grafici del paragrafo 9.1 sono state redatte da Fabio Giorgio del Ministero delle Attività Produttive.

raggiunti nel 2001) ha fatto riscontro l'istituzione di fondi specifici per i Balcani e per la ex-Repubblica Federale di Jugoslavia, nonché di fondi per nuove aree ad alta potenzialità (Mediterraneo e Cina) a beneficio di imprese miste con forte componente italiana. Per semplicità amministrativa e per migliore integrazione con le altre misure per l'internazionalizzazione, la gestione di tali strumenti sarà affidata alla SIMEST.

In parallelo, sono aumentati i finanziamenti a tasso agevolato per i programmi di penetrazione commerciale e per la partecipazione a gare internazionali; ancora più significativo è l'andamento positivo dei finanziamenti per gli studi di fattibilità e prefattibilità, uno strumento varato alla fine degli anni novanta, ma divenuto pienamente operativo solamente nell'autunno del 2000.

Robusto e articolato l'insieme dei servizi reali forniti alle imprese dall'ICE e dal sistema camerale, sempre più inscritti in una logica coordinata di sistema e impostati con una prospettiva strategica di lungo periodo.

Nel Rapporto dell'anno scorso, si è posto l'accento sul ruolo delle Regioni nel processo di internazionalizzazione produttiva: sotto tale aspetto, gli Sportelli regionali per l'internazionalizzazione costituiscono una prima risposta alla nuova realtà policentrica e decentrata del nostro paese. Anche se sono pochi gli Sportelli che hanno raggiunto piena operatività nel 2002, al momento di chiudere questo documento gli strumenti per la nascita di Sportelli sono stati approntati da quasi tutte le Regioni e risultati concreti si cominceranno a toccare con mano in un futuro non lontano.

Nel contempo, come accennato, si è sviluppato un vivace dibattito sull'assetto decisionale, organizzativo ed amministrativo della politica economica internazionale dell'Italia, a livello delle strutture centrali dello Stato. Di queste discussioni si dà conto in un riquadro.Non è chiaro quali saranno i tempi ed i modi di un riassetto, che peraltro è ancora molto eventuale. Se l'intera architettura dell'azione internazionale dell'Italia verrà rivista per meglio collegare gli aspetti di politica estera con quelli di politica economica e potenziare il peso e la presenza dell'Italia nell'Unione Europea e nel resto del mondo, è probabile che tale revisione dovrà, prima o poi, coinvolgere sia l'organizzazione degli strumenti per l'internazionalizzazione sia alcune normative specifiche dei singoli strumenti. E' auspicabile che a tale fine si opti per la definizione di testi unici di lettura chiara, semplice e trasparente.

9.1 IL SISTEMA DI SOSTEGNO FINANZIARIO

L'agevolazione finanziaria del credito all'esportazione[1]

La finalità perseguita dallo strumento in esame, gestito dalla SIMEST, è quella di promuovere le esportazioni, consentendo alle imprese italiane di offrire alla controparte estera dilazioni di pagamento a condizioni competitive. L'agevolazione con-

[1] Redatto da Alessandra d'Intinosante – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione

siste, infatti, nel concedere contributi agli interessi sui finanziamenti originati dal pagamento dilazionato di esportazioni italiane sotto forma di credito fornitore (la dilazione è concessa direttamente dall'impresa italiana esportatrice alla controparte estera) o finanziario (il credito concesso all'acquirente/committente estero per il regolamento di esportazioni italiane è intermediato da soggetti finanziari). Sono agevolabili le esportazioni concernenti forniture di macchinari e impianti, studi, progettazioni, lavori e servizi, mentre sono escluse le esportazioni di beni di consumo (durevoli e non durevoli) e semilavorati o beni intermedi non destinati in via esclusiva ad essere integrati in beni di investimento.

Nel 2002 l'intervento agevolativo ha riguardato 136 operazioni, per un credito capitale dilazionato di 3.415 milioni di euro (tavola 9.1). Dopo la significativa contrazione, avvenuta nel 2001, l'anno trascorso è stato caratterizzato da una netta ripresa dell'attività agevolativa, con un aumento considerevole sia del numero delle operazioni (+65,9%) sia degli importi agevolati (+84,3%), che ha riportato l'attività quasi agli stessi livelli registrati nel 2000. Il fenomeno è significativo se si tiene conto della debole congiuntura e del non positivo andamento delle esportazioni (-2,8%) che hanno contraddistinto l'economia italiana nel 2002. Infatti, nonostante la riduzione del valore stimato delle esportazioni agevolabili (-2,4%), il tasso di copertura delle

CREDITI AGEVOLATI ED ESPORTAZIONI ITALIANE

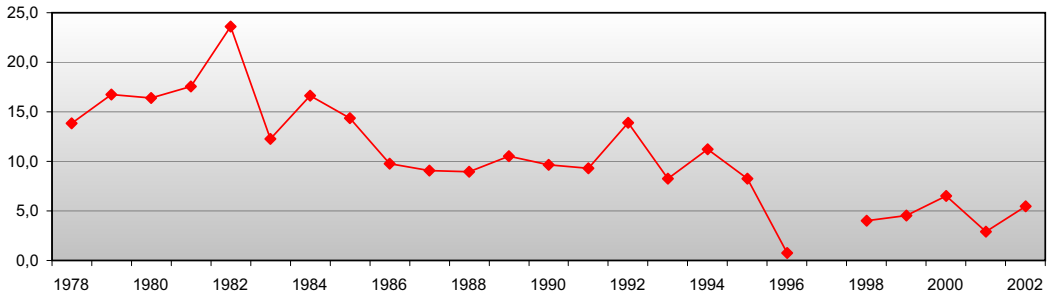
					(A)		(B)		(C)	(D)		(E)
Anni	Numero delle operazioni accolte	variazione %	Credito capitale dilazionato (milioni di euro)	variazione %	Forniture agevolate (milioni di euro)	variazione %	Esportazioni totali (milioni di euro)	variazione %	grado di copertura delle esportazioni totali (A/B %)	Esportazioni agevolabili* (milioni di euro)	variazione % (A/D %)	grado di copertura delle esportazioni agevolabili
1978	429	-	1.188,4	-	1.475,0	-	24.534,3	-	6,0	10.674	-	13,8
1979	846	*97,2*	1.704,8	*43,5*	2.185,1	*48,1*	30.949,2	*26,1*	7,1	13.033	*22,1*	16,8
1980	1.025	*21,2*	1.749,8	*2,6*	2.461,4	*12,6*	34.457,5	*11,3*	7,1	15.034	*15,4*	16,4
1981	1.376	*34,2*	2.662,9	*52,2*	3.394,7	*37,9*	44.436,0	*29,0*	7,6	19.331	*28,6*	17,6
1982	2.115	*53,7*	3.992,7	*49,9*	5.238,9	*54,3*	51.248,5	*15,3*	10,2	22.218	*14,9*	23,6
1983	1.163	*-45,0*	2.409,3	*-39,7*	3.095,1	*-40,9*	57.084,0	*11,4*	5,4	25.251	*13,6*	12,3
1984	940	*-19,2*	3.777,4	*56,8*	4.822,7	*55,8*	66.636,9	*16,7*	7,2	29.025	*14,9*	16,6
1985	775	*-17,6*	3.570,3	*-5,5*	4.806,7	*-0,3*	77.326,0	*16,0*	6,2	33.478	*15,3*	14,4
1986	483	*-37,7*	2.738,8	*-23,3*	3.343,5	*-30,4*	75.057,2	*-2,9*	4,5	34.179	*2,1*	9,8
1987	441	*-8,7*	2.559,6	*-6,5*	3.272,8	*-2,1*	77.922,5	*3,8*	4,2	36.070	*5,5*	9,1
1988	533	*20,9*	2.991,3	*16,9*	3.654,4	*11,7*	85.928,1	*10,3*	4,3	40.730	*12,9*	9,0
1989	644	*20,8*	4.216,9	*41,0*	5.127,4	*40,3*	99.571,3	*15,9*	5,1	48.639	*19,4*	10,5
1990	645	*0,2*	4.233,4	*0,4*	4.994,7	*-2,6*	105.107,2	*5,6*	4,8	51.887	*6,7*	9,6
1991	653	*1,2*	4.191,0	*-1,0*	4.988,5	*-0,1*	108.315,6	*3,1*	4,6	53.557	*3,2*	9,3
1992	611	*-6,4*	6.459,8	*54,1*	7.676,6	*53,9*	113.329,3	*4,6*	6,8	55.250	*3,2*	13,9
1993	468	*-23,4*	4.714,2	*-27,0*	5.532,3	*-27,9*	137.488,3	*21,3*	4,0	67.097	*21,4*	8,2
1994	808	*72,6*	7.270,2	*54,2*	8.679,1	*56,9*	159.092,3	*15,7*	5,5	77.490	*15,5*	11,2
1995	987	*22,2*	6.770,2	*-6,9*	7.935,9	*-8,6*	196.860,3	*23,7*	4,0	96.283	*24,3*	8,2
1996	146	*-85,2*	700,8	*-89,6*	744,7	*-90,6*	200.842,4	*2,0*	0,4	100.810	*4,7*	0,7
1997	318	*117,8*	3.382,3	*382,6*	4.140,4	*456,0*	211.297,1	*5,2*	2,0	-**	-	-
1998	151	*-52,5*	2.240,0	*-33,8*	2.550,8	*-38,4*	220.104,9	*4,2*	1,2	63.377	-	4,0
1999	110	*-27,2*	2.426,3	*8,3*	2.854,5	*11,9*	221.040,5	*0,4*	1,3	62.658	*-1,1*	4,6
2000	121	*10,0*	3.990,6	*64,5*	4.695,1	*64,5*	260.413,3	*17,8*	1,8	72.377	*15,5*	6,5
200 1	82	*-32,2*	1.853,0	*-53,6*	2.180,0	*-53,6*	272.989,6	*4,8*	0,8	75.484	*4,3*	2,9
2002	136	*65,9*	3.414,8	*84,3*	4.017,4	*84,3*	265.365,1	*-2,8*	1,5	73.652	*-2,4*	5,5

*Fino al 1997 si consideravano forniture agevolabili sia le esportazioni di beni di investimento sia quelle di beni di consumo durevole, nonché le esportazioni di semilavorati e/o beni intermedi destinati ad essere integrati in essi. In forza del DM 87/1997 sono invece rimaste ammissibili all'intervento le sole forniture di beni di investimento e quelle di semilavorati e/o beni intermedi destinati in via esclusiva ad essere integrati in beni di investimento.
**Il 1997 è un anno ""misto"" durante il quale sono state ammesse all'agevolazione anche operazioni di esportazione che non riguardavano esclusivamente beni di investimento, per cui non è possibile calcolare l'esatto ammontare delle esportazioni agevolabili.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Mediocredito Centrale, Simest e ISTAT

Tavola 9.1

GRADO DI COPERTURA DELLE ESPORTAZIONI AGEVOLABILI
(in percentuale)



*Per il 1997 non è possibile calcolare l'esatto ammontare delle esportazioni agevolabili.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Mediocredito Centrale, Simest e ISTAT

Grafico 9.1

medesime, indice del grado di utilizzo dello strumento da parte degli operatori, è quasi raddoppiato, passando dal 2,9 per cento del 2001 a un valore pari al 5,5 per cento nel 2002.

La distribuzione delle agevolazioni concesse per tipologia di intervento (tavola 9.2) mostra che i maggiori volumi di attività registrati nel 2002 sono imputabili soprattutto all'aumento dei finanziamenti[2], il cui ammontare risulta triplicato rispetto all'anno precedente; tuttavia continuano a prevalere gli smobilizzi[3], con un peso relativo pari al 71 per cento del credito capitale dilazionato.

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE
DISTRIBUZIONE PER TIPO DI OPERAZIONI
(milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

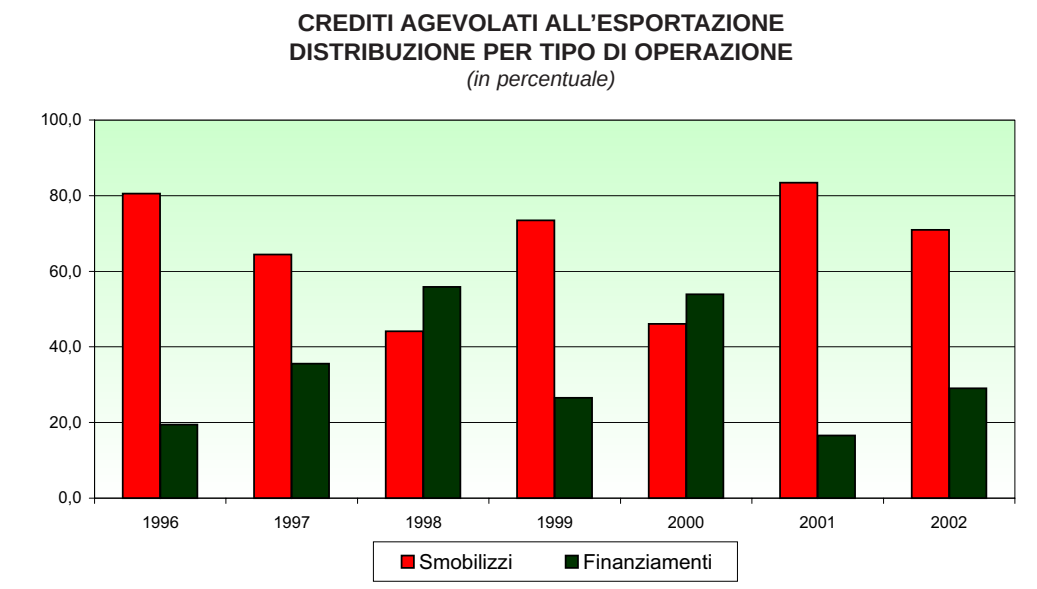
	credito capitale dilazionato						
TIPO DI OPERAZIONI	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Smobilizzi	565	2.179	989	1.782	1.838	1.546	2.424
	-89	*286*	*-55*	*80*	*3*	*-16*	*57*
Finanziamenti	136	1.203	1.251	645	2.153	307	991
	-90	*784*	*4*	*-48*	*234*	*-86*	*223*
TOTALE	**701**	**3.382**	**2.240**	**2.426**	**3.991**	**1.853**	**3.415**
	-89,6	*382,4*	*-33,8*	*8,3*	*64,5*	*-53,6*	*84,3*

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.2

[2] Nel caso di credito finanziario, la SIMEST effettua un intervento cosiddetto di stabilizzazione nei confronti della banca finanziatrice, assicurando, nel corso del finanziamento, la copertura dell'eventuale differenza tra il costo della raccolta a breve ed il tasso agevolato posto a carico del beneficiario del finanziamento. L'intervento descritto si esplica in prevalenza su finanziamenti di importo rilevante (oltre 10 milioni di dollari), concessi dalle banche ad acquirenti esteri di impianti e infrastrutture.

[3] Nel caso di credito fornitore, il finanziamento è costituito dallo smobilizzo di titoli, normalmente effettuato da un forfaiter, e l'intervento agevolativo è volto a coprire la differenza tra il valore attuale dei titoli al tasso agevolato e il valore del credito scontato a un tasso ritenuto congruo dalla SIMEST. Ricorrono a tale forma di intervento soprattutto imprese di piccola e media dimensione per esportazioni di macchinari o piccoli impianti, di importo contenuto tra 0,5 e 10 milioni di dollari.



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest Grafico 9.2

Smobilizzi

L'analisi della distribuzione geografica delle agevolazioni concesse sotto forma di smobilizzi (tavola 9.3) mette in luce il permanere di un'elevata operatività del programma agevolativo nell'ambito dell'Unione Europea (in particolare Austria, Spagna e Grecia) e negli altri paesi europei (prevalentemente Svizzera e Turchia): in tali aree si è concentrato il 48,6 per cento delle operazioni e il 45,3 per cento del totale degli importi agevolati. Ha subìto una significativa riduzione l'intervento a supporto delle esportazioni verso i Paesi dell'Europa centro-orientale e verso i paesi africani. Si è intensifica-

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - SMOBILIZZI
DISTRIBUZIONE PER AREE GEOGRAFICHE

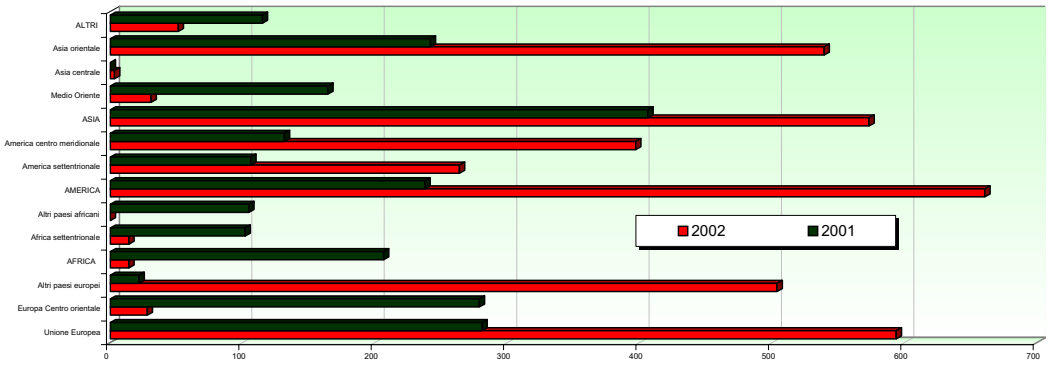
AREE E PAESI	numero operazioni			credito capitale dilazionato (milioni di euro)		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
EUROPA	18	27	60	340	581	1.125
Unione Europea	6	3	7	330	281	594
Europa Centro orientale	4	8	8	2	279	28
Altri paesi europei	8	16	45	8	22	504
AFRICA	12	5	3	363	206	14
Africa settentrionale	7	3	3	19	102	14
Altri paesi africani	5	2	0	344	105	0
AMERICA	30	17	22	423	238	661
America settentrionale	2	2	4	94	106	264
America centro meridionale	28	15	18	328	132	397
ASIA	28	16	21	298	406	573
Medio Oriente	26	9	7	223	164	31
Asia centrale	0	0	3	0	0	3
Asia orientale	2	7	11	74	242	539
ALTRI *	6	2	1	414	115	51
MONDO	**94**	**67**	**107**	**1.838**	**1.546**	**2.424**

*Si tratta di agevolazioni concesse a società di trading, per le quali non è possibile individuare l'area di destinazione delle esportazioni.

Fonte:elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SIMEST

Tavola 9.3

SMOBILIZZI
DISTRIBUZIONE DEL CREDITO CAPITALE DILAZIONATO PER AREE GEOGRAFICHE
(milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest Grafico 9.3

to, al contrario, il ricorso allo smobilizzo da parte delle imprese operanti negli Stati Uniti e in alcuni importanti mercati dell'America centro meridionale, in particolare Messico e Venezuela. Significativo anche il peso assunto dagli interventi in Asia orientale: essi hanno rappresentato il 22,2 per cento del totale degli smobilizzi posti in essere e hanno interessato in misura preponderante esportazioni dirette in Cina e Hong Kong.

L'analisi per settori merceologici (tavola 9.4) conferma che lo smobilizzo è la forma di intervento più utilizzata per il finanziamento delle esportazioni di macchine e attrezzature industriali: in particolare, nel 2002 hanno formato oggetto di agevolazione le esportazioni di macchine per l'industria tessile e per la lavorazione di pelle e cuoio e gli altri equipaggiamenti industriali. Rilevante è stato, inoltre, l'intervento a favore delle esportazioni di prodotti siderurgici e metallurgici, con un incremento

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - SMOBILIZZI
DISTRIBUZIONE PER SETTORE
(milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

SETTORI	**credito capitale dilazionato**		
	2000	2001	2002
Macchine e attrezzature industriali	897	846	1.177
	4,4	*-5,7*	*39,1*
Impianti	444	323	97
	-57,7	*-27,2*	*-70,1*
Mezzi di trasporto	209	115	52
	-10,2	*-44,9*	*-55,0*
Altri prodotti	288	262	1.098
	1,0	*-9,0*	*319,9*
TOTALE	**1.838**	**1.546**	**2.424**
	-24,3	*-15,9*	*56,8*

SETTORI	**distribuzione percentuale**		
	2000	2001	2002
Macchine e attrezzature industriali	48,8	54,7	48,6
Infrastrutture e impianti	24,2	20,9	4,0
Mezzi di trasporto	11,4	7,4	2,1
Altri prodotti	15,6	16,9	45,3
TOTALE	**100**	**100**	**100**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.4

significativo rispetto al 2001 sia del numero di operazioni (aumentate da 4 a 10) che del credito capitale dilazionato (passato da 255 a 977 milioni di euro).

I dati relativi alle regioni di provenienza delle imprese beneficiarie (tavola 9.5) dimostrano che lo smobilizzo è stato utilizzato soprattutto dalle imprese con sede in Lombardia, che hanno rappresentato circa il 60% del totale del credito capitale dilazionato. Hanno ricorso in misura significativa allo strumento in esame anche le imprese situate in Umbria, con un'incidenza del 17,4 per cento sul totale del credito capitale dilazionato. Risulta confermata l'assenza delle imprese del Mezzogiorno quali beneficiarie dell'agevolazione.

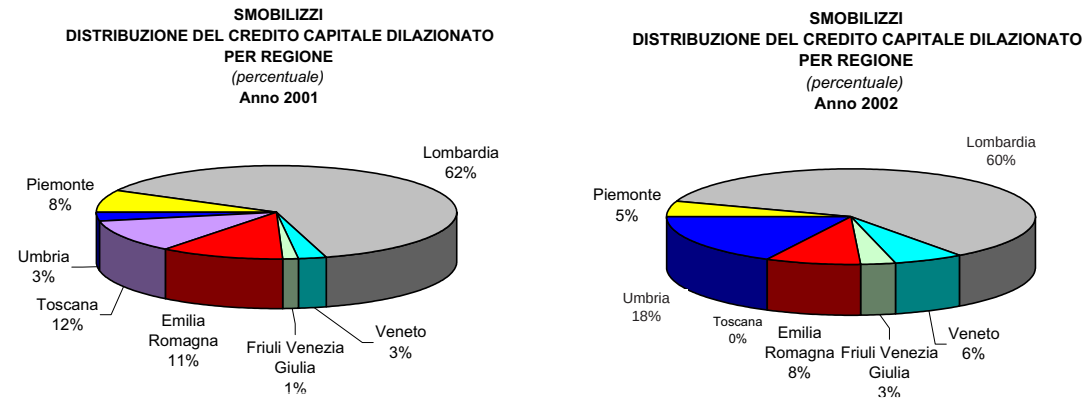
CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - SMOBILIZZI
DISTRIBUZIONE PER REGIONE
(milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

REGIONI	numero operazioni			credito capitale dilazionato		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piemonte	23	6	6	232	122	125
	21,1	*-73,9*	*0,0*	*13,9*	*-47,3*	*2,6*
Lombardia	27	26	55	1.446	968	1.448
	-15,6	*-3,7*	*111,5*	*5,3*	*-33,1*	*49,6*
Italia nord-occidentale	50	32	61	1.677	1.090	1.573
	-7,4	*-36,0*	*90,6*	*-0,6*	*-35,0*	*44,4*
Veneto	10	8	18	11	41	150
	42,9	*-20,0*	*125,0*	*-70,1*	*262,5*	*269,2*
Friuli Venezia Giulia	5	1	5	6	19	73
	25,0	*-80,0*	*400,0*	*-97,3*	*213,6*	*291,9*
Emilia Romagna	22	18	14	46	172	202
	-29,0	*-18,2*	*-22,2*	*-74,0*	*276,0*	*17,2*
Italia nord-orientale	37	27	37	63	231	424
	-11,9	*-27,0*	*37,0*	*-85,5*	*267,7*	*83,4*
Toscana	5	7	6	3	178	5
	400,0	*40,0*	*-14,3*	*-95,8*	*6048,3*	*-97,5*
Umbria	2	1	3	94	47	422
	0,0	*-50,0*	*200,0*	*0,0*	*-50,5*	*804,1*
Italia centrale	7	8	9	97	225	427
	-36,4	*14,3*	*12,5*	*-64,9*	*131,3*	*89,6*
Italia meridionale	0	0	0	0	0	0
	0,0	*0,0*	*0,0*	*0,0*	*0,0*	*0,0*
TOTALE	**94**	**67**	**107**	**1.838**	**1.546**	**2.424**
	-14,5	*-28,7*	*59,7*	*-23,4*	*-15,9*	*56,8*

* Forniture per le quali non è individuabile univocamente la regione di provenienza.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.5



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Grafico 9.4

L'analisi per classi dimensionali relativa al 2002 mostra, a differenza di quanto verificatosi nell'anno precedente, una netta prevalenza delle grandi imprese, che hanno rappresentato il 56 per cento del totale delle operazioni ed il 64 per cento del credito capitale dilazionato (tavola 9.6).

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - SMOBILIZZI
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE AZIENDALE

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	numero operazioni			credito capitale dilazionato (milioni di euro)		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piccole e Medie (1)	53	38	47	1.279	938	873
Grandi	41	29	60	559	608	1.552
TOTALE	**94**	**67**	**107**	**1.838**	**1.546**	**2.424**

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	distribuzione percentuale					
	numero operazioni			credito capitale dilazionato (milioni di euro)		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piccole e Medie	56,4	56,7	43,9	69,7	60,6	36,0
Grandi	43,6	43,3	56,1	30,3	39,4	64,0
TOTALE	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria del 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.6

Finanziamenti

La distribuzione geografica delle agevolazioni concesse sotto forma di finanziamenti (tavola 9.7) è caratterizzata dalla concentrazione degli interventi in poche aree geografiche, estremamente variabili da un anno all'altro: tale tipologia di intervento è infatti finalizzata a supportare un numero limitato di operazioni di importo unitario rilevante. Il 2002 è stato contraddistinto dal ridimensionamento del peso dell'Europa a vantaggio dell'America centro-meridionale e del Medio Oriente: circa

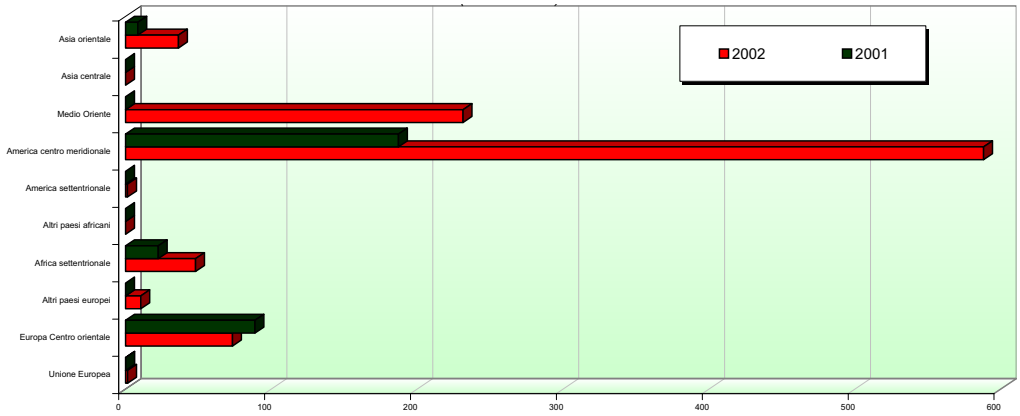
CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - FINANZIAMENTI
DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICA

AREE E PAESI	numero operazioni			credito capitale dilazionato *(milioni di euro)*		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
EUROPA	11	3	10	1.363	89	85
Unione Europea	1	1	1	1	0	2
Europa centro orientale	8	2	7	1.330	89	73
Altri paesi europei	2	0	2	32	0	11
AFRICA	3	5	6	202	23	48
Africa settentrionale	2	5	6	7	23	48
Altri paesi africani	1	0	0	195	0	0
AMERICA	8	6	9	186	187	590
America settentrionale	2	0	1	103	0	1
America centro meridionale	6	6	8	83	187	588
ASIA	5	1	4	402	9	268
Medio Oriente	3	0	1	336	0	231
Asia centrale	0	0	0	0	0	0
Asia orientale	2	1	3	67	9	36
OCEANIA	0	0	0	0	0	0
MONDO	**27**	**15**	**29**	**2.153**	**307**	**991**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.7

FINANZIAMENTI
DISTRIBUZIONE DEL CREDITO CAPITALE DILAZIONATO PER AREA GEOGRAFICA
(milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Grafico 9.5

l'80% del credito capitale dilazionato è riferito al finanziamento agevolato di cinque progetti per la costruzione di infrastrutture in Brasile e Venezuela e di impianti chimici e petrolchimici in Brasile e Oman.

Conseguentemente, tra i settori destinatari dell'agevolazione (tavola 9.8) ha assunto un peso significativo quello relativo alle infrastrutture e agli impianti; da segnalare, inoltre, la rilevanza del comparto riferito agli "altri prodotti", che comprende i finanziamenti agevolati concessi tramite le linee di credito "open", destinate all'acquisto di macchinari, attrezzature, parti di ricambio e servizi.

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - FINANZIAMENTI
DISTRIBUZIONE PER SETTORE
(milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

SETTORI	credito capitale dilazionato		
	2000	2001	2002
Macchine e attrezzature industriali	8	10	37
	-99,1	*34,2*	*261,8*
Infrastrutture e impianti	1.772	265	827
	68,8	*-85,0*	*211,9*
Mezzi di trasporto	266	22	16
	14,5	*-91,8*	*-24,4*
Altri prodotti	107	10	110
	-62,3	*-90,7*	*+++*
TOTALE	**2.153**	**307**	**991**
	-11,3	*-85,7*	*222,7*

SETTORI	distribuzione percentuale		
	2000	2001	2002
Macchine e attrezzature industriali	0,4	3,3	3,7
Infrastrutture e impianti	82,3	86,4	83,5
Mezzi di trasporto	12,4	7,1	1,7
Altri prodotti	5,0	3,3	11,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.8

Anche nel 2002, la Lombardia si è confermata la regione più attiva nell'utilizzo dello strumento, facendo registrare un ulteriore aumento, rispetto al 2001, delle operazioni e degli importi agevolati. Al secondo posto si è collocato il Veneto, cui è riferibile l'11,5 per cento del credito capitale dilazionato complessivo. Da segnalare la presenza, tra le beneficiarie degli interventi agevolativi, di una regione del Mezzogiorno, la Campania, con un'operazione di importo pari a 8 milioni di euro (tavola 9.9).

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - FINANZIAMENTI
DISTRIBUZIONE PER REGIONE
(milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)

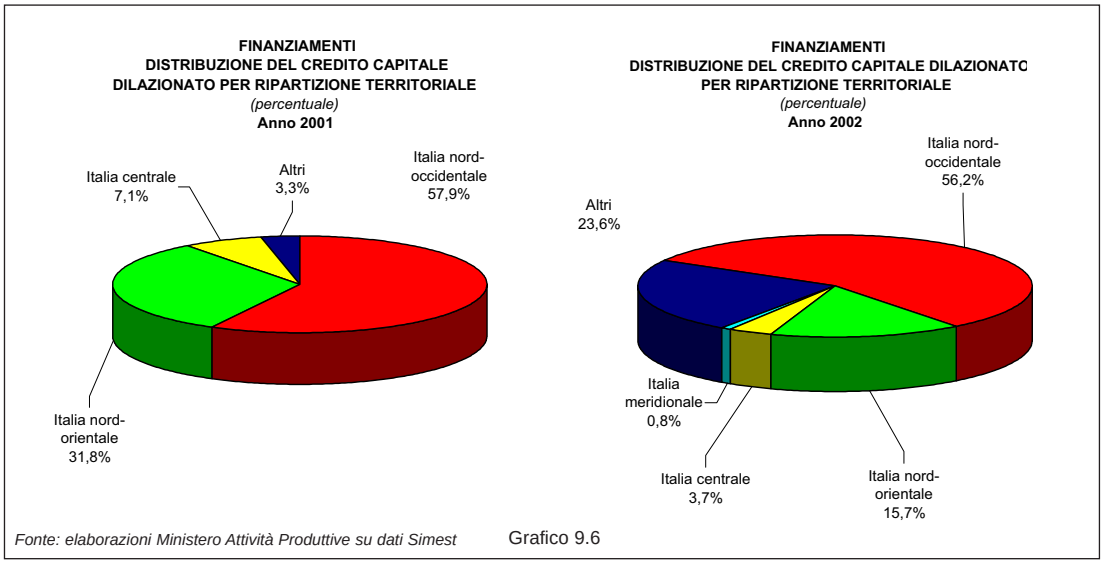
REGIONI	numero operazioni			credito capitale dilazionato		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piemonte	1	0	2	28	0	10
	-94,7	*-100,0*	-	*-86,2*	*-100,0*	-
Lombardia	15	3	11	481	174	517
	-53,1	*-80,0*	*266,7*	*-65,0*	*-63,8*	*197,5*
Liguria	1	1	2	305	4	30
	-66,7	*0,0*	*100,0*	*173,8*	*-98,7*	*650,0*
Italia nord-occidentale	17	4	15	813	178	557
	-68,5	*-76,5*	*275,0*	*-51,8*	*-78,1*	*213,0*
Veneto	1	0	2	3	0	114
	-85,7	*-100,0*	-	*-92,5*	*-100,0*	-
Friuli Venezia Giulia	0	3	2	0	89	35
	-100,0	-	*-33,3*	*-100,0*	-	*-60,3*
Emilia Romagna	4	1	2	107	9	7
	-87,1	*-75,0*	*100,0*	*-39,1*	*-91,7*	*-25,8*
Italia nord-orientale	5	4	6	110	98	156
	-88,1	*-20,0*	*50,0*	*-74,7*	*-11,4*	*59,5*
Lazio	2	4	3	22	22	37
	-80,0	*100,0*	*-25,0*	*-89,3*	*-2,3*	*70,5*
Italia centrale	4	4	3	84	22	37
	-63,6	*0,0*	*-25,0*	*-69,9*	*-74,0*	*70,5*
Campania	0	0	1	0	0	8
	-	-	-	-	-	-
Italia meridionale	0	0	1	0	0	8
	-	-	-	-	-	-
Altre*	1	3	4	1.146	10	233
	-66,7	*200,0*	*33,3*	+++	*-99,1*	+++
TOTALE	**27**	**15**	**29**	**2.153**	**307**	**991**
	-75,5	*-44,4*	*93,3*	*-11,3*	*-85,7*	*222,7*

*Forniture per le quali non è possibile individuare la regione di provenienza

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.9

Le caratteristiche tipiche delle esportazioni oggetto di agevolazione fanno sì che, a differenza del credito fornitore, ricorrano allo strumento prevalentemente le grandi imprese, che hanno rappresentato, nel 2002, il 76 per cento del totale (tavola 9.10); è risultata tuttavia in aumento la presenza delle piccole e medie imprese, il cui peso relativo è passato da poco più del 2 per cento nel 2001 a circa il 13 per cento nel 2002.



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Grafico 9.6

CREDITI AGEVOLATI ALL'ESPORTAZIONE - FINANZIAMENTI
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE AZIENDALE

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	numero operazioni			credito capitale dilazionato (milioni di euro)		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piccole e Medie (1)	2	2	9	8	7	126
Grandi	25	12	17	2.145	290	751
Altri (2)	0	1	3	0	10	114
TOTALE	**27**	**15**	**29**	**2.153**	**307**	**991**

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	distribuzione percentuale					
	numero operazioni			credito capitale dilazionato (milioni di euro)		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piccole e Medie	7,4	13,3	31,0	0,4	2,3	12,7
Grandi	92,6	80,0	58,6	99,6	94,4	75,8
Altri (2)	0,0	6,7	10,3	0,0	3,3	11,5
TOTALE	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria del 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").
(2) Crediti *open* o imprese non classificabili

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.10

L'assicurazione pubblica dei crediti all'esportazione[4]

L'assicurazione pubblica dei crediti all'esportazione è gestita, in Italia, dall'Istituto per i servizi assicurativi del commercio estero (SACE).

L'intervento consiste nell'assumere in assicurazione o riassicurazione i rischi di carattere politico, catastrofico, economico, commerciale e di cambio ai quali sono esposti gli operatori nazionali nelle loro attività con l'estero. Le operazioni assicura-

[4] Redatto da Alessandra D'Intinosante – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione.

bili sono costituite in massima parte dai crediti connessi alle dilazioni di pagamento accordate ad acquirenti e committenti esteri e possono assumere la forma di credito fornitore e credito finanziario (o acquirente). Sono, inoltre, assicurabili gli investimenti diretti all'estero.

Gli strumenti assicurativi a disposizione delle imprese sono:

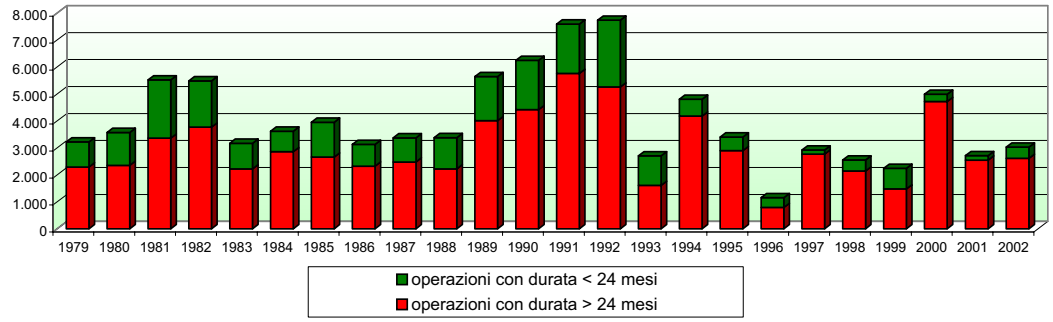
- la promessa di garanzia, che consente all'operatore nazionale di ottenere – prima della conclusione del contratto con la controparte estera – un'indicazione sulle condizioni di assicurabilità dell'operazione;
- la polizza assicurativa vera e propria, contenente le condizioni di assicurabilità e il relativo costo;
- altri strumenti, quali: coperture assicurative rilasciate in dipendenza di convenzioni quadro con le banche, per crediti di durata inferiore ai cinque anni concessi nell'ambito di linee di credito aperte da banche italiane in favore di banche estere; garanzie concesse nell'ambito di trattati di riassicurazione con operatori privati; garanzie concesse sulla base di trattati di riassicurazione e co-assicurazione con compagnie assicurative estere; garanzie di tipo fideiussorio.

Nel 2002 la SACE ha concesso garanzie per un importo pari a 3.028 milioni di euro[5], di cui l'86,2 per cento (2.610 milioni) relativo ad operazioni di durata superiore ai 24 mesi (grafico 9.7). Nonostante il debole andamento della domanda nei principali mercati non OCSE, il volume degli impegni assicurativi ha registrato un significativo incremento rispetto all'anno precedente (+11,6%); viene, inoltre, confermata la prevalente operatività dell'Istituto sul medio lungo termine, che, da un lato, è conseguenza del divieto imposto dalla normativa comunitaria di concedere garanzie pubbliche per crediti commerciali di durata fino a due anni verso quasi tutti i paesi dell'area OCSE; dall'altro, può denotare una maggiore propensione degli esportatori a ricorrere, in caso di operazioni a breve, a strumenti alternativi di copertura del rischio, quali gli smobilizzi del credito con operazioni di *forfaiting*.

La distribuzione geografica degli interventi assicurativi (tavola 9.11) è condizionata dalla concentrazione dell'attività dell'Istituto su poche operazioni, caratteristica comune a gran parte delle agenzie pubbliche di assicurazione del credito all'esportazione. Anche nel 2002, l'Iran è il paese cui è riferita la quota più rilevante dell'impegno assicurativo, con il 21,4 per cento delle garanzie concesse; seguono il Venezuela (18,7%), in cui è stata assicurata una rilevante operazione di investimento, l'Oman (10,9%) e la Nigeria (7,4%), con due operazioni di *project financing*. Nonostante la flessione, rispetto all'anno precedente, delle garanzie concesse a favore di Asia e America, nel 2002 tali aree si sono confermate destinatarie della quota più consistente degli interventi assicurativi, con un'incidenza rispettivamente del 36,6 e 30,4 per cento sul totale. Da segnalare l'aumento delle garanzie concesse a favore dei paesi dell'Europa (+36,6%) e soprattutto dell'Africa: gli impegni assunti verso i paesi africani durante il 2002 sono più che raddoppiati rispetto ai livelli registrati nel 2001.

[5] Tale valore è al netto delle variazioni accordate su operazioni assicurate negli esercizi precedenti, pari a 53 milioni di euro.

ASSICURAZIONE PUBBLICA DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE
GARANZIE CONCESSE 1979 - 2002
(milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE

Grafico 9.7

ASSICURAZIONE PUBBLICA DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE
DISTRIBUZIONE DELLE GARANZIE CONCESSE E DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE
PER AREA GEOGRAFICA
(milioni di euro)

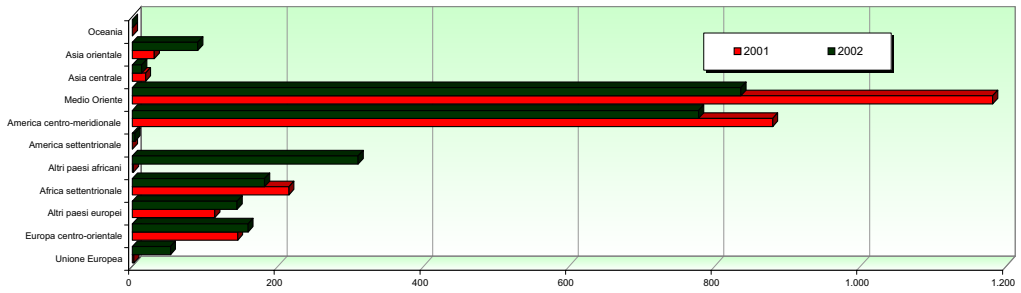
	(A) garanzie concesse					(B) esportazioni totali					(C) grado di copertura (A/B%)				
AREE E PAESI	1998	1999	2000	2001	2002	1998	1999	2000	2001	2002	1998	1999	2000	2001	2002
EUROPA	287	288	2.026	260	355	156.045	157.688	180.991	189.660	183.746	0,2	0,2	1,1	0,1	0,2
Unione Europea	10	37	0	2	52	125.151	128.713	144.411	148.029	141.106	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Europa centro-orientale	165	121	1.901	145	159	17.327	16.238	20.669	25.354	26.510	1,0	0,7	9,2	0,6	13,9
Altri paesi europei	112	130	125	113	144	13.567	12.737	15.911	16.277	16.130	0,8	1,0	0,8	0,7	1,5
AFRICA	574	279	335	216	491	8.853	7.641	9.119	10.169	9.955	6,5	3,6	3,7	2,1	6,5
Africa settentrionale	417	248	33	215	181	5.121	5.214	6.063	6.868	6.643	8,1	4,8	0,5	3,1	0,9
Altri paesi africani	157	30	302	2	310	3.732	2.427	3.056	3.301	3.312	4,2	1,3	9,9	0,0	17,7
AMERICA	922	829	474	879	781	30.024	31.079	39.287	38.925	37.006	3,1	2,7	1,2	2,3	2,5
America settentrionale	1	0	0	0	4	20.768	22.434	29.004	28.822	28.316	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
America centro-meridionale	921	829	473	879	777	9.256	8.646	10.283	10.103	8.689	9,9	9,6	4,6	8,7	10,5
ASIA	768	843	2.028	1.229	938	22.351	21.652	27.563	30.783	30.930	3,4	3,9	7,4	4,0	12,7
Medio Oriente	262	735	1.779	1.181	836	7.744	7.112	8.616	9.825	10.112	3,4	10,3	20,6	12,0	34,1
Asia centrale	193	28	138	18	13	1.876	1.615	1.724	1.935	1.864	10,3	1,7	8,0	0,9	14,3
Asia orientale	313	80	112	30	90	12.731	12.924	17.223	19.022	18.954	2,5	0,6	0,6	0,2	1,1
Oceania	0	0	0	0	0	1.851	1.985	2.274	2.310	2.623	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
MONDO	**2.551**	**2.239**	**4.862**	**2.584**	**2.565**	**220.105**	**221.040**	**260.413**	**272.990**	**265.365**	**1,2**	**1,0**	**1,9**	**0,9**	**1,0**

* A partire del 2000, i valori indicati non comprendono le garanzie concesse nell'ambito di convenzioni quadro e trattati di riassicurazione con le compagnie di assicurazione del credito italiane, per le quali non è individuabile il paese di destinazione.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE Tavola 9.11

L'analisi della composizione merceologica delle operazioni assicurate (tavola 9.12) conferma, anche per il 2002, la netta prevalenza del settore degli impianti completi, con un'incidenza dell'82,3% sul totale degli importi assicurati: in particolare, essi riguardano macchine e apparecchi meccanici, apparecchi radiotelevisivi e per le telecomunicazioni e impianti di produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua. Significativa anche l'incidenza delle garanzie concesse su investimenti esteri, pari al 10,1%: tale voce, in deciso aumento rispetto al peso assunto nel biennio precedente, è riferita in prevalenza ad investimenti effettuati da grandi imprese italiane nel settore delle telecomunicazioni in Venezuela.

ASSICURAZIONE PUBBLICA DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE
DISTRIBUZIONE DELLE GARANZIE CONCESSE PER AREA GEOGRAFICA
(milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE Grafico 9.8

ASSICURAZIONE PUBBLICA DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE - GARANZIE CONCESSE
DISTRIBUZIONE PER SETTORI
(in percentuale)

SETTORI	2000	2001	2002
Prodotti alimentari	0,0	0,1	0,1
Prodotti in pelle	0,0	0,0	0,0
Prodotti tessili	0,0	0,1	0,0
Prodotti metallurgici	0,0	0,1	0,3
Prodotti meccanici	10,6	14,4	0,1
Mezzi di trasporto	7,6	6,5	1,7
Prodotti chimici	0,0	0,3	0,9
Altri prodotti dell'industria manifatturiera	0,1	0,1	0,8
Impianti completi	42,2	68,9	82,3
Lavori	37,3	8,0	3,6
Investimenti all'estero	2,3	1,6	10,1
TOTALE (1)	100,0	100,0	100,0

(1) Sono esclusi dalla distribuzione gli importi relativi alle garanzie concesse su rifinanziamenti e nell'ambito di convenzioni quadro, trattati di riassicurazione, linee di credito bancarie.

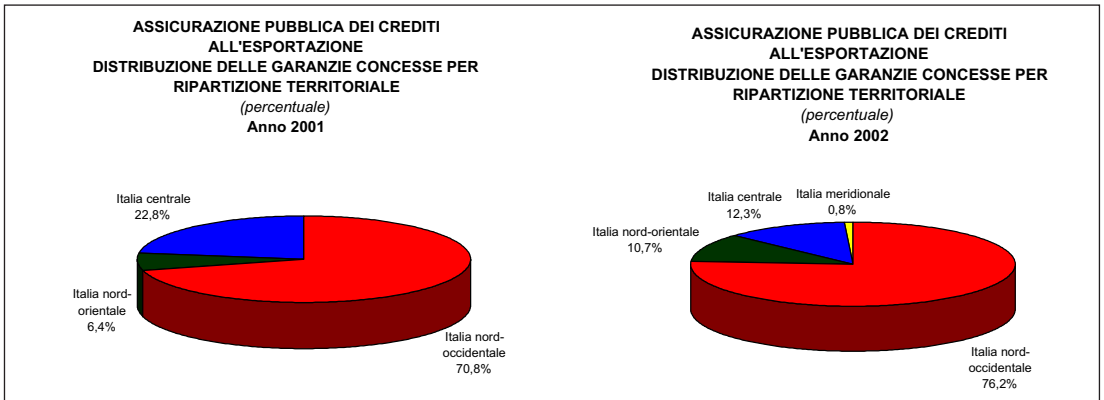
Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE Tavola 9.12

ASSICURAZIONE PUBBLICA DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE - GARANZIE CONCESSE
DISTRIBUZIONE PER REGIONI
(milioni di euro)

REGIONI	1998	1998	1999	2000	2001	2002
Piemonte	957	494	364	22	190	290,2
Lombardia	1.363	704	743	2.758	1.197	1.441,5
Liguria	84	43	11	907	309	46,8
Italia nord-occidentale	2.404	1.241	1.118	3.688	1.696	1.778,5
Veneto	160	83	14	30	10	168,3
Friuli Venezia Giulia	574	296	40	383	111	29,7
Trentino Alto Adige		...	...	...	...	1,7
Emilia Romagna	104	53	68	57	33	49,8
Italia nord-orientale	838	433	123	470	154	249,6
Toscana	134	69	94	221	96	186,4
Umbria	1	...	-	-	-	
Marche	3	2	-	...	1	...
Lazio	758	391	423	352	449	99,5
Italia centrale	896	463	517	573	546	285,9
Abruzzo	...	...	...	69	...	1,6
Campania	...	...	...	...	...	11,1
Puglia	...	...	...	...	...	4,5
Sicilia		...	...	...	...	1,4
Italia meridionale	...	...	...	69	...	18,6
TOTALE (1)	**4.137**	**2.137**	**1.758**	**4.800**	**2.395**	**2.333**

(1) Sono esclusi dalla distribuzione gli importi relativi alle garanzie concesse su rifinanziamenti e nell'ambito di convenzioni quadro, trattati di riassicurazione, linee di credito bancarie.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE Tavola 9.13



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE

Grafico 9.9

Con riferimento alla ripartizione regionale delle operazioni assicurate (tavola 9.13), i dati indicano, anche per il 2002, una rilevante concentrazione delle garanzie concesse nell'Italia settentrionale (circa l'87% del totale), in particolare in Lombardia e in Piemonte, con un ulteriore aumento rispetto ai livelli dell'anno precedente. Le imprese dell'Italia centrale sono risultate beneficiarie del 12,3% delle garanzie concesse: rispetto al 2001, il Lazio, in particolare, ha registrato una consistente riduzione degli interventi. Seppur in crescita, il ricorso all'assicurazione pubblica nell'Italia meridionale[6] è rimasto ancora un fenomeno marginale (1% del totale delle garanzie concesse).

La distribuzione degli impegni assunti per dimensione d'impresa (tavola 9.14) sottolinea la differenza qualitativa tra la domanda proveniente dalle grandi imprese, che ricorrono allo strumento assicurativo per poche operazioni di rilevante importo unitario, e le esigenze delle piccole e medie imprese, che risultano controparti di un gran numero di operazioni di modesta entità. Nel 2002, infatti, gli interventi a favore delle piccole e medie imprese, pur superando per numero quelli posti in essere nei confronti delle grandi, hanno assorbito solo il 6%delle risorse[7]. Rispetto all'anno precedente, si è verificata, inoltre, una contrazione dell'importo medio unitario delle operazioni a favore delle PMI.

ASSICURAZIONE PUBBLICA DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE - GARANZIE CONCESSE
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE AZIENDALE
(in percentuale)

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	numero operazioni					importi assicurati				
	1998	1999	2000	2001	2002	1998	1999	2000	2001	2002
Piccole e medie imprese	59	45	58	49	57	22	12	5	9	6
Grandi imprese	41	55	42	51	43	78	88	95	91	94
TOTALE	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SACE

Tavola 9.14

[6] Ai fini della ripartizione regionale, tuttavia, SACE precisa che è rilevante la sede legale dell'impresa esportatrice e non l'ubicazione dello stabilimento che ha approntato la fornitura.
[7] A tale proposito, tuttavia, SACE precisa che molte piccole e medie imprese sono coinvolte, in qualità di sub fornitrici, nella realizzazione di operazioni di rilevante importo in cui beneficiarie formali dell'intervento assicurativo sono grandi imprese.

Il sostegno pubblico agli investimenti all'estero[8]

La legge 100 del 24 aprile 1990, così come modificata dal D. Lgs. n. 143 del 1998, si pone l'obiettivo di incentivare la formazione di società o imprese all'estero in paesi extra UE.

Lo strumento più importante, sotto il profilo finanziario, è quello della partecipazione all'investimento da parte di SIMEST attraverso l'acquisizione (articolo 2) di quote azionarie fino al 25% del capitale italiano.

L'agevolazione prevista dall'art. 4, invece, prevede un contributo agli interessi (pari al 50% del tasso di riferimento) a fronte di finanziamenti concessi dal sistema bancario, nei limiti del 90% della quota complessiva italiana, entro il 51% del capitale della società estera partecipata.

Analogo intervento è previsto dall'art. 2, comma 7, della legge 19/91, per gli investimenti in imprese all'estero partecipate dalla FINEST, per le aziende localizzate nel Triveneto a fronte di crediti ottenuti per il parziale finanziamento della loro quota di capitale di rischio in imprese nei paesi dell'Europa centrale ed orientale.

Continua il trend positivo del numero delle operazioni di acquisizione azionaria approvate, che, nel corso dell'anno 2002, sono state pari a 90, per un importo complessivo deliberato pari a 46 milioni di euro.

Di notevole importanza è l'incremento dell'utilizzo di questo strumento da parte delle PMI rispetto all'anno precedente. Si è passati dal 62,3% dei progetti approvati alle PMI al 71,1% (tavola 9.15).

AGEVOLAZIONI PER GLI INVESTIMENTI ALL'ESTERO *(Legge 100/90 - Legge 19/91)*
NUOVE PARTECIPAZIONI
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE D'IMPRESA

DIMENSIONE DI IMPRESA (1)	progetti approvati di società all'estero numero operazioni 2000	2001	2002	importo deliberato (milioni di euro) 2000	2001	2002	partecipazioni acquisite in società all'estero numero operazioni 2000	2001	2002	importo acquisito (milioni di euro) 2000	2001	2002
Piccole e medie imprese	39	38	64	20,8	17,0	24,8	25	17	30	10,3	8,9	9,5
Grandi imprese	18	23	26	54,8	38,9	21,2	9	11	14	30,3	18,6	9,8
TOTALE	**57**	**61**	**90**	**75,6**	**55,9**	**46,0**	**34**	**28**	**44**	**40,6**	**27,5**	**19,2**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria del 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.15

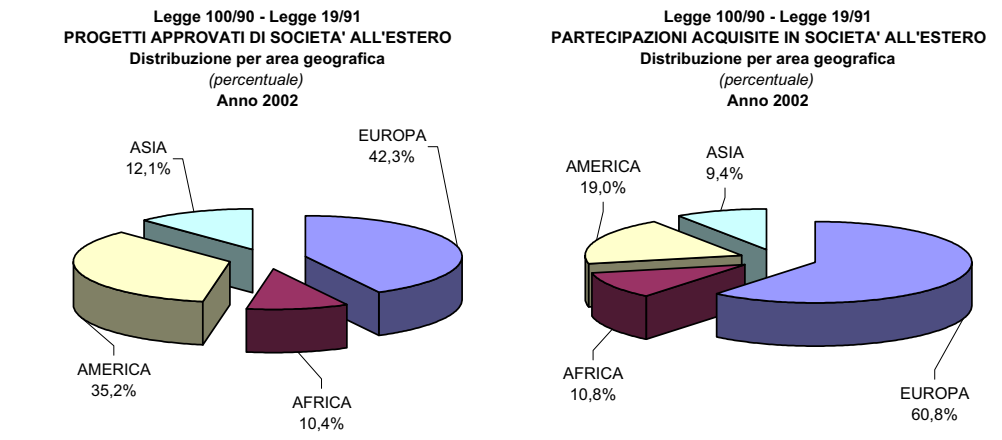
Analizzando la distribuzione per area geografica emerge che l'Europa centro-orientale si conferma come la maggiore area di attrazione con 37 progetti approvati per un valore di 17,4 milioni di euro.

Subito dopo troviamo l'area dell'America centro-meridionale con 15 progetti accolti per un valore complessivo di 6,2 milioni di euro (grafico 9.10).

Si sottolinea che gli interventi di accompagnamento delle acquisizioni aziona-

[8] Redatto da Barbara Clementi – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione.

rie sono, di norma, approvati in momenti temporali differenti da quelli dell'approvazione delle operazioni di investimento, e quindi il numero dei due strumenti è differente per ciascun anno di approvazione.



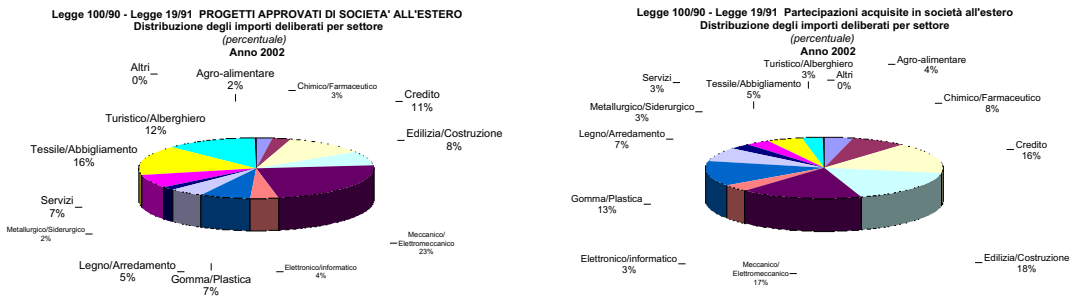
Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Grafico 9.10

Il settore che ha maggiormente utilizzato questo strumento è l'elettromeccanico con 21 progetti approvati per un valore complessivo di 10,8 milioni di euro.

Si rileva un trend di spiccata crescita nei settori della gomma-plastica, tessile-abbigliamento, e nel settore turistico-alberghiero.

In leggera flessione, dopo un notevole incremento nel 2001, il settore chimico farmaceutico (grafico 9.11).



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Grafico 9.11

Per quanto riguarda gli interventi agevolativi a titolo di credito capitale dilazionato, impegnati per i nuovi progetti di investimento partecipati da SIMEST e/o FINEST, si riscontra una inversione di tendenza rispetto al trend del 2001.

Si è, infatti, passati, da 90 progetti accolti nel 2001 a 78 nel 2002.

Tuttavia è opportuno sottolineare che la diminuzione in termini di numero (pari percentualmente al 13%), non si riflette in termini di valore complessivo dei finanziamenti che, addirittura, registra una crescita del 24%.

Tale dato risulta comprensibile anche considerando l'inversione di tendenza rispetto all'anno precedente per quanto riguarda la distribuzione per dimensioni aziendali, ed il minor peso rappresentato dal numero di operazioni relative alle piccole e medie imprese rispetto al totale: a fronte di 56 progetti del 2001, nel 2002 se ne contano solo 39 (percentualmente la flessione è del 12%) (tavola 9.16).

AGEVOLAZIONI PER GLI INVESTIMENTI ALL'ESTERO *(Legge 100/90 - Legge 19/91)*
FINANZIAMENTI AGEVOLATI
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONI D'IMPRESA

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	numero operazioni			credito capitale dilazionato *(milioni di euro)*		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piccole e Medie imprese (1)	39	56	39	26,6	44,4	40,4
Grandi imprese	20	34	39	190,1	168,5	224,3
TOTALE	**59**	**90**	**78**	**216,7**	**212,9**	**264,7**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria del 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.16

Analizzando la distribuzione delle operazioni per aree geografiche, tenendo conto del valore delle operazioni stesse, risulta cresciuto l'importo delle attività verso l'Europa centro-orientale passato da 95,7 milioni di euro del 2001 a 153,5 milioni di euro del 2002.

Risulta invece in calo del 6% il totale degli importi degli investimenti verso l'America, sia nell'America settentrionale che nell'America centro-meridionale, così come verso l'Asia dove l'importo delle iniziative è passato da 31,1 a 24,1 milioni di euro (pari ad un calo percentuale 6%).

La Romania si conferma il primo paese destinatario per numero di interventi di finanziamento agevolato finalizzati all'investimento, seguita da Polonia, Croazia e Cina.

Dal punto di vista, però, dell'ammontare degli investimenti è la Croazia a conquistare il primo posto con 52,6 milioni di euro, immediatamente seguita dalla Polonia con 49,6 milioni di euro e dall'Ungheria 23,5 milioni di euro. La Romania può vantare, invece, solo 12,9 milioni di euro

Interessante è poi il dato dell'India che nel corso del 2002 ha fatto registrare investimenti per 14 milioni di euro ed il Brasile con 14,8 milioni di euro.

Tra i paesi industriali, gli Stati Uniti si confermano ancora una volta il paese di maggiore interesse per le nostre imprese (tavola 9.17).

Dall'analisi delle regioni italiane emerge che le regioni più attive sono state la Lombardia e il Veneto. Quest'ultima, con 32 iniziative, pari al 41% del totale, è stata la regione più attiva per numero di operazioni (tavola 9.18).

Per quanto riguarda, infine, i settori produttivi, si conferma il settore elettromeccanico con 17 progetti approvati per un valore di 56 milioni di euro, seguito dal settore dell'edilizia con 6 operazioni per un totale di 50,7 milioni di euro, e da quello del credito con 3 progetti e 45,4 milioni di euro (tavola 9.19).

AGEVOLAZIONI PER GLI INVESTIMENTI ALL'ESTERO *(Legge 100/90 - Legge 19/91)*
FINANZIAMENTI AGEVOLATI
DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICA

AREE	numero operazioni			credito capitale dilazionato *(milioni di euro)*		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
EUROPA	41	57	53	118,2	96,2	200,9
Unione Europea	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Europa centro-orientale	40	56	49	117,7	95,7	153,5
Altri paesi europei	1	1	4	0,5	0,5	47,4
AFRICA	3	8	4	4,2	38,7	12,9
Africa settentrionale	1	7	4	0,2	37,8	12,9
Altri paesi africani	2	1	0	4,0	0,9	0,0
AMERICA	14	17	9	93,8	46,9	26,1
America settentrionale	4	5	2	12,1	23,2	14,1
America centro-meridionale	10	12	7	81,7	23,7	12,0
ASIA	1	8	11	0,5	31,1	24,1
OCEANIA	0	0	1	0,0	0,0	0,7
MONDO	**59**	**90**	**78**	**216,7**	**212,9**	**264,7**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.17

AGEVOLAZIONI PER GLI INVESTIMENTI ALL'ESTERO *(Legge 100/90 - Legge 19/91)*
FINANZIAMENTI AGEVOLATI
DISTRIBUZIONE PER REGIONE

REGIONI	numero operazioni			credito capitale dilazionato *(milioni di euro)*		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Piemonte	9	5	4	22,6	11,1	7,2
Valle d'Aosta	0	0	2	0,0	0,0	15,1
Liguria	0	1	1	0,0	3,6	0,3
Lombardia	23	19	11	124,0	72,0	67,0
Italia nord-occidentale	32	25	18	146,6	86,7	89,6
Veneto	1	25	32	1,0	29,2	47,4
Friuli Venezia Giulia	4	9	9	2,5	11,9	16,8
Trentino Alto Adige	0	1	1	0,0	1,3	5,2
Emilia Romagna	8	10	8	22,5	19,2	8,7
Italia nord-orientale	13	45	50	26,1	61,6	78,1
Toscana	6	12	2	2,9	34,2	6,7
Umbria	0	0	2	0,0	0,0	7,5
Marche	2	2	1	39,1	24,4	33,0
Lazio	2	1	3	0,8	0,3	46,7
Italia centrale	10	15	8	42,8	58,9	93,9
Abruzzo	2	0	1	0,8	0,0	2,1
Molise	1	0	0	0,3	0,0	0,0
Campania	0	4	0	0,0	5,6	0,0
Puglia	0	1	0	0,0	0,1	0,0
Italia meridionale	3	5	1	1,1	5,7	2,1
Sicilia	1	0	1	0,2	0,0	1,0
Italia insulare	1	0	1	0,2	0,0	1,0
TOTALE	**59**	**90**	**78**	**216,7**	**212,9**	**264,7**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività produttive su dati Simest

Tavola 9.18

AGEVOLAZIONI PER GLI INVESTIMENTI ALL'ESTERO *(Legge 100/90 - Legge 19/91)*
FINANZIAMENTI AGEVOLATI
DISTRIBUZIONE PER SETTORE

SETTORI	numero operazioni			credito capitale dilazionato *(milioni di euro)*		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Agro-alimentare	8	10	6	31,3	4,1	4,6
Chimico/Farmaceutico	2	10	3	1,2	50,0	8,2
Credito	0	2	3	0,0	16,3	45,4
Edilizia/Costruzione	8	10	6	52,6	9,9	50,7
Elettromeccanico/Meccanico	16	19	17	55,1	62,0	56,0
Elettronico/informatico	0	0	1	0,0	0,0	0,6
Gomma/Plastica	1	2	13	0,2	24,7	22,7
Legno/Arredamento	4	8	4	2,7	10,9	1,8
Metallurgico/Siderurgico	2	1	6	34,2	0,2	32,4
Servizi	3	6	6	8,6	4,4	15,5
Tessile/Abbigliamento	10	16	8	21,5	22,7	11,7
Turistico/Alberghiero	3	2	2	8,5	2,0	6,7
Altri	2	4	3	0,7	5,7	8,4
TOTALE	**59**	**90**	**78**	**216,7**	**212,9**	**264,7**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.19

I finanziamenti a tasso agevolato per i programmi di penetrazione commerciale[9]

Nel corso dell'anno 2002, si è registrato un consistente aumento dell'utilizzo dello strumento previsto dall'art. 2 della legge 394/81.

Tale normativa ha ad oggetto operazioni di finanziamento di programmi di penetrazione commerciale (in paesi non appartenenti alla UE) a tasso agevolato pari al 40% del tasso di riferimento.

Rispetto al 2001, i programmi di penetrazione commerciale approvati sono passati da 156 a 186, con un incremento del 19,2%, per un ammontare totale di 212,9 milioni di euro (pari ad una crescita del 21,5%) (tavola 9.20).

L'interesse da parte delle PMI è cresciuto in misura elevata, come dimostrano i dati che indicano un notevole aumento dei progetti finanziati passati da 115 del 2000 e da 125 dello scorso anno a 152 del 2002.

Da sottolineare che, nel 2002, sono aumentati anche i progetti approvati alle grandi imprese: nel 2002 i programmi accolti sono stati 34 a fronte dei 29 del 2001.

Nonostante questa crescita, l'analisi della distribuzione per dimensioni di impresa evidenzia un aumento del divario tra le due realtà imprenditoriali: l'81,7% dei programmi accolti provengono infatti da PMI (+21,6% rispetto al 2001).

Si denota, quindi, una sostanziale crescita dell'attenzione da parte soprattutto delle PMI per i mercati esteri, nell'ottica di una sempre più avvertita esigenza di internazionalizzazione della propria attività e della necessità di mantenere livelli adeguati di competitività; esigenze per cui è fondamentale poter disporre di strumenti di sostegno che tengano conto della sempre maggiore apertura dei mercati e della crescita economica dei paesi emergenti.

[9] Redatto da Barbara Clementi – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione.

FINANZIAMENTI PER PROGRAMMI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE Legge 394/81
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE DI IMPRESA

DIMENSIONE DI IMPRESA (1)	2000				2001				2002				variazione percentuale 2001-2002	
	numero operazioni	distribuzione %	importo (milioni di euro)	distribuzione%	numero operazioni	distribuzione %	importo (milioni di euro)	distribuzione%	numero operazioni	distribuzione %	importo (milioni di euro)	distribuzione%	numero operazioni	importo (milioni di euro)
Piccole e medie imprese	115	80,4	121,1	72,0	125	80,1	124,1	70,8	152	81,7	157,6	74,0	21,6	27,0
Grandi imprese	28	19,6	47,0	28,0	29	18,6	48,9	27,9	34	18,3	55,3	26,0	17,2	13,1
Consorzi	0	0,0	0,0	0,0	2	1,3	2,1	1,2	0	0,0	0,0	0,0	-	-
TOTALE	**143**	**100**	**168,1**	**100**	**156**	**100**	**175,2**	**100**	**186**	**100**	**212,9**	**100**	**19,2**	**21,5**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria del 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.20

Il trend molto positivo dei progetti finanziati, riflette il grande interesse delle imprese per questo tipo di intervento che è ancor più apprezzabile e significativo se si tiene conto, da un lato, della congiuntura economica non positiva e del rallentamento del commercio mondiale e, dall'altro, della costante riduzione dei tassi di interesse di mercato che, riducendo i margini differenziali con i tassi praticati sul mercato, rende meno appetibili i finanziamenti agevolati.

A livello di distribuzione per paese, gli Stati Uniti d'America, oltre a confermarsi il paese in cui si registra il maggior numero di progetti finanziati ai sensi dell'art.2 l.394/81, fanno registrare un interessante incremento con 67 interventi, a fronte dei 52 del 2001, per un valore complessivo delle operazioni approvate di 95,5 milioni di euro a conferma del crescente interesse degli operatori economici per questa area in forte crescita.

Sostanzialmente stabile è la situazione dell'area latino-americana, nell'ambito della quale si evidenzia un leggero decremento del numero di progetti accolti in Brasile (da 13 del 2001 a 10 del 2002) e un incremento di quelli in Messico.

Per quanto riguarda l'Europa centro-orientale, invece, si assiste ad una inversione di tendenza. Si è passati, infatti, da 58 a 51 progetti approvati. Il calo più consistente si è avuto in Romania, che è passata da 21 a 16 progetti, ed in Russia (da 11 a 6 progetti).

Nell'Asia orientale, al contrario, i progetti sono più che raddoppiati passando da 16 a 37 per un valore complessivo di 37,4 mln di euro.

Di questi la quasi totalità, ben 21, sono stati finanziati in Cina per un valore totale di 18,1 milioni di euro (tavola 9.21).

Tra le regioni italiane più attive per quanto riguarda i programmi di penetrazione commerciale, Lombardia, Emilia Romagna e Veneto si sono confermate le prime beneficiarie, rispettivamente con 55, 36 e 35 operazioni accolte nel 2002. Si sottolinea che i progetti presentati dal Veneto sono passati da 20 del 2001 a 35 del 2002.

Confermano il loro trend positivo anche Piemonte, Toscana e Umbria; in leggero decremento, invece, Lazio e Liguria.

Persiste il divario tra il Nord Italia e il Centro-Sud, che anzi si è accentuato rispetto al 2001; il centro passa dal 23% al 18% mentre il sud registra un calo del 4% (tavola 9.22).

FINANZIAMENTI PER PROGRAMMI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE Legge 394/81
DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICA

AREE E PAESI	2000				2001				2002			
	numero opera-zioni	distribu-zione %	importo *(milioni di euro)*	distribu-zione %	numero opera-zioni	distribu-zione %	importo *(milioni di euro)*	distribu-zione %	numero opera-zioni	distribu-zione %	importo *(milioni di euro)*	distribu-zione %
EUROPA *	39	27,3	34,2	20,4	58	37,2	47,7	27,2	51	27,4	48,8	22,9
Europa centro-orientale	38	26,6	32,9	19,6	53	34,0	42,0	24,0	48	25,8	44,0	20,7
Altri paesi europei	1	0,7	1,3	0,8	5	3,2	5,7	3,3	3	1,6	4,8	2,3
AFRICA	7	4,9	4,9	2,9	5	3,2	4,1	2,3	6	3,2	4,9	2,3
Africa settentrionale	3	2,1	2,2	1,3	4	2,6	3,2	1,8	4	2,2	2,8	1,3
Altri paesi africani	4	2,8	2,7	1,6	1	0,6	0,9	0,5	2	1,1	2,1	1,0
AMERICA	77	53,8	102,7	61,1	75	48,1	103,6	59,1	91	48,9	119,9	56,3
America settentrionale	52	36,4	77,4	46,1	56	35,9	83,7	47,8	71	38,2	99,6	46,8
America centro-meridionale	25	17,5	25,3	15,0	19	12,2	19,9	11,4	20	10,8	20,3	9,5
ASIA	19	13,3	26,0	15,5	16	10,3	19	10,6	37	19,9	37,4	17,6
Medio Oriente	2	1,4	2,0	1,2	2	1,3	0,9	0,5	3	1,6	3,0	1,4
Asia centrale	0	0	0,0	0,0	3	2	3,5	2,0	6	3	7,0	2,8
Asia orientale	17	11,9	24,0	14,3	11	7,1	14,2	8,1	28	15,1	27,4	12,9
OCEANIA	1	0,7	0,2	0,1	2	1,3	1,2	0,7	1	0,5	2,0	0,9
MONDO	**143**	**100**	**168,1**	**100**	**156**	**100**	**175,2**	**100**	**186**	**100**	**212,9**	**100**

* I paesi membri dell'Unione europea non rientrano tra i destinatari, secondo quanto stabilito dalla legge 394 del 1981, delle operazioni oggetto di agevolazione.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.21

FINANZIAMENTI PER PROGRAMMI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE Legge 394/81
DISTRIBUZIONE PER REGIONE

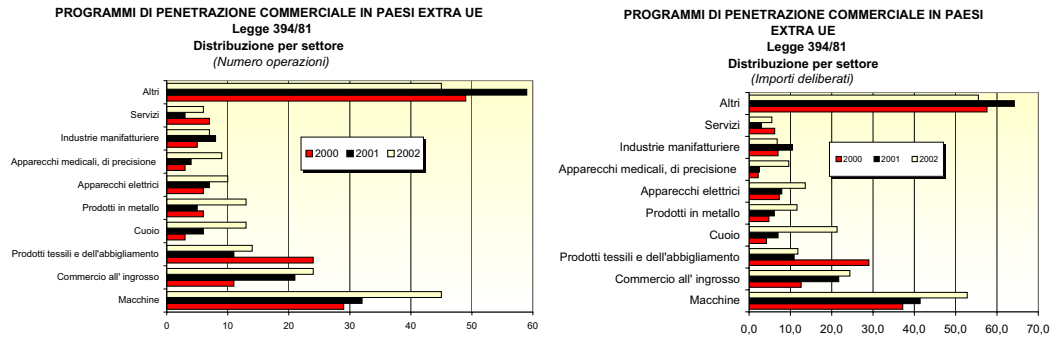
AREE E PAESI	2000				2001				2002			
	numero opera-zioni	distribu-zione %	importo *(milioni di euro)*	distribu-zione %	numero opera-zioni	distribu-zione %	importo *(milioni di euro)*	distribu-zione %	numero opera-zioni	distribu-zione %	importo *(milioni di euro)*	distribu-zione %
Piemonte	9	6,3	8,2	4,9	11	7,1	13,5	7,7	12	6,5	9,3	4,4
Lombardia	38	26,6	41,5	24,7	44	28,2	55,7	31,8	55	29,6	67,7	31,8
Liguria	2	1,4	1,6	1,0	3	1,9	2,2	1,3	0	0,0	0,0	0,0
Italia nord-occidentale	49	34,3	51,3	30,5	58	37,2	71,4	40,8	67	36,0	77,0	36,2
Trentino Alto Adige	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	2	1,1	3,1	1,5
Veneto	24	16,8	33,1	19,7	20	12,8	22,0	12,6	35	18,8	40,6	19,1
Friuli Venezia Giulia	4	2,8	5,7	3,4	3	1,9	2,7	1,5	6	3,2	6,2	2,9
Emilia Romagna	28	19,6	38,6	23,0	27	17,3	30,3	17,3	36	19,4	44,5	20,9
Italia nord-orientale	56	39,2	77,4	46,1	50	32,1	55	31,4	79	42,5	94,4	44,3
Toscana	14	9,8	13,9	8,3	18	11,5	14,7	8,4	20	10,8	17,5	8,2
Umbria	1	0,7	0,8	0,5	3	1,9	3,5	2,0	4	2,2	6,8	3,2
Marche	4	2,8	2,1	1,3	4	2,6	5,5	3,1	3	1,6	3,9	1,8
Lazio	4	2,8	6,0	3,6	9	5,8	8,9	5,1	6	3,2	8,4	3,9
Italia centrale	23	16,1	22,8	13,6	34	21,8	33	18,6	33	17,7	36,6	17,2
Abruzzo	3	2,1	5,2	3,1	1	0,6	2,1	1,2	0	0,0	0,0	0,0
Molise	1	0,7	2,1	1,2	1	0,6	0,3	0,2	0	0,0	0,0	0,0
Campania	5	3,5	5,7	3,4	5	3,2	6,9	3,9	4	2,2	3,0	1,4
Puglia	2	1,4	0,7	0,4	0	0,0	0,0	0,0	2	1,1	1,2	0,6
Basilicata	0	0,0	0,0	0,0	3	1,9	2,2	1,3	1	0,5	0,8	0,4
Calabria	1	0,7	0,2	0,1	1	0,6	0,4	0,2	0	0,0	0,0	0,0
Italia meridionale	12	8,4	13,9	8,3	11	7,1	11,9	6,8	7	3,8	5,0	2,3
Sicilia	1	0,7	0,4	0,2	3	1,9	4,3	2,5	0	0,0	0,0	0,0
Sardegna	2	1,4	2,3	1,4	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0
Italia insulare	3	2,1	2,7	1,6	3	1,9	4,3	2,5	0	0,0	0,0	0,0
TOTALE	**143**	**100**	**168,1**	**100**	**156**	**100**	**175,2**	**100**	**186**	**100**	**212,9**	**100**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.22

Per quanto concerne la distribuzione settoriale, i programmi approvati nel 2002 hanno interessato principalmente il comparto delle macchine industriali (45 operazioni per 52,8 milioni di euro) e il commercio all'ingrosso (24 programmi per 24,4 milioni di euro), confermando l'assoluta prevalenza di questi settori.

Crescono i settori del cuoio, della lavorazione dei metalli e del tessile, mentre si registra un decremento nel settore alimenti e bevande (grafico 9.12).



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest Grafico 9.12

I finanziamenti a tasso agevolato per la partecipazione a gare internazionali[10]

La legge 304/90 ha lo scopo di facilitare la partecipazione delle imprese italiane a gare internazionali per l'aggiudicazione di commesse in paesi non appartenenti alla Unione Europea. Il tipo di agevolazione consiste nel finanziamento a tasso agevolato, pari al 40% del tasso di riferimento variabile stabilito per le operazioni di credito all'esportazione con raccolta sul mercato interno. L'utilizzo di questo strumento si mantiene sostanzialmente stabile rispetto all'anno 2001: si registrano infatti 19 programmi approvati, ovvero il medesimo numero di operazioni effettuate nel 2001 (in netta controtendenza rispetto all'anno 2000). Il dato interessante da rilevare è l'incremento che si registra in Africa dove i progetti sono passati da 7 a 15.

Tale strumento agevolativo, infatti, viene utilizzato soprattutto nel settore delle infrastrutture trovando maggiore applicazione in paesi in via di transizione e/o in via di sviluppo. E' proprio questo il motivo che spiega perché a differenza dello scorso anno in cui l'Europa centro–orientale si poneva, ora che i paesi dell'area stanno per fare il loro ingresso nella UE, come la più importante area di destinazione dei progetti, ora che i paesi dell'area si stanno affacciando all'ingresso nella U.E, grazie al progresso politico-economico e sociale che li caratterizza e li spinge ad adeguarsi agli standard comunitari, l'attenzione delle imprese italiane si è spostata nel continente africano, che dal 2000 fa registrare un trend positivo che ha portato l'Africa ad essere nel 2002 la maggiore destinataria degli interventi (ben 15 su un totale di 19, ovvero il 78,9 dei progetti) (tavola 9.23).

Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese beneficiarie fra le regioni emerge che le regioni italiane più attive si confermano il Lazio e la l'Emilia Romagna con 7 operazioni, mentre si rileva un decremento per quanto riguarda la Lombardia (tavola 9.24).

[10] Redatto da Barbara Clementi – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione.

FINANZIAMENTI PER LA PARTECIPAZIONE A GARE INTERNAZIONALI Legge 304/90
DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICA

AREE E PAESI	2000				2001				2002			
	numero operazioni	distribuzione %	importo *(milioni di euro)*	distribuzione %	numero operazioni	distribuzione %	importo *(milioni di euro)*	distribuzione %	numero operazioni	distribuzione %	importo *(milioni di euro)*	distribuzione %
EUROPA *	1	12,5	0,3	13,0	8	42,1	0,6	22,2	1	5,3	0,1	3,3
Europa centro-orientale	0	0,0	0,0	0,0	8	42,1	0,6	22,2	1	5,3	0,1	3,3
Altri paesi europei	1	12,5	0,3	13,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0
AFRICA	6	75,0	1,8	78,3	7	36,8	1,1	40,7	15	78,9	1,6	53,3
Africa settentrionale	5	62,5	1,6	69,6	7	36,8	1,1	40,7	10	52,6	1,3	43,3
Altri paesi africani	1	12,5	0,2	8,7	0	0,0	0,0	0,0	5	26,3	0,3	10,0
AMERICA	0	0,0	0,0	0,0	3	15,8	1,0	37,0	1	5,3	0,1	3,3
America settentrionale	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0
America centro-meridionale	0	0,0	0,0	0,0	3	15,8	1,0	37,0	1	5,3	0,1	3,3
ASIA	1	12,5	0,2	8,7	1	5,3	0,0	0,0	2	10,5	1,2	40,0
Medio Oriente	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	1	5,3	1,0	33,3
Asia centrale	0	0,0	0,0	0,0	1	5,3	0,0	0,0	1	5,3	0,2	6,7
Asia orientale	1	12,5	0,2	8,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0
TOTALE	**8**	**100**	**2,3**	**100**	**19**	**100**	**2,7**	**100**	**19**	**100**	**3,0**	**100**

* I paesi membri dell'Unione europea non rientrano tra i destinatari, secondo quanto stabilito dalla legge 304 del 1990, delle operazioni oggetto di agevolazioni.

Fonte: elaborazioni Ministero Attività produttive su dati Simest

Tavola 9.23

FINANZIAMENTI PER LA PARTECIPAZIONE A GARE INTERNAZIONALI Legge 304/90
DISTRIBUZIONE PER REGIONE

AREE E PAESI	2000				2001				2002			
	numero operazioni	distribuzione %	importo *(milioni di euro)*	distribuzione %	numero operazioni	distribuzione %	importo *(milioni di euro)*	distribuzione %	numero operazioni	distribuzione %	importo *(milioni di euro)*	distribuzione %
Lombardia	6	75	1,1	46,7	3	15,8	0,8	29,6	0	0,0	0,0	0,0
Lazio	2	25	1,2	53,3	6	31,6	1,0	37,0	7	36,8	1,8	60,0
Emilia Romagna	0	0,0	0,0	0,0	6	31,6	0,6	22,2	7	36,8	0,7	23,3
Liguria	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	1	5,3	0,0	0,0
Puglia	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	1	5,3	0,2	6,7
Campania	0	0,0	0,0	0,0	2	10,5	0,1	3,7	0	0,0	0,0	0,0
Veneto	0	0,0	0,0	0,0	2	10,5	0,2	7,4	3	15,8	0,3	10,0
TOTALE	**8**	**100**	**2,3**	**100**	**19**	**100**	**2,7**	**100**	**19**	**100**	**3,0**	**100**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Tavola 9.24

I finanziamenti per gli studi di pre-fattibilità e fattibilità e per i programmi di assistenza tecnica[11]

Il D. Lgs. 143/98 all'art, 22, comma 5, prevede i finanziamenti agevolati concessi alle imprese per gli studi di pre-fattibilità e fattibilità finalizzati all'investimento o alla penetrazione commerciale sui mercati extra UE, e per i programmi di assistenza tecnica collegata all'esportazione di macchinari e/o investimenti. Tali strumenti sono divenuti operativi il 10 giugno 2000, in seguito all'emanazione del D.M.

[11] Redatto da Barbara Clementi – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione.

136/2000, che ha previsto la possibilità per le imprese di ottenere finanziamenti a tasso agevolato pari al 25% del tasso di riferimento. I primi progetti sono stati approvati nel settembre 2000 pertanto l'anno 2002 è il primo anno in cui è possibile fare un riscontro significativo di dati con le esperienze precedenti.

Il 2002 conferma il trend positivo dell'utilizzo di questi nuovi strumenti, che aiutano le imprese italiane nella fase di primo approccio ai nuovi mercati, e sono caratterizzati da condizioni agevolate sia in termini di tasso che in termini di garanzie da rilasciare.

Le domande accolte sono state 79, a fronte delle 64 dell'anno precedente (pari ad un incremento percentuale del 14%), per un importo complessivo di 20,3 milioni di euro.

Dal punto di vista delle dimensioni delle imprese che realizzano i progetti approvati si riconferma una ben definita prevalenza di PMI con 58 programmi per un valore complessivo di circa 14 milioni di euro (circa il 73% del totale) (tavola 9.25).

STUDI DI PREFATTIBILITA' E FATTIBILITA' E PROGRAMMI DI ASSISTENZA TECNICA
D.lgs. 143/98
DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE AZIENDALE

CLASSI DI DIMENSIONE AZIENDALE	2000		2001		2002	
	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*
Piccole e medie imprese (1)	6	1,2	49	10,0	58	14,0
Grandi imprese	2	0,6	15	4,6	21	6,3
TOTALE	**8**	**1,7**	**64**	**14,6**	**79**	**20,3**

(1) Per la definizione di piccola e media impresa vengono adottati i parametri indicati nel Decreto del Ministro dell'Industria del 18 settembre 1997 ("Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione delle piccole e medie imprese").

Fonte: Ministero Attività produttive su dati SIMEST

Tavola 9.25

Dal raffronto tra i dati statistici relativi all'anno 2001 ed all'anno 2002 emerge che l'area geografica di maggior richiamo è stata l'Europa centro-orientale con il 47% delle domande accolte, seguita dall'America latina con il 14%.

I progetti approvati hanno interessato 27 paesi tra cui anche quelli di più difficile penetrazione ed a maggior rischio come l'Algeria e quelli più lontani come l'Australia, destinataria nel 2002 di quattro operazioni.

In relazione alla distribuzione per paese delle operazioni accolte si rileva la Romania si conferma al primo posto con 13 progetti per un valore di 2,9 milioni di euro, seguita da Cina, Brasile e Stati Uniti rispettivamente con 7, 6 e 7 progetti (tavola 9.26).

Per quanto riguarda, invece, la distribuzione regionale delle imprese che beneficiano dei finanziamenti si riscontra, come per gli altri strumenti finanziari, una netta differenza tra le regioni del Nord (con il 72% dei progetti accolti), quelle del Centro (con il 22%) e quelle del Sud (con appena il 6%).

Per l'Emilia Romagna, la Lombardia e il Veneto, regioni leader, si conferma il trend dello scorso anno con, rispettivamente, 14, 15, e 13 operazioni approvate.

Interessante il dato dell'Abruzzo con 2 finanziamenti accolti e quello della

STUDI DI PREFATTIBILITA' E FATTIBILITA' E PROGRAMMI DI ASSISTENZA TECNICA
D.lgs. 143/98
DISTRIBUZIONE PER PAESE

PAESI	2000		2001		2002	
	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*
Algeria	0	0,0	1	0,3	1	0,5
Argentina	0	0,0	1	0,3	1	0,3
Australia	0	0,0	0	0,0	4	1,4
Bosnia-Erzegovina	0	0,0	1	0,5	2	0,7
Brasile	1	0,2	6	1,3	6	1,7
Bulgaria	0	0,0	3	0,3	3	0,9
Canada	0	0,0	1	0,2	0	0,0
Cile	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Cina	2	0,5	5	1,2	7	1,6
Colombia	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Croazia	0	0,0	2	0,5	2	0,4
Cuba	1	0,1	1	0,2	0	0,0
Egitto	0	0,0	1	0,2	0	0,0
Emirati Arabi Uniti	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Filippine	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Georgia	0	0,0	1	0,3	0	0,0
Giappone	0	0,0	2	0,7	0	0,0
Honduras	0	0,0	1	0,5	0	0,0
India	0	0,0	1	0,2	0	0,0
Iran	1	0,4	1	0,1	0	0,0
Lettonia	0	0,0	0	0,0	1	0,1
Libano	1	0,2	0	0,0	0	0,0
Libia	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Marocco	0	0,0	2	0,2	1	0,4
Messico	0	0,0	1	0,2	1	0,5
Moldavia	0	0,0	0	0,0	2	0,2
Nigeria	0	0,0	0	0,0	2	0,7
Paraguay	1	0,3	0	0,0	0	0,0
Polonia	0	0,0	4	1,2	3	0,7
Repubblica Ceca	0	0,0	2	0,3	1	0,2
Repubblica Slovacca	0	0,0	0	0,0	3	0,8
Romania	0	0,0	8	2,1	13	2,9
Russia	0	0,0	0	0,0	5	1,2
Serbia Montenegro	0	0,0	0	0,0	2	0,5
Slovenia	0	0,0	1	0,2	0	0,0
Stati Uniti	0	0,0	6	0,9	7	1,5
Svizzera	0	0,0	0	0,0	1	0,5
Territori Palestinesi	1	0,2	0	0,0	0	0,0
Tunisia	0	0,0	4	1,0	4	1,1
Turchia	0	0,0	1	0,1	0	0,0
Ucraina	0	0,0	1	0,1	0	0,0
Ungheria	0	0,0	3	0,5	0	0,0
Venezuela	0	0,0	2	0,5	0	0,0
Vietnam	0	0,0	1	0,3	0	0,0
MONDO	**8**	**1,7**	**64**	**14,6**	**79**	**20,3**

Fonte: Ministero Attività Produttive su dati SIMEST

Tavola 9.26

Liguria (meno positivo) che è passata da 4 operazioni del 2001 ad 1 sola operazione del 2002 (tavola 9.27).

Dal punto di vista dei settori produttivi, si riscontra il maggior numero di progetti approvati nel settore della meccanica strumentale con 19 operazioni per 4,7 milioni di euro (pari al 24% del totale) (grafico 9,13).

Gli altri settori che riportano dati significativi sono il commercio all'ingrosso con il 6 operazioni (pari circa al 7% del totale) e il cuoio con 5 progetti (circa il 6%).

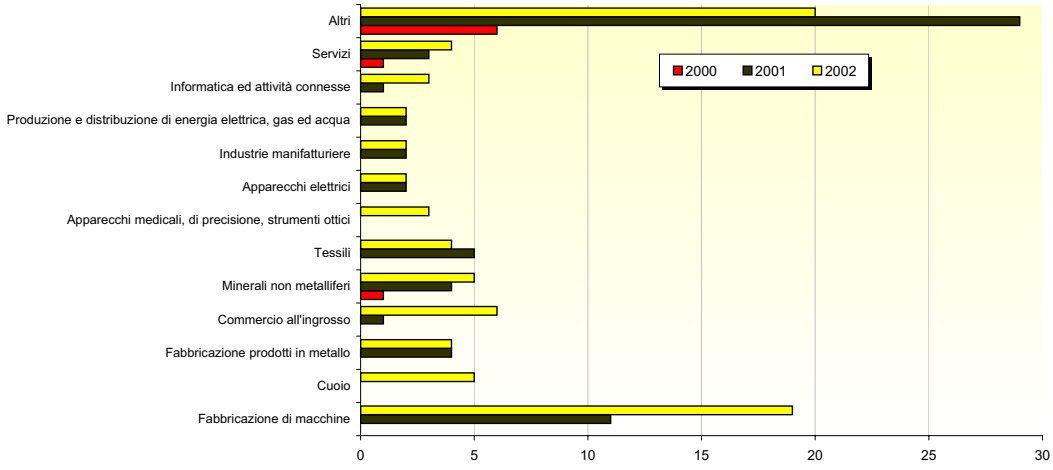
STUDI DI PREFATTIBILITA' E FATTIBILITA' E PROGRAMMI DI ASSISTENZA TECNICA
D.lgs. 143/98
DISTRIBUZIONE PER REGIONE

REGIONI	2000		2001		2002	
	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*	numero operazioni	importo *(milioni di euro)*
Abruzzo	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Basilicata	0	0,0	0	0,0	1	0,4
Campania	0	0,0	1	0,1	0	0,0
Emilia Romagna	4	1,1	11	2,6	14	3,4
Friuli Venezia Giulia	0	0,0	2	0,3	5	1,5
Lazio	0	0,0	3	1,2	5	0,8
Liguria	0	0,0	4	0,7	1	0,2
Lombardia	0	0,0	14	2,7	15	3,6
Marche	0	0,0	1	0,3	3	1,1
Piemonte	0	0,0	6	1,4	9	2,4
Puglia	2	0,3	0	0,0	2	0,3
Sardegna	1	0,1	0	0,0	0	0,0
Toscana	1	0,2	8	1,5	8	3,0
Umbria	0	0,0	1	0,1	1	0,5
Valle d'Aosta	0	0,0	1	0,1	0	0,0
Veneto	0	0,0	12	3,5	13	3,0
TOTALE	**8**	**1,7**	**64**	**14,6**	**79**	**20,3**

Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati SIMEST

Tavola 9.27

STUDI DI FATTIBILITÀ E PREFATTIBILITÀ E PROGRAMMI DI ASSISTENZA TECNICA
D.lgs 143/98
DISTRIBUZIONE PER SETTORE
(numero operazioni)



Fonte: elaborazioni Ministero Attività Produttive su dati Simest

Grafico 9.13

Gli strumenti di sostegno alle attività promozionali[12]

Le linee di intervento a sostegno delle attività promozionali nazionali rientrano tra le competenze del Ministero delle Attività Produttive. Tali interventi riguardano la concessione di contributi per il sostegno di progetti promozionali di Enti, Istituti, Associazioni (L. 1083/54), delle Camere di Commercio italiane all'estero (L.

[12] Redatto da Orietta Maizza – Ministero delle Attività Produttive – Direzione Generale Promozione Scambi.

518/70), dei Consorzi alle esportazioni multiregionali (L. 83/89), e di quelli agro-alimentari e turistici (L. 394/81 art. 10).

Questi strumenti vengono gestiti in un'ottica sempre più marcata di sostegno alla progettualità concreta ed all'integrazione di iniziative, in coerenza con le "Linee di indirizzo per l'attività promozionale" impartite annualmente dal Ministro, al fine di dare organicità ed efficacia all'azione delle varie componenti del sistema-Italia all'estero. L'attività è oggi orientata prevalentemente a organismi non-profit a rilevanza nazionale che realizzano azioni promozionali a favore delle imprese dagli stessi rappresentate, con particolare attenzione per le PMI. In tale contesto, sono da menzionare anche gli Accordi di programma con le Regioni e gli Accordi di settore con le Associazioni di categoria. Tali strumenti – che prevedono il co-finanziamento di progetti promozionali – sono finanziati in parte con fondi del Programma promozionale pubblico ed, in parte, con i fondi previsti per la legge 1083/54, in base a quanto stabilito dal d.lgs. 143/98, secondo cui è possibile finanziare progetti di internazionalizzazione in favore di PMI.

Nel 2002, l'ammontare delle risorse gestite dal Ministero ha risentito del complessivo contenimento della spesa pubblica. Ciò ha ulteriormente accentuato la selettività degli interventi che sempre più seguono logiche di progetto, nell'ambito del quale i proponenti devono fornire una previsione di obiettivi, indicatori di riferimento e relativi standard per misurarne l'effettivo raggiungimento.

Nel 2002 è proseguita, inoltre, la gestione dei contributi straordinari ai consorzi all'export per la partecipazione alla Rassegna "Italia in Giappone 2001", terminata nel dicembre scorso.

Accanto a questi strumenti, sono da menzionare due linee di attività che, pur non essendo espressamente strumenti di sostegno ad attività tradizionalmente promozionali, forniscono un supporto alle attività di collaborazione economica con i Paesi dell'Europa centro-orientale e del Mediterraneo (L.212/1992) ed alle iniziative a sostegno della partecipazione italiana alla ricostruzione e stabilizzazione dei Balcani (L.84/2001). Quest'ultima, avviata nel 2002, vede piena applicazione nell'anno in corso.

Contributi ad Enti, Istituti, Associazioni (L. 1083/54)

Tramite la legge 1083 vengono concessi contributi (fino ad un massimo del 50% delle spese) ad Enti, istituti ed associazioni senza scopo di lucro per la realizzazione di progetti ed attività promozionali di rilievo nazionale. Sono finanziabili spese relative a partecipazione a fiere, organizzazione di missioni di operatori, attività promo-pubblicitarie anche ricorrendo alle possibilità delle nuove tecnologie. Nel 2002 sono stati finanziati 250 progetti presentati da 84 soggetti diversi (tra i quali associazioni di settore, enti fieristici, camere di commercio miste in Italia ecc.). Complessivamente sono stati erogati poco meno dei 9.900.000 euro stanziati. Il contributo pubblico ha coperto circa il 25% delle spese promozionali (il 35% per i soggetti con sede nelle Regioni Obiettivo 1) ed il contributo medio per progetto è stato di circa 37.000 euro.

La ripartizione per Regione di provenienza conferma la netta prevalenza di soggetti beneficiari con sede legale in Lombardia (130 progetti finanziati pari al 52% del totale ed il 55,7% in termini di contributi ottenuti), seguita, a notevole distanza, dal

Veneto (29 progetti sovvenzionati pari all'11,6% ed il 9,5% in termini di contributi). A fronte dell'83,3% dei contributi (83,2% dei progetti) confluiti in Regioni del Nord, solo il 2,2% è andato a Regioni meridionali (corrispondenti al 2,8% dei progetti approvati) e il restante a Regioni del centro Italia.

In questo ambito, vengono finanziate anche le attività promozionali delle Camere di commercio "miste" in Italia. Queste associazioni tra imprenditori italiani e stranieri (appartenenti ad uno stesso Paese o ad una data area geografica), ottenuto il riconoscimento ai sensi della legge 580/93, possono ricorrere a questa linea di sostegno. Nel corso del 2002 le Camere miste finanziate sono state 10 ed hanno ricevuto circa 342.261 euro quale contributo a progetti promozionali.

CONTRIBUTI AD ENTI, ISTITUTI, ASSOCIAZIONI - L. 1083/54
(valori in euro)

REGIONE	N. Beneficiari	N. Progetti	Percentuale progetti su totale progetti	Contributo concesso	Percentuale contributo su totale	Contributo medio per progetto
Piemonte	1	11	4,4	372.081	4,0	33.825,56
Lombardia	46	130	52,0	5.141.355	55,7	39.548,89
Liguria	4	10	4,0	274.578	3,0	27.457,78
ITALIA NORD OCCIDENTALE	51	151	60,4	5.788.014	62,7	38.331,22
Trentino Alto Adige	1	2	0,8	32.636	0,4	16.318,09
Friuli Venezia Giulia	1	1	0,4	47.009	0,5	47.008,99
Veneto	4	29	11,6	874.060	9,5	30.139,99
Emilia Romagna	10	26	10,4	949.358	10,3	36.513,76
ITALIA NORD ORIENTALE	16	58	23,2	1.903.062	20,6	32.811,42
Toscana	5	19	7,6	1.023.017	11,1	53.843,01
Lazio	7	15	6,0	319.391	3,5	21.292,73
ITALIA CENTRALE	12	34	13,6	1.342.408	14,5	39.482,59
Puglia	2	3	1,2	81.123	0,9	27.041,02
Campania	2	2	0,8	39.235	0,4	19.617,58
Sicilia	1	2	0,8	84.661	0,9	42.330,69
ITALIA MERIDIONALE	5	7	2,8	205.020	2,2	29.288,51
TOTALE	**84**	**250**	**100,0**	**9.238.504**	**100,0**	**36.954,02**

Fonte: Ministero Attività Produttive

Tavola 9.28

Contributi alle Camere di Commercio italiane all'estero (L. 518/70)

Le Camere di Commercio italiane all'estero sono associazioni private tra imprenditori italiani ed esteri con la finalità di promuovere le relazioni economiche bilaterali. Ai sensi della L.518/70, il Ministero delle Attività Produttive eroga, previa concessione del riconoscimento ufficiale di Camera italiana all'estero, contributi a fondo perduto fino ad un massimo del 50% dei costi sostenuti per la realizzazione dei programmi promozionali in favore delle imprese socie. Nel 2002, 63 Camere hanno avuto progetti finanziati, a cui si sono aggiunti, per il primo anno, progetti di "area" (proposti da più Camere appartenenti ad una medesima area geografica) attraverso i quali le Camere hanno realizzato alcune iniziative di "rete", con ricaduta generale sia per ciò che riguarda la qualificazione dell'offerta di servizi delle Camere stesse, sia per consentire efficaci integrazioni di attività.

La ripartizione per area geografica testimonia la prevalenza della presenza delle Camere e la rispettiva maggiore attività in Europa (36,5% delle Camere e 41,2% dei contributi) e nel continente americano (39,7% delle Camere e 36,8% dei contributi).

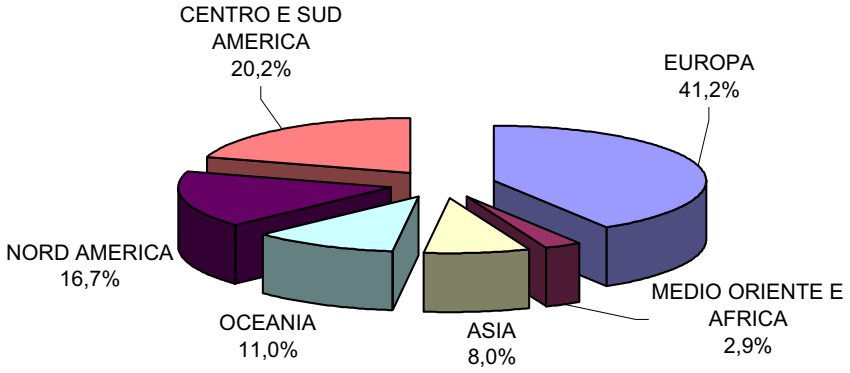
CONTRIBUTI ALLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO - L. 518/70
Ripartizione per area geografica - anno 2002
(valori in euro)

REGIONE	N. Camere di Commercio riconosciute	Percentuale Camere rispetto al totale	Contributi concessi	Percentuale contributi rispetto al totale	Contributo medio per camera
EUROPA	23	36,5	3.557.153	41,2	154.658,8
MEDIO ORIENTE E AFRICA	5	7,9	248.129	2,9	49.625,8
ASIA	5	7,9	694.937	8,0	138.987,3
OCEANIA	5	7,9	952.082	11,0	190.416,5
NORD AMERICA	8	12,7	1.441.570	16,7	180.196,3
CENTRO E SUD AMERICA	17	27,0	1.749.588	20,2	102.916,9
TOTALE	**63**	**100,0**	**8.643.459**	**100,0**	**137.197,8**

Fonte: Ministero Attività Produttive

Tavola 9.29

CONTRIBUTI ALLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO - L. 518/70
Anno 2002
(in percentuale)



Fonte: Ministero Attività Produttive

Grafico 9.14

Contributi ai consorzi alle esportazioni (L. 83/89) ed ai consorzi agro-alimentari e turistico-alberghieri (L. 394781 art. 10)

A seguito del trasferimento di competenze e risorse alle Regioni previsto dal D.lgs. 112/98, il Ministero Attività Produttive ha gestito, nel 2002, i contributi destinati ai soli consorzi multiregionali e, transitoriamente, quelli destinati a consorzi monoregionali delle ultime due Regioni a Statuto speciale per le quali le procedure di trasferimento non sono state ancora completate. Nel 2002 è stato completato il trasferimento delle risorse alle Regioni Sardegna e Friuli Venezia Giulia, mentre Valle d'Aosta e Sicilia hanno ricevuto contributi per circa 40.000 euro.

L'articolazione geografica dei consorzi multiregionali, considerata sulla base della sede legale degli stessi, conferma un notevole addensamento al Nord con il 62,3% dei consorzi beneficiari che assorbono il 68,3% dei contributi. Al Centro risiede il 31,3% dei consorzi che hanno percepito il 24,7% dei contributi, mentre al Sud è localizzato il 6,6% dei consorzi i quali hanno ricevuto soltanto il 7% dei contributi totali.

La gestione dei contributi rivolti ai consorzi per la promozione dei prodotti agro-alimentari e per l'attrazione di domanda turistica dall'estero (L. 394/81 art. 10) segue procedure e criteri analoghi a quelli della L. 83/89. Nel corso del 2002, a fronte di uno stanziamento di circa 400.000 euro destinati ai consorzi multiregionali sono pervenute ed accolte 8 domande, mentre a fronte dei circa 432.000 euro destinati ai corsorzi monoregionali ancora non trasferiti alle Regioni a Statuto speciale competenti sono state accolte 7 delle 8 domande ricevute.

CONTRIBUTI A CONSORZI MULTIREGIONALI - L. 83/89
(valori in euro)

REGIONE	N. Consorzi	Percentuale consorzi su totale	Contributi concessi	Percentuale contributi su totale	Contributo medio per consorzio
Piemonte	4	6,6	178.917	5,5	44.729
Lombardia	19	31,1	1.179.709	36,2	62.090
Liguria	1	1,6	77.469	2,4	77.469
ITALIA NORD-OCCIDENTALE	24	39,3	1.436.095	44,1	59.837
Veneto	1	1,6	38.734	1,2	38.734
Emilia Romagna	13	21,3	751.315	23,1	57.793
ITALIA NORD-ORIENTALE	14	23,0	790.049	24,2	56.432
Toscana	13	21,3	497.330	15,3	38.256
Umbria	1	1,6	77.469	2,4	77.469
Marche	3	4,9	133.778	4,1	44.593
Lazio	2	3,3	95.110	2,9	47.555
ITALIA CENTRALE	19	31,1	803.686	24,7	42.299
Campania	1	1,6	77.469	2,4	77.469
Puglia	3	4,9	151.207	4,6	50.402
ITALIA MERIDIONALE	4	6,6	228.676	7,0	57.169
TOTALE	**61**	**100,0**	**3.258.506**	**100,0**	**53.418**

Fonte: Ministero Attività Produttive

Tavola 9.30

Contributi straordinari ai consorzi alle esportazioni per la partecipazione alla Rassegna "Italia in Giappone 2001" (L. 388/2000)

La Rassegna "Italia in Giappone 2001" si è aperta nel marzo del 2001 ed è proseguita fino a dicembre 2002. La Rassegna ha previsto circa quattrocento eventi di presentazione e promozione dell'arte, dello spettacolo, delle tradizioni, della scienza, della tecnologia, dell'industria, della moda, dell'enogastronomia e del turismo italiano ed è la più grande manifestazione promozionale che il nostro paese abbia organizzato all'estero. Per agevolare la partecipazione dei consorzi export alle manifestazioni inserite nel calendario ufficiale della Rassegna, la Legge Finanziaria 2001 aveva stanziato 2.324.056 e 2.056.828 euro rispettivamente per il 2001 ed il 2002.

Nel 2002 hanno beneficiato dei contributi 42 consorzi, per i quali sono stati finanziati 50 partecipazioni alle tre manifestazioni promozionali organizzate nel corso dell'anno: Fiera Internazionale di Osaka, Expò 2002–Sapori d'Italia ed evento conclusivo della Rassegna. I tre eventi hanno assorbito rispettivamente l'84%, l'1,6% ed il 14,4% dei contributi erogati, pari a circa 1,5 milioni di euro.

Rispetto al primo anno si è riscontrato il raddoppio circa del numero dei consorzi beneficiari (da 25 nel 2001 a 42 nel 2002), nonostante un numero più esiguo di manifestazioni finanziate (tre rispetto a otto). A fronte della diminuzione dei contri-

buti erogati, c'è stata una rilevante riduzione sia del contributo medio per consorzio (da circa 97.000 euro a circa 36.000 euro) che del contributo medio per iniziativa (da circa 70.000 euro a circa 30.000).

Nell'Italia settentrionale si è concentrato il 57% dei consorzi coinvolti, i quali hanno ricevuto solo il 30% dei contributi. La peculiarità è costituita dal Lazio dove si è concentrato circa il 10% dei consorzi, ma il 51% dei contributi, per la presenza di alcuni consorzi costituiti sulla spinta della Rassegna stessa che hanno raccolto numerosi operatori.

CONTRIBUTI STRAORDINARI AI CONSORZI EXPORT PER LA RASSEGNA "ITALIA IN GIAPPONE 2001"
(valori in euro)

REGIONE	Consorzi beneficiari	N. Partecipazioni ad iniziative	Contributo concesso	Percentuale su contributi totali	Contributo medio per consorzio	Contributo medio per iniziativa
Piemonte	10	11	152.651	10,1	15.265	13.877
Lombardia	7	8	59.927	4,0	8.561	7.491
Liguria	1	1	30.503	2,0	30.503	30.503
ITALIA NORD-OCCIDENTALE	18	20	243.081	16,1	13.504	12.154
Veneto	4	4	176.975	11,7	44.244	44.244
Emilia Romagna	2	3	32.711	2,2	16.355	10.904
ITALIA NORD-ORIENTALE	6	7	209.686	13,9	34.948	29.955
Toscana	4	5	131.158	8,7	32.789	26.232
Umbria	2	4	52.447	3,5	26.223	13.112
Lazio	4	6	766.958	50,9	191.740	127.826
ITALIA CENTRALE	10	15	950.563	63,0	95.056	63.371
Campania	2	2	23.242	1,5	11.621	11.621
Basilicata	2	1	9.151	0,6	4.576	9.151
Calabria	1	1	12.201	0,8	12.201	12.201
Puglia	2	3	34.162	2,3	17.081	11.387
Sicilia	1	1	25.823	1,7	25.823	25.823
ITALIA MERIDIONALE	8	8	104.579	6,9	13.072	13.072
TOTALE	**42**	**50**	**1.507.909**	**100,0**	**35.903**	**30.158**

Fonte: Ministero Attività Produttive

Tavola 9.31

I contributi per i Paesi dell'Europa centro-orientale e del Mediterraneo (L. 212/92)[13]

Accanto agli strumenti per le attività promozionali, il Ministero gestisce anche una quota dei fondi stanziati annualmente per la legge 26 febbraio 1992, n. 212, il cui obiettivo è quello di favorire, attraverso il co-finanziamento di progetti di collaborazione bilaterale, la transizione dei paesi beneficiari verso forme di economia di mercato e la loro integrazione in Europa. Le iniziative per le quali può essere concesso un contributo a fondo perduto (fino ad un massimo di 413.000 euro) devono riguardare progetti di assistenza tecnica, di formazione, nonché studi di fattibilità nel campo di infrastrutture, trasporti ecc., per la costituzione di joint-venture o per lo sviluppo della collaborazione industriale tra il nostro paese e i paesi beneficiari che sono individuati annualmente dal CIPE.

Nel 2002 i fondi gestiti dal Ministero sono stati pari a 8.521.539 euro come nel

[13] Redatto da Orietta Maizza – Ministero delle Attività Produttive – Direzione Generale Promozione Scambi.

2001. Le domande ricevute sono state 180, con un incremento del 33% rispetto alle 135 dell'anno precedente. Sulla base della graduatoria, che prevede l'attribuzione di punteggi ai progetti in virtù di alcuni criteri di priorità prestabiliti, sono state ammesse solo 93 domande (il 52% di quelle ricevute) delle quali solo 27 sono state finanziate (pari al 29% dei progetti ammessi ed il 15% di quelli presentati).

I paesi in favore dei quali sono stati finanziati il maggior numero di progetti tra il 2001 ed il 2002 sono Bosnia, Polonia, Repubblica Ceca, Romania e Slovacchia.

PROGETTI DI COLLABORAZIONE ECONOMICA CON PAESI PECO E DEL NORD AFRICA - L. 212/92
(numero progetti finanziati)

Paesi	2001	2002
Albania	1	2
Armenia	1	0
Azerbaigian	0	1
Bosnia	3	2
Bulgaria	1	1
Croazia	2	1
Egitto	2	0
Fed.Russa	1	2
Georgia	1	1
Marocco	1	2
Moldavia	1	1
Polonia	2	2
Rep.Ceca	2	3
Romania	5	2
Slovacchia	2	2
Slovenia	2	1
Tunisia	1	1
Ungheria	0	1
Yugoslavia	1	2
TOTALE	**29**	**27**

Fonte. Ministero Attività Produttive

Tavola 9.32

Nuovi strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese italiane all'estero[14]

Accanto agli strumenti volti all'internazionalizzazione delle imprese italiane già esistenti, si sono aggiunte ulteriori risorse, attraverso la creazione di specifici fondi che agiscono sugli strumenti esistenti, aumentando sia l'entità dell'agevolazione sia l'effetto agevolativo di questi ultimi.

Tali fondi, recentemente trasformati in rotativi, operano su specifiche aree scelte in base alla loro rilevanza, presente e futura, nel quadro politico-economico internazionale ed in particolare nell'ottica del commercio estero e dell'internazionalizzazione dell'Italia.

L'ente deputato alla gestione di tali fondi è la SIMEST, che opera per conto del Ministero delle Attività Produttive.

Sebbene la maggior parte di questi strumenti non sia ancora operativa è senza dubbio utile una breve rassegna circa le loro finalità.

[14] Redatto da Barbara Clementi – Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione.

FINMED

Tale fondo, previsto dal D.M. 22 agosto 2002, in attuazione della legge 273/2002, è destinato a finanziare l'acquisizione da parte della Simest, per conto del MAP, di quote di capitale di rischio nei paesi del Bacino del Mediterraneo (Libia, Libano, area del Maghreb, Turchia, Yugoslavia, Albania, Siria, Israele), a favore di imprese aventi sede nelle aree del Mezzogiorno, con particolare riguardo alle PMI.

E' dotato di 34,1 milioni di euro e prevede l'acquisto di quote di capitale di rischio fino ad un massimo del 24% del capitale sociale dell'impresa.

Tale percentuale deve considerarsi aggiuntiva rispetto al 25% previsto dalla legge 100/90. In tal modo la partecipazione della Simest può raggiungere anche il 49%.

Il riacquisto delle quote da parte dell'impresa italiana deve avvenire entro otto anni al valore di mercato, ed il riacquisto non deve essere assistito da garanzie reali o personali.

Con delibera della V Commissione CIPE del 15/05/2003, l'utilizzo dello stanziamento è stato esteso anche all'Iraq.

Recentemente si è aperta la discussione circa la possibilità di allargare questa agevolazione anche ad imprese del sud partecipate da imprese del centro-nord Italia e di estendere le iniziative anche ai paesi dell'Africa sub-sahariana, con l'aggiunta di nuovi fondi destinati dalla legge finanziaria L. 289/2002.

Il Fondo che si prevede diverrà operativo nel corso dell'anno 2003, è stato trasformato in fondo rotativo con il D.M. 4 aprile 2003.

Fondo Jugoslavia

In esecuzione della l. 266/1999, con il DDG 31/01/01 è stato istituito il Fondo Jugoslavia.

Tale fondo, che ammonta a 10,3 milioni di euro, mira a sostenere gli investimenti delle PMI italiane attraverso l'acquisizione di quote di capitale di rischio in imprese miste della ex Repubblica Federale di Jugoslavia.

Nel dicembre 2002, il CIPE ha deliberato un allargamento delle aree geografiche interessate, comprendendo anche Albania, Bosnia e Macedonia (FYROM).

Tale strumento è utilizzabile solo nel caso in cui l'impresa sia già partecipata ai sensi della l. 100/90 o l. 19/91.

L'intervento della SIMEST, nell'acquisto delle partecipazioni azionarie, deve considerarsi aggiuntivo rispetto al 25% previsto dalla legge 100/90. In tal modo la partecipazione della Simest può raggiungere anche il 50% del capitale di rischio.

Con il D.M. 4 aprile 2003, anche tale fondo è stato trasformato in fondo rotativo.

Fondo Balcani

I Paesi dell'area balcanica, oltre che dal Fondo Jugoslavia, sono interessate anche dal fondo previsto dall'art. 3 della l. 84/01 destinato alla stabilizzazione, alla ricostruzione e allo sviluppo di Albania, Bosnia, Bulgaria, Croazia, Macedonia, Serbia e Montenegro, Romania.

Il Ministero delle Attività Produttive, attraverso la Direzione Generale Politiche per l'Internazionalizzazione, gestisce gli strumenti finanziari previsti all'art. 5.

Questi si configurano in finanziamenti agevolati senza interessi per sostenere programmi di penetrazione commerciale, partecipazione a gare internazionali, studi e programmi di assistenza tecnica, con le stesse modalità e criteri previsti dalle convenzioni stipulate in base al D. lgs. 143/98.

Le imprese beneficiarie di tali finanziamenti usufruiscono anche della possibilità di ottenere una garanzia integrativa e sussidiaria fino all'80% dell'importo finanziato.

Presso la Simest è istituito un fondo destinato ad attività di venture capital, finalizzato all'acquisto di partecipazioni azionarie fino al 40% del capitale sociale delle imprese partecipate. Ciascun intervento non può superare i 516.000 euro e la partecipazione pubblica deve essere ceduta entro 8 anni.

La stessa tipologia di fondo è istituita presso la Finest, nei medesimi termini e alle stesse condizioni.

Le imprese che partecipano a società partecipate da Simest/Finest sono considerate prioritariamente ammissibili alla garanzia assicurativa della SACE

Ulteriore tipo di intervento è la concessione a titolo gratuito e in misura non superiore all'85% dell'importo finanziato di garanzie su finanziamenti concessi a PMI italiane danneggiate da mancati pagamenti da parte di imprese jugoslave a seguito degli eventi bellici del 1999.

La legge 84/2001 prevede anche fondo per microcredito a sostegno di attività imprenditoriali e di forme associative e cooperativistiche locali, per interventi creditizi non superiori ai 200 milioni di lire. Tale fondo deve essere gestito da un istituto creditizio individuato mediante gara bandita dal Ministero delle Attività Produttive.

Fondo Cina

La delibera CIPE del 24 ottobre 2002 (n. 87/2002) destina 10,329 milioni di euro al finanziamento di operazioni di venture capital nella Repubblica Popolare Cinese da parte di PMI italiane. Non si applica il limite del 25% previsto dalla legge 100/90.

Vista l'operatività nelle stesse aree di alcuni fondi e vista la similarità degli interventi, è allo studio una modifica circa l'operatività di tali strumenti finalizzata ad unificare sotto un medesimo Comitato la loro gestione.

Nella prospettiva di tale risultato, si prevede di considerare anche la destinazione di risorse specifiche per la Russia, altro mercato ritenuto strategicamente importante per l'internazionalizzazione delle imprese italiane

9.2 I SERVIZI REALI

9.2.1 I SERVIZI REALI OFFERTI DALL'ICE[15]

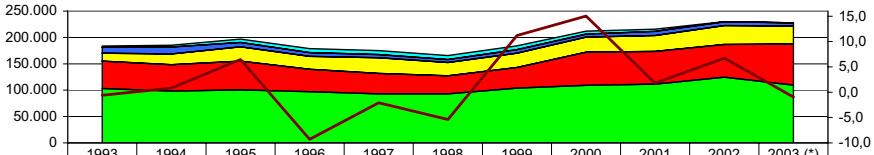
Nel 2002, le risorse finanziarie totali, impiegate dall'ICE attraverso la fornitura di servizi reali a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese italiane, hanno fatto registrare un incremento del 6,7%, in parte da attribuire all'aumento del contributo annuale per le spese di funzionamento e, in parte, alla crescita del co-finanziamento pubblico e privato alle iniziative dell'Istituto (grafico 9.15). Per il 2003, dai dati e dalle stime provvisorie disponibili, si segnala una consistente flessione delle risorse destinate al finanziamento della struttura, a causa dei vincoli imposti dalla gestione del bilancio pubblico, ed un incremento di quelle destinate agli investimenti promozionali.

Il profilo di evoluzione temporale del totale delle risorse finanziarie investite dall'Istituto negli ultimi dieci anni mostra, a partire dal 1999, una robusta espansione dei fondi di funzionamento, destinati a finanziare l'apertura di nuove sedi all'estero e a dare attuazione operativa alla legge di riforma dell'Istituto, ma anche del totale delle risorse destinate ad iniziative promozionali. La crescente quota rappresentata dai contributi e dalle compartecipazioni di terzi al finanziamento delle attività promozionali dell'Istituto rappresenta un incentivo al perseguimento virtuoso di criteri di efficacia ed efficienza nell'erogazione dei servizi reali da parte dell'ICE alle imprese italiane.

Di seguito si fornisce una sintetica descrizione delle funzioni tipiche svolte dall'Istituto al servizio del sistema produttivo nazionale che tradizionalmente si articolano nell'offerta di servizi di assistenza tecnica alle imprese, nella raccolta e diffusione delle informazioni orientate ai mercati e ai settori, nella formazione di personale d'impresa e nell'organizzazione di eventi di promozione collettiva sui mercati esteri.

RISORSE FINANZIARIE GESTITE DALL'I.C.E.

(migliaia di euro - eurolire fino al 2001)



	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (*)
Controlli Agroalimentari	2.309	3.251	6.607	7.529	7.484	7.356	7.342	5.531	4.067	404	0
Corrispettivi prestazioni servizi	11.303	13.238	8.273	6.966	5.903	5.919	6.727	5.594	7.717	7.204	6.110
Totale contributi e compartecipazioni	14.800	20.346	27.000	24.628	29.873	25.145	26.938	28.714	30.322	35.831	34.141
Risorse promozionali	51.929	50.120	54.409	42.317	38.786	34.204	39.045	62.820	62.100	61.980	77.973
Totale contributi di funzionamento	103.291	98.127	100.709	97.278	92.962	92.962	104.068	109.145	111.396	124.654	109.640

(*) bilancio di previsione

Totale contributi di funzionamento; Risorse promozionali; Totale contributi e compartecipazioni; Corrispettivi prestazioni servizi; Controlli Agroalimentari; Var. % del totale (scala a destra)

Fonte: ICE, bilancio di esercizio

Grafico 9.15

[15] Redatto da Gianpaolo Bruno – ICE Area Studi, Statistica e Documentazione.

Assistenza

Nel 2002 i servizi a corrispettivo erogati dall'ICE sono stati oltre 17.000, sostanzialmente stabili rispetto al 2001; si è inoltre evidenziata un'inversione di tendenza nel numero delle aziende che hanno sottoscritto una carta servizi: infatti, dopo la flessione del 16% circa registrata nel 2001 rispetto all'esercizio 2000 (nel 2001 è avvenuto passaggio al nuovo portafoglio dei servizi ed ad una nuova forma di abbonamento rappresentata da tre tipologie di carta servizi), nel 2002 si è assistito ad una significativa ripresa delle sottoscrizioni, che sono aumentate di circa il 47%. Le ditte clienti in possesso di una carta servizi hanno raggiunto una quota di circa il 30% del totale dei clienti dell'Istituto, a riprova del crescente sforzo di diffusione dei servizi in forma telematica.

Le tipologie di servizio maggiormente richieste possono essere così ripartite:

1) servizi personalizzati: nel 2002 rappresentano il 66% del portafoglio. La loro quota sul totale dei servizi a corrispettivo è passata dal 36% del 2001 al 28% circa del 2002, evidenziando una dinamica in cospicua flessione. Fra i servizi personalizzati venduti, si elencano gli eventi promozionali (30,2% sul totale in termini di fatturato) e l'organizzazione di incontri d'affari (7,8% sul fatturato totale), seguiti dai servizi di ricerca clienti e partner esteri (4,7% sul fatturato), ricerche di mercato personalizzate (2,6%), utilizzo strutture uffici ICE (2,5%);
2) ricerca operatori economici: i servizi erogati sono aumentati del 21% rispetto al 2001 e rappresentano il 33,5% (rispetto al 27,8% del 2001) del monte servizi erogato. In termini di ricavi, tale tipologia di servizi rappresenta il 6,2% del fatturato globale dei servizi d'assistenza (rispetto al 5,3% del 2001).

Tali cifre sembrano denotare un aumento della quota della domanda dei servizi più "tradizionali" (elenchi nominativi, organizzazione di incontri d'affari, ricerche di mercato personalizzate, eventi promozionali) rispetto a quelli più innovativi ed a maggior valore aggiunto previsti dal portafoglio dei servizi varato nel maggio 2001 (quali, ad esempio, la consulenza per gli investimenti ed il monitoraggio e lo sviluppo di canali distributivi). Va tenuto nella dovuta considerazione, peraltro, il crescente ruolo degli accordi di programma e di settore dai quali – a diverso titolo ed in un diverso quadro istituzionale – scaturisce una quota sempre più consistente della domanda di servizi personalizzati ICE, proprio quelli a maggior valore aggiunto.

Dopo gli accordi stipulati dall'Istituto nel 2001 con l'Associazione Lombarda dei Consorzi all'Esportazione (ALCE), con CERVED spa, con Federexport, con Madeinitaly.com spa, si è proseguito sulla strada dell'ampliamento dello spettro degli attori che nel pubblico e nel privato operano quali potenziali redistributori di servizi per l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Nel 2002 sono state perfezionate nuove convenzioni con la Camera di Commercio italo-cinese e l'Agenzia di Promozione Economica della Toscana (APET) e sono stati avviati contatti con altri soggetti istituzionali e collettivi. Obiettivo principale di tali azioni resta quello di ricercare ed attuare nuove formule di fidelizzazione ed agevolare la conoscenza e la fruizione dei servizi informativi e di assistenza offerti dall'ICE agli operatori italiani con l'estero.

Informazione

In sintesi, nel 2002 le attività dell'ICE nel settore dell'informazione hanno puntato al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- ampliamento dei contenuti informativi dei prodotti esistenti e innalzamento degli standard qualitativi;
- ottimizzazione delle modalità di accesso all'informazione in linea;
- messa a punto di strumenti di personalizzazione nella diffusione dell'informazione;
- progettazione di nuovi prodotti e servizi

Le attività di informazione dell'Istituto si sono sviluppate, a partire dal 1998, nell'ambito del Progetto SINCE (Sistema Informativo Nazionale per il Commercio Estero) che è stato completato all'inizio del 2001 con la realizzazione delle rubriche, delle banche dati e degli applicativi che ne consentono la gestione.

Il portale del commercio estero www.ice.it, luogo di accesso e veicolo di diffusione delle rubriche e delle banche dati del SINCE, si è ulteriormente consolidato come punto di riferimento per le aziende che puntano a sviluppare la propria presenza sui mercati esteri, per il mondo delle istituzioni e dei media. L'interesse per il portale del commercio estero è testimoniato dall'incremento del numero di accessi e dal numero degli utenti che hanno aderito all'*Export Club*, il sistema di accoglienza del portale, ricevendo una *password* personale per l'accesso alle informazioni di maggior pregio. Gli utenti registrati hanno infatti raggiunto alla fine dell'anno le 19.000 unità. A fine 2002, sono state raggiunte un milione e ottocentomila sessioni utente, contro il milione trecentomila dell'anno precedente, circa 4.800 sessioni al giorno.

Tra i prodotti informativi, riscuote sempre molto successo la Guida Paese, la cui copertura riguarda 69 diversi mercati che, nel 2002, ha fatto registrare un aumento significativo sia degli accessi sia del *download* integrale. Seguono le Guide agli Investimenti e l'Analisi Rischio Paese, che hanno una copertura rispettiva di 67 e 130 paesi, costantemente rinnovate nei contenuti e sistematicamente aggiornate. In materia di informazioni operative, le banche dati Opportunità Commerciali, Gare Internazionali, Finanziamenti Internazionali hanno segnato un ulteriore sviluppo in termini di informazioni pubblicate: oltre 8.100 sono state infatti le richieste/offerte di merci e servizi e più di 7.700 le gare. Una costante azione di monitoraggio, tradottasi in indicazioni personalizzate agli uffici alimentatori, ha inoltre consentito di migliorare notevolmente la qualità di questi prodotti. Anche la banca dati Anteprima Grandi Progetti ha evidenziato un significativo arricchimento dei contenuti con oltre 500 informazioni pubblicate (+ 55% sul 2001).

Nel 2002 è stato portato a termine l'aggiornamento delle schede relative alle normative sugli appalti pubblici nei principali mercati esteri. Risultato di tale intervento è la disponibilità sul sito dell'ICE di 60 nuovi studi che costituiscono uno strumento informativo prezioso per favorire l'approccio delle imprese al mercato delle commesse pubbliche.

Nel 2002 è stata notevolmente perfezionata ed ottimizzata, anche in base alle segnalazioni delle esigenze informative da parte dell'utenza, la rubrica Statistiche di commercio estero. In particolare, oltre al sistematico aggiornamento delle banche dati

nazionali ed internazionali già esistenti, si è proceduto alla messa in linea una nuova banca dati di commercio estero di fonte *Global Trade Information Services* (GTI) che contiene i dati di commercio estero di merci di quaranta paesi dichiaranti con i quali l'Area Studi dell'ICE ha creato una matrice del commercio internazionale che consente di ottenere un aggiornamento dettagliato dell'evoluzione delle quote di mercato settoriali mondiali, risorsa informativa unica nel suo genere sia in Italia che all'estero.

Promoting Italy, il Portale dell'ICE dedicato ai navigatori esteri, pubblicato nel dicembre 2001, con oltre 80 rubriche realizzate nella lingua locale del paese di riferimento, è stato ulteriormente sviluppato sia nei contenuti informativi e promozionali sia nei sottostanti applicativi informatici. E' stata realizzata una funzionalità che permette agli uffici ICE di intervenire direttamente sui contenuti di alcune rubriche, al fine di rendere più rapide e semplici le attività di aggiornamento. E' stata infine completata la realizzazione di Offerta Italiana, il servizio di promozione delle aziende e dei prodotti nazionali in cui le imprese possono autonomamente pubblicare, nelle lingue dei mercati prescelti, la descrizione dell'azienda, il logo, le proprie coordinate, le foto e l'illustrazione dei prodotti, le proposte d'affari. Offerta Italiana darà modo al navigatore estero di ricercare controparti d'affari italiane. Il servizio sarà lanciato nel 2003.

Il 2002 ha segnato un significativo sviluppo delle attività realizzate nell'ambito del progetto *eMarket Services*, servizio informativo dedicato ai mercati digitali (*eMarketplaces*) che si pone l'obiettivo di promuovere presso le PMI la cultura degli *eMarketplaces* B2B intesi come nuovo canale per il commercio internazionale. L'ICE è membro attivo del progetto, insieme ad altre agenzie per la promozione dell'export (tra cui quelle di Svezia, Olanda, Danimarca, Australia e Spagna) dal marzo 2001 e ciò ha reso l'Istituto uno dei principali punti di riferimento istituzionali nell'ambito dell'*eBusiness* e delle nuove tecnologie per le PMI.

Nel 2002 è stato ulteriormente arricchito il portale "Italmed", nato dalla collaborazione fra l'Istituto ed il Sistema Camerale e finalizzato a promuovere lo sviluppo delle relazioni economiche e commerciali tra l'Italia ed i paesi del Mediterraneo, con particolare riferimento alle piccole e medie imprese. E' inoltre proseguita la collaborazione con Federexport, avviata nella primavera del 2001, per la pubblicazione di *GlobalTr@de*, mensile sui temi dell'internazionalizzazione.

Completano lo spettro dei prodotti informativi dell'Istituto, i prodotti di analisi e ricerca economica realizzati da un gruppo di ricercatori selezionati dell'Area Studi, con la supervisione di un Comitato Scientifico, composto da docenti universitari ed esperti di economia internazionale. Anche nel 2002, è stato offerto un vasto assortimento di contributi sulla situazione macroeconomica internazionale, sul commercio mondiale di beni e servizi e gli investimenti diretti esteri, sulla struttura del commercio estero e la posizione competitiva dell'Italia per paesi, settori, regioni, categorie di imprese e sulle strategie di internazionalizzazione delle imprese.

E' stata ulteriormente consolidata l'attività di collaborazione strategica dell'Istituto con l'ISTAT nel campo della produzione e nella diffusione dell'informazione statistica, attività regolata da un'apposita convenzione stipulata nel 1998. Tale collaborazione viene ulteriormente sviluppata nell'ambito del SISTAN, il Sistema

Statistico Nazionale, costituito dagli uffici di statistica dei principali enti pubblici, di cui l'ICE fa parte. Il risultato di tale collaborazione consiste in una serie di investimenti effettuati nell'ambito della creazione e dell'organizzazione di un'ampia gamma di banche dati di commercio estero e nella realizzazione congiunta del presente Rapporto sull'internazionalizzazione dell'economia italiana.

A completare il quadro della diffusione delle informazioni, si rileva l'importante ruolo svolto dalla Biblioteca dell'ICE che, con il suo patrimonio di circa 18.600 volumi e circa 1.500 pubblicazioni periodiche italiane e straniere, il cui catalogo è consultabile on-line sul sito dell'Istituto, rappresenta un'importante fonte di informazione specialistica per ricercatori e studenti di economia internazionale e per operatori di commercio estero.

Formazione

Nell'ambito della formazione manageriale, l'attività 2002 è stata rivolta a conseguire due obiettivi primari: il miglioramento qualitativo del COR.C.E. (Corso di specializzazione in Commercio Estero) "Fausto De Franceschi", secondo le linee guida fissate da ASFOR (Associazione per la Formazione alla Direzione Aziendale), ed il rafforzamento delle collaborazioni con enti di formazione di eccellenza, con Enti territoriali e associazioni imprenditoriali per la realizzazione di corsi per neo-laureati e personale aziendale.

Le collaborazioni con primarie scuole di formazione, quali CERISDI e SPEGEA, hanno permesso, attraverso l'organizzazione di due diversi Master, a Palermo e a Bari, di rendere disponibili localmente risorse umane, preparate per agire in un contesto globale, per supportare le imprese, in particolare del Mezzogiorno, a far fronte ai cambiamenti in atto nell'economia internazionale.

Oltre alle iniziative che supportano le imprese in maniera indiretta, tramite la formazione di quadri specializzati nei processi di internazionalizzazione di impresa, è stata arricchita l'offerta formativa direttamente progettata per personale aziendale già impiegato. Quest'attività, concordata ed elaborata con associazioni imprenditoriali ed enti territoriali, è stata focalizzata su tematiche di particolare interesse per le aziende quali l'*e-business*, il contratto d'agenzia all'estero, l'organizzazione aziendale per l'internazionalizzazione, la legislazione doganale. Le Associazioni coinvolte sono state, in particolare, Assindustria Marche e ANICAV (Associazione Nazionale Industriale Conserve Alimentari Vegetali), mentre sono stati realizzati seminari sull'*e-business* internazionale su tutto il territorio nazionale.

La formazione in commercio internazionale per stranieri resta una delle forme di assistenza maggiormente richiesta dai paesi in via di sviluppo e da quelli in transizione, in quanto risorsa essenziale in materia di investimenti in capitale umano. Le iniziative realizzate in tale ambito costituiscono uno strumento di promozione indiretta del sistema Italia, in quanto innescano processi di fidelizzazione e preparano risorse umane che, nei rispettivi paesi di provenienza, svolgono ruolo di tramite per l'attività di interscambio e di collaborazione per le aziende italiane.

Per il 2002 i corsi realizzati sono stati destinati prevalentemente a funzionari e operatori di organismi e aziende pubblici e privati, provenienti da paesi che sono stati

individuati tenendo in considerazione la vicinanza geografica, le radici culturali comuni e l'esistenza di tradizionali relazioni commerciali.

Promozione

Nel 2002 si è registrato un aumento della spesa promozionale rispetto al 2001 pari al 5,8%, se si considerano i finanziamenti complessivi, del 3,4% relativamente ai fondi del Ministero Attività Produttive (tavola 9.33). Anche il co-finanziamento è risultato in crescita (+3,1%), con un aumento della quota di compartecipazione privata dal 31% a 33% che si è riflesso anche sul numero di clienti promozionali (6.723, in aumento del 15,8% rispetto al 2001).

ATTIVITA' PROMOZIONALE DELL'ICE PER COMMITTENTE
(valori in euro e pesi percentuali)

COMMITTENTI	SPESA	% sul totale	CONTRIBUTO PRIVATO	% del contributo sulla spesa
Programma Promozionale M.A.P.:	**89.209.930**	**91,2**	**29.532.262,8**	**33,1**
M.A.P. Legge 68/97 (a) di cui:	86.816.793	88,8	28.258.162,8	32,5
Accordi di Programma con Regioni	9.737.944	10,0	812.468,1	8,3
Accordi di settore	1.122.351	1,1	303.416,6	27,0
Accordi con il Sistema Camerale	443.353	0,5	-	0,0
Progetti Speciali	10.256.251	10,5	4.731.235,1	46,1
M.A.P. ex. Art. 23 D.L. 143/98 (b)	2.103.148	2,2	1.274.100,0	60,6
M.A.P. Commesse Privatistiche (c)	289.989	0,3	-	0,0
Programma Promozionale non M.A.P.:	**8.601.145**	**8,8**		
Regioni (d)	2.234.041	2,3		
Ministero Politiche Agricole e Forestali - MI.P.A.F. (e)	2.648.762	2,7		
Altri Enti Pubblici (f)	2.272.395	2,3		
Privati (g)	1.376.474	1,4		
Convenzione Ministero Affari Esteri	69.473	0,1		
TOTALE	**97.811.075**	**100,0**		

(a) programma promozionale 2003 e residui anni precedenti
(b) iniziative a favore dei prodotti di alta qualità del settore agro-alimentere
(c) attività finanziate dal M.A.P. con commesse privatistiche
(d) iniziative realizzate con le Regioni
(e) attività in favore del settore agro-alimentare
(f) iniziative realizzate con finanziamenti di altri Enti Pubblici
(g) iniziative commissionate da privati

Fonte: ICE

Tavola 9.33

La spesa promozionale complessiva, finanziata sia dal Ministero delle Attività Produttive (M.A.P.), sia da altri committenti, è stata pari a 97,8 milioni di euro, così ripartiti:

- 86,8 milioni di euro (88,7% sulla spesa totale) per iniziative del Programma Promozionale annuale M.A.P. di cui alla Legge 68/97 di riforma dell'ICE;
- 2,6 milioni di euro (2,7%) per le attività in favore del comparto agro-alimentare realizzate in collaborazione con il MI.P.A.F. – Ministero per le Politiche Agricole e Forestali;
- 2,2 milioni di euro (2,3%) per iniziative realizzate con finanziamento di altri Enti Pubblici;

- 2,2 milioni di euro (2,3%) per interventi finanziati autonomamente dalle Regioni;
- 2,1 milioni di euro. (2,1%) per iniziative realizzate a favore dei prodotti di alta qualità del settore agro-alimentare, finanziate dal M.A.P. ai sensi del D.M. 143/98;
- 1,4 milioni di euro (1,4%) per iniziative commissionate da privati;
- 290.000 euro (0,3%) per altre attività finanziate dal M.A.P con commesse privatistiche;
- 69.400 euro (0,07%) per iniziative privatistiche realizzate nell'ambito della collaborazione industriale.

L'attività promozionale svolta dall'Istituto su finanziamento del Ministero delle Attività Produttive si basa sulle Linee Direttrici, emanate annualmente dal MAP stesso, che stabiliscono le indicazioni strategiche e gli obiettivi dell'attività promozionale nell'anno di riferimento.

Per rispondere alle indicazioni contenute nelle Linee Direttrici e, al tempo stesso, soddisfare la domanda e le esigenze espresse dalle imprese, l'attività promozionale realizzata nel 2002 è stata caratterizzata da alcune scelte strategiche.

Innanzitutto, proseguendo un cammino già avviato da anni con partner dell'Istituto ormai consolidati, l'attività del 2002 ha esteso le risorse destinate agli Accordi di Programma con le Regioni (21 sono ormai gli Accordi in vigore, con tutte le Regioni e Province autonome), agli Accordi di Settore con le Associazioni di Categoria, all'Accordo con il Sistema Camerale nell'ambito del quale è stata stipulata nell'anno la terza Convenzione operativa.

Sempre in sintonia con le indicazioni delle Linee Direttrici è stata l'attivazione o la prosecuzione di progetti su tematiche particolari quali, ad esempio, la collaborazione con la Grande Distribuzione Organizzata o i progetti in favore dei prodotti con il marchio del distributore (*private label*) e del franchising. Analogamente, è stata dedicata attenzione particolare all'import strategico, all'analisi e all'esplorazione delle potenzialità del commercio elettronico, al turismo.

Anche nel 2002 è rimasta costante l'attenzione ad attività di tipo innovativo (tipologie promozionali diverse da quelle tradizionali, che utilizzano gli strumenti offerti dallo sviluppo delle tecnologie informatiche), ma anche innovazioni di processo, con interventi sulle modalità organizzative, sulle tecniche e sui criteri di selezione delle imprese, sugli strumenti di comunicazione.

La ricerca di innovazione ha continuato ad indirizzarsi anche al sostegno di tematiche e settori nuovi, ad alto contenuto di tecnologia, precedentemente non toccati (o toccati in maniera insufficiente) dalla *promotion* pubblica: commercio elettronico, turismo, certificazione di qualità, restauro, aerospaziale, ambiente, servizi pubblici, chimica, logistica, tecnologie minerarie, cinema e audiovisivo, editoria elettronica.

E' proseguita la ricerca di nuovi sbocchi geografici, lo *scouting* dei mercati, nella consapevolezza, tuttavia, che l'investimento promozionale su mercati nuovi, in particolare in alcune aree emergenti, rimane necessariamente su livelli modesti in termini finanziari.

Complessivamente, i fondi spesi per l'attività promozionale realizzata con finanziamento del M.A.P. sono stati pari a 89,2 milioni di euro (di cui 29,5 milioni di euro di cofinanziamento), pari al 91,2% della spesa promozionale complessiva (97,8 milio-

ni di euro). Nell'ambito del finanziamento promozionale M.A.P., i fondi spesi per le attività del Piano Annuale – di cui alla Legge 68/97 - sono stati pari a 86,8 milioni di euro (+2,9% rispetto al 2001). Il 75 % dei fondi è stato utilizzato per attività del cosiddetto "programma ordinario" (o "attività di base"), l'11,2% per gli Accordi con Regioni, l'11,4% per iniziative nell'ambito dei "progetti speciali", mentre per gli Accordi di settore e con il Sistema camerale è stato impiegato l'1,8% dei fondi.

Nel 2002, nell'ambito degli Accordi di Programma con le Regioni sono stati spesi 9,7 milioni di euro (con un incremento pari al 40% rispetto al 2001), circa 1 milione per Accordi di Settore e 443 mila euro per attività nell'ambito degli Accordi col Sistema Camerale (complessivamente la spesa per gli "accordi di settore e con altri soggetti" ha registrato un aumento del 14,6 %).

Rientrano, nelle attività finanziate dal Ministero per le Attività Produttive, anche le iniziative realizzate a favore dei prodotti di alta qualità del settore agroalimentare (ai sensi del D.M. 143/98), con una spesa di 2,1 milioni di euro, e le Commesse Privatistiche finanziate dal M.A.P. extra programma, per un importo di 289.990 euro (pari rispettivamente al 2,3% e allo 0,3 % della spesa promozionale complessiva finanziata dal M.A.P.).

Analizzando l'attività per sistemi merceologici, si rileva che l'80,7% dei fondi è stato destinato ad azioni promozionali riconducibili a specifici comparti merceologici, mentre il 12,5% riguarda azioni di tipo plurisettoriale (tavola 9.35). A questi interventi si aggiungono i fondi spesi per le attività di cooperazione (4,2%) e di formazione (2,6%) (tavola 9.34 e grafico 9.16).

ATTIVITA' PROMOZIONALE M.A.P.2002 PER SISTEMA MERCEOLOGICO E CONTRIBUTO PRIVATO
(valori in euro e pesi percentuali)

SISTEMI MERCEOLOGICI	SPESA	% sul totale	CONTRIBUTO PRIVATO	% sul totale	% del contributo sulla spesa
Meccanica - Elettronica (1)	22.176.708	24,9	6.975.321	23,6	31,5
Moda - Persona - Tempo Libero	21.768.362	24,4	7.636.232	25,9	35,1
Prodotti Agro-alimentari	16.857.990	18,9	8.622.612	29,2	51,1
Casa - Ufficio	9.794.890	11,0	4.647.749	15,7	47,5
Chimica ed Ambiente (2)	1.411.994	1,6	197.473	0,7	14,0
Plurisettoriale	11.133.023	12,5	1.401.291	4,7	12,6
Cooperazione	3.692.050	4,1	42.805	0,1	1,2
Formazione	2.374.914	2,7	8.780	0,0	0,4
Totale	**89.209.930**	**100,0**	**29.532.263**	**100,0**	**33,1**

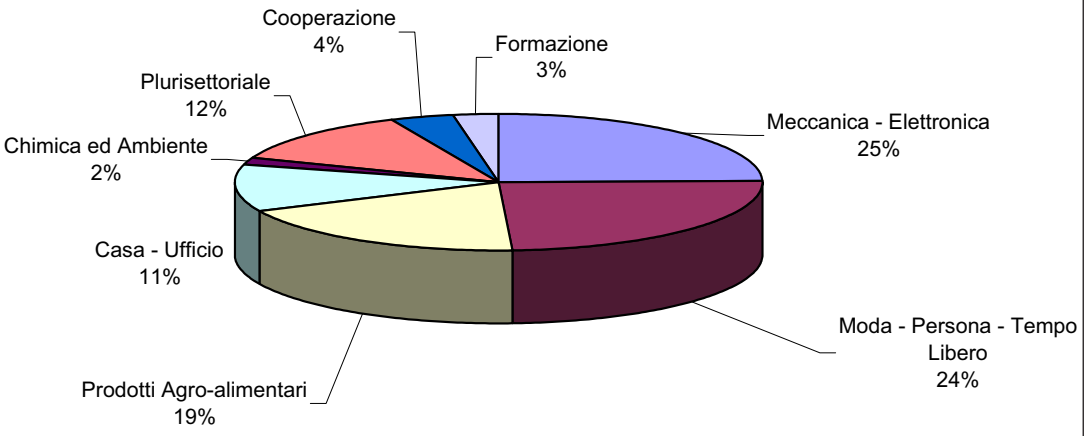
(1) incluso Subfornitura e Elettronica-Elettrotecnica
(2) prodotti e attrezzature

Fonte: ICE

Tavola 9.34

Al sistema meccanica - elettronica sono stati destinati nel 2002 oltre 22 milioni di euro (pari al 24,8% della spesa). Il settore delle macchine lavorazione metalli è stato destinatario degli investimenti più consistenti: ha assorbito, infatti, 1,75 milioni di euro, per finanziare la partecipazione ad appuntamenti fieristici internazionali - quali la Mecanica 2002 di San Paolo - oltre a inserti pubblicitari su riviste specializzate, indagini di mercato, missioni di operatori, punti Italia e seminari.

ATTIVITÀ PROMOZIONALE ICE - MAP 2002 PER SISTEMI MERCEOLOGICI
(distribuzione percentuale)



Fonte: ICE Grafico 9.16

ATTIVITA' PROMOZIONALE ICE-M-A.P. 2002 PER PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITA' ECONOMICA
(valori in euro e pesi percentuali)

SETTORI	Valori	% sul totale	% sul settore
Prodotti industria alimentare, bevande e tabacco			
Prodotti agricoli, ortoflorofrutticoli, zootecnia e pesca (*)	**17.061.193**	**19,1**	**100,0**
di cui: Alimentari e bevande	13.599.331	15,2	79,7
Vini	1.437.694	1,6	8,4
Paste alimentari e prodotti farinacei simili	651.138	0,7	3,8
Prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento	**12.632.811**	**14,2**	**100,0**
di cui: Articoli di vestiario; Pellicce	8.282.398	9,3	65,6
Tessili	4.213.885	4,7	33,4
Prodotti dell' industria conciaria, in cuoio, pelle e simil.	**3.831.623**	**4,3**	**100,0**
di cui: Cuoio, articoli da viaggio, borse e calzature	2.088.708	2,3	54,5
Calzature ed accessori	1.638.892	1,8	42,8
Edilizia e materiali da costruzione	**2.546.968**	**2,9**	**100,0**
di cui: Materiali da costruzione	1.346.476	1,5	52,9
Pietre e marmi	942.033	1,1	37,0
Piastrelle, lastre in ceramica per pavimenti e rivestimenti	258.459	0,3	10,1
Macchine utensili ed apparecchi meccanici	**18.571.953**	**20,8**	**100,0**
di cui: Macchine lavorazioni metalli	1.755.104	2,0	9,5
Macchine tessili	1.729.297	1,9	9,3
Macchine automatiche per dosatura, confezione, imballaggio	1.356.716	1,5	7,3
Macchine lavorazione legno	958.678	1,1	5,2
Macchine lavorazione marmo	875.091	1,0	4,7
Macchine lavorazione materie plastiche e gomma	852.092	1,0	4,6
Macchine per ceramica e laterizio	716.737	0,8	3,9
Macchine per la metallurgia	684.098	0,8	3,7
Macchine oreficeria, gioielleria, argenteria	670.193	0,8	3,6
Macchine elettriche e apparec.elettriche ed ottiche	**1.785.265**	**2,0**	**100,0**
di cui : Apparecchi medicali, chirurgici, ortopedici	727.588	0,8	40,8
Macchine ed apparecchi elettrici	503.468	0,6	28,2
Montature per occhiali	262.047	0,3	14,7
Mezzi di trasporto, parti ricambio e accessori	**2.375.975**	**2,7**	**100,0**
di cui: Subfornitura	1.289.581	1,4	6,9
Parti e accessori per autoveicoli e motori	875.973	1,0	36,9
Motocicli e biciclette	817.698	0,9	34,4
Prodotti chimici e farmaceutici	**858.908**	**1,0**	**100,0**
Editoria, carta e stampa	**827.588**	**0,9**	**100,0**
Prodotti di altre industrie manifatturiere	**8.974.664**	**10,1**	**100,0**
di cui: Mobili	6.180.455	6,9	68,9
Gioielleria ed orificeria	1.269.618	1,4	14,1
Oggettistica e articoli da regalo, articoli promozionali	1.132.165	1,3	12,6
Attrezzature per alberghi e comunità	**245.704**	**0,3**	**100,0**
Cinematografia e Video	**1.435.722**	**1,6**	**100,0**
Terziario avanzato	**300.799**	**0,3**	**100,0**
Plurisettoriali del comparto beni strumentali	**900.014**	**1,0**	**100,0**
Plurisettoriali a tecnologia avanzata	**469.106**	**0,5**	**100,0**
Plurisettoriali del comparto beni di consumo	**2.386.554**	**2,7**	**100,0**
Plurisettoriali e altro	**14.005.083**	**15,7**	**100,0**
TOTALE	**89.209.930**	**100,0**	

(*) Non comprende l'attività promozionale in favore dei prodotti agro-alimentari finanziata dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali (MI.P.A.F.)

Fonte: ICE Tavola 9.35

Un importo analogo è stato investito a favore delle macchine tessili (1,73 milioni di euro), tra cui la partecipazione alla CITME di Pechino e la Inlegmash 2002. Alle manifestazioni fieristiche citate si affiancano molteplici iniziative di importo contenuto, tra le quali seminari, indagini di mercato e corsi di formazione. Seguono le macchine per l'imballaggio (1,35 milioni di euro) e la subfornitura, per la quale sono stati spesi nel 2002 circa 1,3 milioni di euro, per finanziare principalmente la Mostra Autonoma Subfornitura di Stoccarda, la partecipazione alla Elmia e un elevato numero di Punti Italia e *newsletter* settoriali. Importi più contenuti rispetto a quelli citati sono invece stati destinati ai settori delle macchine lavorazione legno (958 mila euro), macchine lavorazione marmo e macchine per la lavorazione delle materie plastiche e della gomma con importi intorno a 900.000 euro.

Il 24,4% dei fondi promozionali (pari a 21,8 milioni di euro) è stato speso per azioni finalizzate a promuovere il sistema moda – persona - tempo libero e, in primo luogo, per organizzare iniziative in favore del settore abbigliamento (compreso l'abbigliamento in pelle), che hanno assorbito circa 8,3 milioni di euro. Tra le iniziative realizzate per promuovere questo settore, che hanno avuto luogo prevalentemente nei mercati asiatici e negli USA, meritano di essere citate la mostra retrospettiva dedicata all'opera del maestro Roberto Capucci in Giappone ("Roberto Capucci: creatività al di là del tempo"), alla quale è stato destinato oltre un milione di euro, l'ormai collaudata Mostra Autonoma itinerante "Moda Italia" (due edizioni, per un costo complessivo di 1,7 milioni di euro) organizzata per Giappone, Taiwan, Hong Kong e Corea del Sud, le azioni di comunicazione, la fiera Magic Uomo e Magic International, entrambe a Las Vegas. Particolarmente rilevanti in termini di spesa si confermano le partecipazioni collettive a fiere, le mostre autonome e le azioni di comunicazione.

A favore del settore tessile sono state realizzate iniziative per 4,2 milioni di euro, destinati in prevalenza alla realizzazione di fiere e mostre sul mercato statunitense e cinese. Le iniziative comprendono, in particolare, l'organizzazione della mostra autonoma I-Tex Style che ha presentato le pre-collezioni autunno inverno a New York, una fiera su tessuti e filati in Cina, la Intertextile di Shanghai, una mostra per presentare le tendenze dei filati in Giappone ("Italian Yarn Rendez-Vous"), la partecipazione ai saloni New York Home Textiles Show, Los Angeles Textile Show, Heimtextil di Tokyo e la presenza con "Punto Italia" alle edizioni della Première Vision di Parigi, per citarne solo alcuni.

Al terzo posto nell'ambito del sistema moda - persona - tempo libero si colloca il settore della pelletteria, delle calzature e degli accessori per il quale sono stati spesi 3,7 milioni di euro, sui quali incide la partecipazione alla fiera Obuv Mir Kozhi in Russia (circa 970 mila euro). Seguono le due edizioni della Asia Pacific Leather Fair di Hong Kong, per un importo complessivo di oltre 560 mila euro, le mostre Shoes from Italy a Tokyo e Osaka e le due edizioni della Western Shoes Associates di Las Vegas, per citare solo alcune delle iniziative che presentano gli importi più consistenti. A queste si aggiungono molteplici altre iniziative fra le quali le azioni promo-pubblicitarie, anche a supporto della partecipazione a fiere e missioni di operatori in visita a fiere italiane di settore.

Seguono, con un importo di 1,4 milioni di euro, le azioni finanziate nell'ambito del progetto "filmare" per il cinema e l'audiovisivo e le iniziative organizzate per

il settore gioielleria-oreficeria (1,2 milioni di euro); queste ultime comprendono iniziative di comunicazione e di immagine e vari "Punti Italia", con azioni di supporto organizzate in occasione di fiere internazionali (International Jewellery Tokyo, J.A. di New York, Luxury China, Jewellery Parade di Hong Kong).

Per il settore dell'editoria sono state realizzate iniziative per un importo di circa 827 mila euro, tra cui figura in primo luogo il Salon du Livre di Parigi e altre manifestazioni di tipo fieristico sostenute da azioni pubblicitarie (Buchmesse di Francoforte, Bookexpo di New York, Salone Internazionale del libro di Budapest).

La promozione del sistema agro-alimentare ha comportato azioni per circa 16,8 milioni di euro, circa il 19% dei fondi complessivi. Una parte dei fondi spesi (2,1 milioni di euro) deriva dal finanziamento del D.M. 143/98, destinato alla promozione dei prodotti di alta qualità.

Tra le iniziative realizzate nel corso dell'anno, vi sono numerose ed importanti partecipazioni fieristiche, tra cui il SIAL di Parigi (con oltre 3 milioni di euro), la Foodex Japan di Tokyo, le due edizioni di Fancy Food negli Stati Uniti, la Alimentaria di Barcellona, la Unexpo Asia-Pacific di Tokyo, la Prodexpo di Mosca e il SIAL China. Alle fiere vanno aggiunte numerose campagne pubblicitarie e di comunicazione, nonché azioni presso la rete distributiva. Inoltre, per la promozione del vino sono state realizzate, oltre a partecipazioni collettive a fiere specializzate, altre iniziative specifiche (degustazioni, seminari, missioni di operatori).

Per gli interventi effettuati a favore del sistema casa – ufficio sono stati destinati circa 9,8 milioni di euro (quasi l'11% della spesa complessiva).

Più della metà dei fondi (circa 6 milioni di euro) ha interessato azioni a favore dei mobili; in particolare, vanno menzionate la collettiva alla fiera Mebel di Mosca, la partecipazione alla fiera Furniture China e alla Tokyo Designer's Week, la mostra autonoma Exercises in Style, realizzata in Giappone, e le azioni di comunicazione volte a promuovere il made in Italy negli Stati Uniti.

Al settore dei materiali da costruzione (piastrelle, pietre e marmi, ecc.) sono stati destinati oltre 2,5 milioni di euro: una quota notevole dei fondi è stata impiegata per organizzare le partecipazioni alle fiere Collect Kitchen & Bath Show di Chicago, Itse di Orlando, Batimat China di Shanghai, Big 5 di Dubai. Da citare, inoltre, la realizzazione di una campagna pubblicitaria con creazione di una guida all'acquisto elettronica e il progetto di promozione dell'ardesia con relativa creazione di sito web, finanziato attraverso gli Accordi di Programma con la Regione Liguria.

Al comparto oggettistica e articoli da regalo è stato destinato circa 1 milione di euro; meritano di essere menzionate la mostra autonoma Showroom 225 Fifth Avenue di New York, le partecipazioni collettive alle Gift & Houseware Fair e Gifts & Premium Fair di Hong Kong, i progetti Tuscany Lifestyle e Artigianato Artistico, entrambi finanziati nell'ambito della Convenzione con la Regione Toscana.

Infine, per interventi di tipo plurisettoriale che comprendono tutte quelle iniziative che non sono riconducibili ad un settore specifico sono stati spesi circa 11 milioni di euro. Vi rientrano, in primo luogo, le azioni collaterali a "Viva Italia", finanziate nell'ambito del Programma Interregionale, e l'"Italian Spring Festival" - iniziativa organizzata per il secondo anno consecutivo e volta a promuovere il Sistema Italia nel suo complesso. Da citare, inoltre, la mostra autonoma sul design italiano dell'automobile "The Italian avantgarde in car design", che ha avuto luogo a New York e le

fiere internazionali campionarie, quali le Fiere Internazionali di Tripoli, di Tunisi, di Baghdad, la Fihav dell'Havana e la TIB di Bucarest.

L'analisi della ripartizione dei fondi promozionali per aree geografiche mostra che 22,6 milioni di euro sono stati destinati per azioni promozionali in Nord America (di cui 20 milioni negli USA). Le azioni promozionali hanno interessato il sistema moda–persona-tempo libero (34% dei fondi destinati all'area), il comparto della meccanica (23%), il sistema casa-ufficio e l'agroalimentare (grafico 9.17 e tavola 9.36).

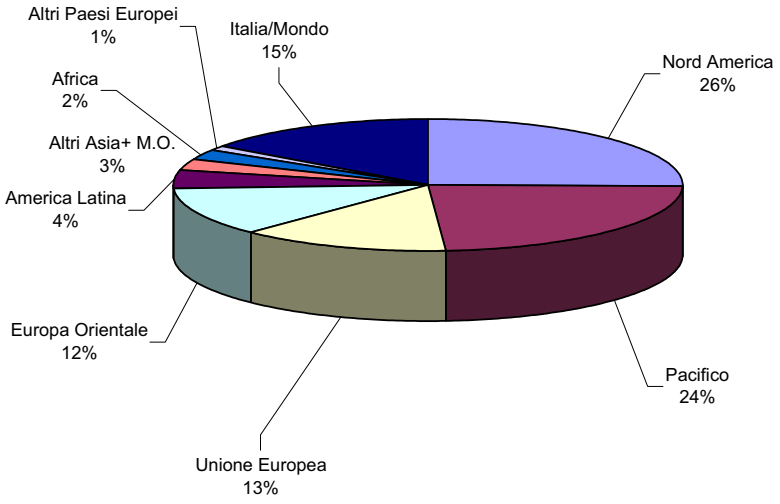
L'area del Pacifico ha assorbito il 23,6% delle risorse (21 milioni di euro), rispetto al 30,8% del 2001 (a seguito della spesa sostenuta per la realizzazione del Salone della Tecnologia Italiana in Giappone). Il principale destinatario dell'investimento promozionale nell'area è stato il Giappone (10,7% dei fondi spesi), seguito da Cina–Hong Kong (8,4%). Gli interventi promozionali sono stati diretti a sostenere soprattutto il sistema moda–persona-tempo libero (31% dei fondi destinati all'area), il comparto agroalimentare (26%) e quello della meccanica-elettronica (24%).

L'Unione Europea rappresenta la terza area geografica in termini di risorse investite (pari a 11,8 milioni di euro, il 13,3%), per lo più destinate a Francia (5,3 milioni di euro, rispetto ai 2,1 dell'anno precedente) e Germania (3,4 milioni di euro), seguite da Spagna (811 mila euro) e Paesi Bassi (666 mila di euro). Nell'area prevale su tutti la promozione del comparto agroalimentare che ha assorbito il 46% dei fondi destinati all'area. Segue la meccanica-elettronica (21% dei fondi investiti nell'area).

Per iniziative in Europa centro orientale sono stati spesi 10,5 milioni di euro (l'11,8%, rispetto all'8,4% dell'anno precedente), diretti soprattutto al mercato russo (circa 8 milioni di euro). Gli investimenti nell'area sono stati destinati principalmente a promuovere i comparti casa-ufficio (33% dell'investimento nell'area), meccanica-elettronica (28%) e moda-persona-tempo libero (20%).

In America centrale e meridionale sono state effettuate iniziative promozionali per 3,9 milioni di euro (il 4,4% dei fondi, in diminuzione rispetto al 6,8% del 2001),

ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2002 ICE - MAP PER AREE GEOGRAFICHE
(distribuzione percentuale)



Fonte: ICE

Grafico 9.17

ATTIVITA' PROMOZIONALE ICE-M-A.P. 2002 PER AREE GEOECONOMICHE E PRINCIPALI PAESI
(valori in euro e pesi percentuali)

AREE E PAESI	Valori	% sul totale	% su Area
Nord America	**22.664.720**	**25,4**	**100,0**
di cui:			
Stati Uniti America	20.023.970	22,5	88,4
Canada	1.627.020	1,8	7,2
Pacifico	**21.051.733**	**23,6**	**100,0**
di cui:			
Giappone	9.534.268	10,7	45,3
Cina (compreso Hong Kong)	7.518.735	8,4	35,7
Singapore	723.359	0,8	3,4
Unione Europea	**11.843.336**	**13,3**	**100,0**
di cui:			
Francia	5.346.813	6,0	45,2
Germania	3.451.566	3,9	29,1
Spagna	811.562	0,9	6,9
Paesi Bassi	666.556	0,7	5,6
Regno Unito	546.513	0,6	4,6
Svezia	429.151	0,5	3,6
Europa Orientale	**10.525.744**	**11,8**	**100,0**
di cui:			
CSI/Russia	7.967.945	8,9	75,7
Romania	393.486	0,4	3,7
Polonia	339.882	0,4	3,2
America Latina	**3.936.995**	**4,4**	**100,0**
di cui:			
Brasile	1.643.585	0,4	8,6
Messico	827.942	0,9	21,0
Argentina	336.803	1,8	41,7
Altri Asia+ M.O.	**2.589.046**	**2,9**	**100,0**
di cui:			
Emirati Arabi Uniti	924.389	1,0	35,7
India	661.752	0,7	25,6
Iran	461.651	0,5	17,8
Africa	**2.133.974**	**2,4**	**100,0**
di cui:			
Algeria	517.605	0,6	24,3
Tunisia	490.955	0,6	23,0
Libia	357.369	0,4	16,7
Altri Paesi Europei	**1.085.358**	**1,2**	**100,0**
di cui:			
Norvegia	429.151	0,5	39,5
Turchia	357.369	0,4	32,9
Italia/Mondo	**13.379.024**	**15,0**	**100,0**
Totale	**89.209.930**	**100,0**	

Fonte: ICE

Tavola 9.36

destinati soprattutto al Brasile e al Messico. Dal punto di vista settoriale, l'investimento è concentrato soprattutto nel comparto della meccanica (47% dei fondi diretti verso l'area), seguito dall'agroalimentare e dal plurisettoriale.

Gli altri paesi asiatici (tra cui l'India e vari paesi del Medio Oriente) hanno assorbito fondi per circa 2,6 milioni di euro (quasi il 3% della spesa totale), per realizzare il Salone Arab Health di Dubai (settore medicale), la fiera internazionale di Baghdad (rivolta alla promozione dei beni strumentali), la TIIF di Teheran, che ha

ospitato una partecipazione collettiva per i settori della macchine per fili e cavi, fonderia e alimentari, e la Iranconmin per le macchine edili, stradali e movimento terra.

L'Africa ha registrato una spesa di circa 2 milioni di euro, con un lieve incremento rispetto al 2001, destinata per lo più alle fiere internazionali dell'Algeria, della Tunisia e della Libia, cui si aggiungono la partecipazione alla fiera Electrix del Cairo ed i consueti seminari, i corsi di formazione, le iniziative di cooperazione e di collaborazione industriale.

Per quanto riguarda gli altri paesi europei (con circa 1 milione di euro), prevale l'attività svolta in Norvegia e Turchia. In Norvegia ha avuto luogo la partecipazione alla fiera per le attrezzature petrolifere Offshore Northern Seas, una mostra autonoma su design lombardo (nell'ambito degli Accordi con Regioni) ed una borsa vini. In Turchia si segnala l'organizzazione di seminari tecnologici in favore della macchine lavorazione marmo e di Punti Italia alle fiere VIV Yutan (attrezzature per zootecnia) e Packaging di Istanbul. In Svizzera è stata organizzata la partecipazione collettiva alla Basel 2002 (macchine per oreficeria).

Infine, l'area definita Italia-Mondo ha assorbito il 15% delle risorse (circa 13,4 milioni di euro). In quest'area sono comprese le iniziative che per loro natura non sono attribuibili ad una specifica area geografica, come ad esempio le missioni in Italia di operatori provenienti da vari paesi, repertori, convegni, corsi di formazione, azioni di comunicazione via web, iniziative multimediali. Si tratta prevalentemente di iniziative classificate come plurisettoriali, di azioni di formazione, di interventi a favore del comparto moda-persona-tempo libero e della meccanica.

Per quanto concerne l'articolazione della spesa promozionale per tipologia di attività, la quota maggiore di fondi promozionali è stata destinata, come di consueto, agli strumenti promozionali espositivi, considerando nell'insieme le partecipazione collettive, le mostre autonome e gli Uffici Informazioni a fiere estere (cd. "Punti

ATTIVITA' PROMOZIONALE M.A.P PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA E CONTRIBUTO PRIVATO
(valori in euro e pesi percentuali)

INIZIATIVE	SPESA	% sul totale	CONTRIBUTO PRIVATO	% del contributo sulla spesa
Mostre Autonome	7.229.214	8,1	4.178.875	57,8
Partecipazioni Collettive a Fiere	33.177.664	37,2	20.512.405	61,8
Uffici informazioni (punti Italia) a fiere estere	5.411.434	6,1	673.578	12,4
Uffici informazioni a fiere italiane	21.464	0,0	0	0,0
Missioni all'estero	422.917	0,5	14.000	3,3
Missioi in Italia	4.096.921	4,6	103.070	2,5
Missioni all'estero di partecipanti esteri	64.408	0,1	0	0,0
Giornate tecnologiche, seminari, convegnil	5.036.337	5,6	2.087.392	41,4
Indagini di mercato	2.086.306	2,3	228.165	10,9
Newsletter, cataloghi, inserti spaciali, CD ROM	1.639.537	1,8	175.913	10,7
Azioni di comunicazione varie	9.663.225	10,8	515.909	5,3
Campagne pubblicitarie	892.594	1,0	147.347	16,5
Giornate gastronomiche e degustazioni	1.230.075	1,4	117.544	9,6
Azioni presso la rete distributiva	707.607	0,8	122.469	17,3
Sfilate di moda e iniziative d'immagine	3.352.192	3,8	116.106	3,5
Nuclei operativi, task force, desk	556.677	0,6	134.279	24,1
Corsi di formazione	4.077.546	4,6	111.804	2,7
Cooperazione e collaborazione industriale	1.261.841	1,4	0	0,0
Attività con U.E. o altre org. internazionalil	349.294	0,4	-3.595	-1,0
Attrazione investimenti esteri in Italia	1.519.576	1,7	0	0,0
Import strategico e countertrade	105.499	0,1	0	0,0
Altre iniziative	5.763.193	6,5	297.002	5,2
Spese generali di progetto	544.411	0,6	0	0,0
Totale	**89.209.930**	**100,0**	**29.532.263**	**33,1**

Fonte: ICE Tavola 9.37

Italia”) (tavola 9.37).

Complessivamente le tre tipologie hanno fatto registrare una spesa pari a 45,8 milioni di euro (51,3% della spesa complessiva). In particolare continua ad aumentare la spesa per realizzare i Punti Italia (che quest’anno raggiunge 5,4 milioni di euro), tipologia che fa registrare crescenti adesioni da parte delle aziende.

Ai vari strumenti promozionali di comunicazione, tipologia che ha registrato una spesa sostanzialmente invariata rispetto al 2001 (e che comprende campagne pubblicitarie, azioni di comunicazione e conferenze stampa, newsletter, cataloghi, inserti speciali, repertori su CD ROM), sono stati destinati circa 12 milioni di euro, pari a circa il 14% dell’investimento promozionale. In quest’ambito va evidenziata l’importanza sempre crescente che rivestono, in linea con le indicazioni contenute nelle linee direttrici, gli interventi attuati attraverso l’utilizzo delle tecnologie multimediali e che si concretizzano nella realizzazione di siti web settoriali, fiere virtuali, repertori su CD Rom, pubblicità su web.

L’organizzazione di seminari, convegni, workshop ha richiesto un investimento di oltre 5 milioni di euro. Segue, con un importo di circa 4 milioni, la realizzazione di missioni di operatori esteri in Italia (che prevedono, in genere, visite a fiere, distretti industriali e incontri con aziende di settore).

Per organizzare corsi di formazione, è stato speso un importo pari a circa 4 milioni di euro, in lieve aumento rispetto al 2001, che comprendono sia corsi di tipo settoriale, volti a formare tecnici stranieri (soprattutto nel comparto della meccanica), sia quelli organizzati nell’ambito della “formazione internazionale” a favore di manager stranieri.

Alla realizzazione di indagini, ricerche e prospezioni di mercato sono stati destinati nel 2002 circa 2 milioni di euro, mentre le giornate gastronomiche-degustazioni vini e le azioni presso la distribuzione hanno assorbito rispettivamente 1,2 milioni di euro e 707 mila euro (con una contrazione per entrambe le tipologie).

In complesso, le tipologie di iniziativa relative a cooperazione-collaborazione industriale, all’attrazione degli investimenti esteri in Italia ed alle attività con l’UE e altri Organismi Internazionali hanno registrato un importo pari a circa3,2 milioni di euro (invariato rispetto al 2001, ma con un incremento della quota sulla spesa complessiva, passata da 3,3% a 4,1%).

Per le iniziative d’immagine è stata registrata una spesa di 3,3 milioni di euro. Infine, le altre iniziative promozionali (voce utilizzata in mancanza di un’attribuzione a tipologie più specifiche) presentano anche nel 2002 importi considerevoli, collocandosi al quarto posto in ordine di spesa, con importo pari a 5,7 milioni di euro.

Gli Accordi di Programma stipulati dal Ministero delle Attività Produttive con le Regioni hanno la finalità di rendere massima la sinergia tra azione nazionale e regionale e di migliorare l’efficacia dell’intervento pubblico in favore del sistema produttivo regionale, in particolare nel processo di internazionalizzazione dell’artigianato e delle P.M.I.

Attraverso le Convenzioni attuative degli Accordi di programma, le iniziative promozionali concordate vengono finanziate e realizzate congiuntamente dall’I.C.E. e dalle Regioni, con il coinvolgimento diretto, in qualità di promotori e di coattuatori, di numerosi soggetti economici e produttivi locali.

Tutte le Regioni hanno ormai sottoscritto i rispettivi Accordi di Programma (per la Regione Trentino - Alto Adige sono stati sottoscritti Accordi con le Province

Autonome di Trento e di Bolzano).

Nel corso del 2002 sono state concordate e sottoscritte nuove Convenzioni che hanno riguardato le Regioni Basilicata, Campania, Friuli – Venezia Giulia, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Umbria, Veneto (2 Convenzioni, una delle quali dedicata al solo settore primario), Valle d'Aosta e Provincia Autonoma di Bolzano.

Cooperazione

Anche nel 2002 l'ICE ha svolto attività volte a facilitare gli investimenti italiani all'estero, attraverso la conclusione di alleanze strategiche ed accordi preparatori per la costituzione di società miste, ed a favorire l'importazione di materie prime strategiche e semilavorati, attraverso la conclusione di accordi di approvvigionamento. Hanno assunto una connotazione del tutto innovativa le attività a favore della certificazione di qualità ed il Progetto Scambi Tecnologici con USA e Canada.

Particolarmente intensa è stata l'azione di acquisizione di informazioni di base, attraverso la realizzazione di indagini, e l'identificazione di profili e progetti di collaborazione industriale. Molto articolata è stata la promozione presso l'imprenditoria nazionale di conoscenze e contatti in settori prioritari di investimento di paesi strategici, attraverso la realizzazione di numerosi seminari/workshops. Il numero dei partecipanti medio per ciascuna presentazione è stato di circa 100 operatori italiani per un totale di circa 1.200 operatori partecipanti nel 2002; i settori maggiormente coinvolti sono stati: agroalimentare, edilizia e materiali da costruzione, tessile-abbigliamento, pelletteria e calzature, lavorazione legno, e connessi beni strumentali. Tali conoscenze e contatti sono stati approfonditi nel corso di missioni e *workshops* svoltisi in vari Paesi.

Per quanto concerne gli affari europei, l'attività si è tradotta nella partecipazione diretta a progetti co-finanziati dall'UE, nella promozione della partecipazione delle imprese agli appalti comunitari, nell'assistenza tecnica alle PMI per lo sviluppo del partenariato industriale con controparti dei Paesi ACP, nell'utilizzo di strumenti informatici per la ricerca di partners per la collaborazione industriale. Nel quadro dei programmi di cooperazione dell'UE, la Commissione Europea ha approvato due proposte dell'ICE relative all'attuazione di misure di accompagnamento nel settore dell'alta tecnologia aerospaziale (VI programma quadro di R&S), e la promozione degli "incubatori tecnologici".

Quanto ai rapporti con gli Organismi Internazionali, l'attività è stata caratterizzata da un prevalente taglio settoriale delle iniziative e da una maggiore enfasi sugli strumenti finanziari degli Organismi a favore del settore privato.

E' proseguita l'attività rivolta all'attrazione degli investimenti esteri in Italia, che ha coinvolto gli uffici della rete estera che ospitano i desk "Invest in Italy" (Berlino, Parigi, Londra, Stoccolma, Tokyo, New York). Il 2002 ha visto l'apertura di due nuovi desk presso gli uffici di Amsterdam e di Montreal, a testimonianza del contributo dell'Istituto al raggiungimento dell'obiettivo strategico di incrementare i flussi di IDE in entrata, a fronte del ritardo strutturale dell'Italia rispetto agli altri paesi industrializzati.

9.2.2 I SERVIZI REALI OFFERTI DAL SISTEMA CAMERALE ITALIANO

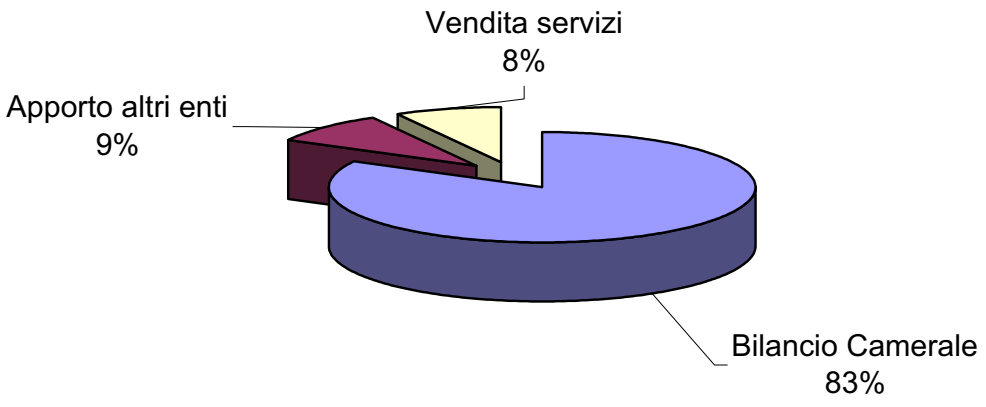
Le Camere di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato[16]

Nel delineare sinteticamente le principali attività svolte nel corso del 2002 dagli enti camerali nel campo dell'internazionalizzazione, va innanzitutto sottolineato che cresce l'impegno per inquadrarle nell'ambito di scelte strategiche prioritarie fissate a livello nazionale. Gli indirizzi prioritari risultano finalizzati a rendere sempre più efficaci gli interventi, per far fronte ad una congiuntura caratterizzata da numerosi elementi di incertezza per le Pmi del nostro Paese e da fenomeni di crisi economica in diverse aree del mondo.

A conferma del crescente impegno in materia di internazionalizzazione, va sottolineata l'importanza delle risorse finanziarie mobilitate complessivamente dal sistema camerale per promuovere un'articolata tipologia di iniziative promozionali: esse hanno ormai raggiunto circa 75 milioni di Euro l'anno, anche investiti in sinergia con altri soggetti, creando un effetto di moltiplicazione delle risorse (grafico 9.18).

Ne sono un significativo esempio le convenzioni annuali con l'ICE per cofinanziare programmi integrati di intervento nelle aree indicate come prioritarie negli indirizzi del Ministero delle Attività Produttive (tavola 9.38), arrivate nel 2002 a mobilitare una cifra complessiva superiore a tre milioni di euro.

CAMERE DI COMMERCIO: PROVENIENZA RISORSE FINANZIARIE
(in percentuale)



Fonte: Unioncamere

Grafico 9.18

[16] Redatto da Ugo Girardi - Vice Segretario Generale di Unioncamere (Unione italiana delle Camere di Commercio)

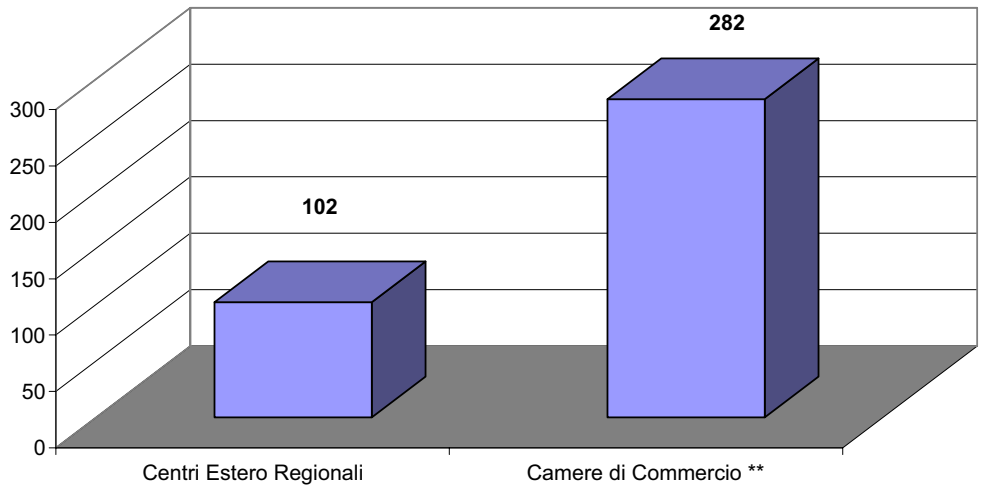
ACCORDO DI PROGRAMMA MINISTERO ATTIVITÀ PRODUTTIVE – UNIONCAMERE – ASSOCAMERESTERO: CONVENZIONI PER PROGETTI COFINANZIATI ICE – SISTEMA CAMERALE

Anni	*Impegno finanziario complessivo dei progetti (in Euro)*	*Quota a carico dell'ICE (in Euro)*	*Numero dei progetti approvati*	*Strutture canmerali coinvolte*	*Aree geografiche di riferimento*
2000	1.044.800	516.460	7	6	- Mediterraneo
2001	1.612.580	795.490	21	13	- Balcani - Nafta - Mercosur - Giappone - Mediterraneo
2002	3.134.520	1.564.235	16	25	- Balcani - Mediterraneo - Nafta

Fonte: Unioncamere Tavola 9.38

Queste risorse hanno alimentato le iniziative per l'internazionalizzazione delle diverse tipologie di strutture specializzate degli enti camerali (Aziende speciali, Centri Estero, Uffici commercio estero, Unioni regionali) di cui si sono avvalse, nel 2001, quasi 46.000 imprese, vale a dire più di un quarto delle circa 180.000 aziende italiane che alimentano il nostro interscambio con l'estero e che, in misura crescente, risultano anche attive a livello internazionale attraverso il decentramento di fasi produttive. Il personale complessivamente dedicato a tali attività ammonta a 384 unità (grafico 9.19).

PERSONALE PREPOSTO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE*



* Per personale preposto si intende quello che dedica la maggior parte dell'attività lavorativa all'internazionalizzazione;
** Il dato delle CCIAA comprende anche il personale operante presso le Aziende Speciali

Fonte: Unioncamere Grafico 9.19

Passando ad esaminare la consistenza, in termini percentuali, delle iniziative camerali sul versante promozionale, gli interventi delle strutture preposte all'internazionalizzazione (tavola 9.39) si sono concentrati sulla formazione (53,9%), sulla partecipazione di operatori a fiere e missioni all'estero (25,5%) e sull'accoglienza di delegazioni di operatori esteri in Italia (13%). Una particolare attenzione è stata riservata alla leva della formazione, anche con l'inserimento in azienda di specialisti export; parallelamente sono stati potenziati le missioni in arrivo dall'estero e, sia pure in minor misura, l'avvio di progetti per settore/paese o per promuovere la cooperazione tra distretti industriali italiani e filiere all'estero.

INIZIATIVE REALIZZATE DALLE STRUTTURE CAMERALI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

(valori percentuali)

Fiere e missioni all'estero	25,5
Accoglienza delegazioni estere	13,0
Comunicazione e Pubblicazioni	4,0
Formazione	53,9
Progetti di settore e accordi commerciali	3,6
Totale	100,0

Fonte: Unioncamere

Tavola 9.39

Queste attività vengono svolte in maniera sempre più integrata nell'area dell'informazione, attraverso un forte impegno nel potenziare e riorientare le funzioni informative di Globus, il portale nazionale per l'internazionalizzazione del sistema camerale, anche attraverso l'attuazione del progetto ExTender- realizzato in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri-, attivato in fase sperimentale per garantire l'invio in tempo reale alle imprese interessate di notizie sugli appalti pubblici nel mondo e sulle opportunità di finanziamenti internazionali. Il potenziamento del sistema informativo camerale verrà completato attraverso le opportune integrazioni con il SINCE dell'ICE e con la banca dati della promotion pubblica del MAP, applicando i criteri della specializzazione e della valorizzazione delle vocazioni di ogni ente.

La specializzazione delle strutture camerali per nuclei omogenei di servizi si è rafforzata nel 2002. Basti pensare alla crescita quali-quantitativa delle Aziende Speciali per l'internazionalizzazione – che operano in base a una logica di prossimità con le imprese e con i distretti locali -, alle innovazioni nei servizi realizzate da alcuni Centri Estero, all'orientamento prioritario delle attività verso il Mezzogiorno che Mondimpresa sta adottando. La promozione di servizi e progetti sempre più finalizzati ed integrati è alimentata dall'operatività di un crescente numero di collaborazioni, a geometria variabile, tra strutture camerali:

- le Aziende Speciali per l'internazionalizzazione, che operano ciascuna privilegiando una o più aree geografiche d'interesse per le rispettive imprese;
- gli Eurosportelli e i Relays, che stanno svolgendo attività di informazione e di orientamento soprattutto sui temi connessi all'allargamento ad Est dell'Unione Europea;
- le strutture camerali che partecipano - attraverso l'attuazione di progetti inte-

grati - alle convenzioni annuali sottoscritte con l'ICE;

- le Camere italiane che si sono attivate per sviluppare progetti di cooperazione con gli enti camerali operanti nell'area dei Balcani (attraverso il coordinamento del segretariato INCE, garantito da Unioncamere), nelle isole (attraverso l'associazione europea Insuleur), nell'area del Mediterraneo (attraverso l'associazione ASCAME) e nella fascia adriatica (attraverso il Forum delle Camere dell'area Adriatico-ionica);
- le 9 strutture che a Torino hanno aderito, insieme all'Unioncamere, alla fase sperimentale dell'Accordo di Programma per l'internazionalizzazione delle imprese.

Le collaborazioni in rete permettono di rafforzare il coordinamento delle iniziative e contribuiscono ad estendere le logiche di integrazione ad interlocutori esterni di importanza strategica: a livello centrale con i Ministeri delle Attività Produttive e degli Affari Esteri e con l'ICE; a livello decentrato soprattutto con le Regioni -tenendo conto della riforma costituzionale, che ha assegnato ad esse compiti rilevanti per quanto riguarda le politiche per l'export- estendendo le esperienze di coinvolgimento negli sportelli regionali per l'internazionalizzazione, il cui livello provinciale risulta di norma garantito dal sistema camerale.

In conclusione, l'obiettivo perseguito nel 2002 dalla rete camerale è stato duplice: da una parte supportare le PMI che intendono consolidare od avviare la propria presenza sui mercati esteri; dall'altra fornire, direttamente o indirettamente, alle imprese le strumentazioni per operare in modo efficace, a fronte di processi di globalizzazione che imprimono continue sollecitazioni, stimolando forme e modalità inedite di "fare business" all'estero.

Le Camere di Commercio italiane all'estero[17]

Nel 2002, a fronte di un contributo finanziario pubblico pari a 8,8 milioni di euro, le Camere Italiane all'Estero hanno realizzato attività promozionali per un ammontare complessivo di 30 milioni di euro, segnando così una crescita del valore assoluto della programmazione rispetto all'anno precedente e moltiplicando per più di tre volte il contributo pubblico.

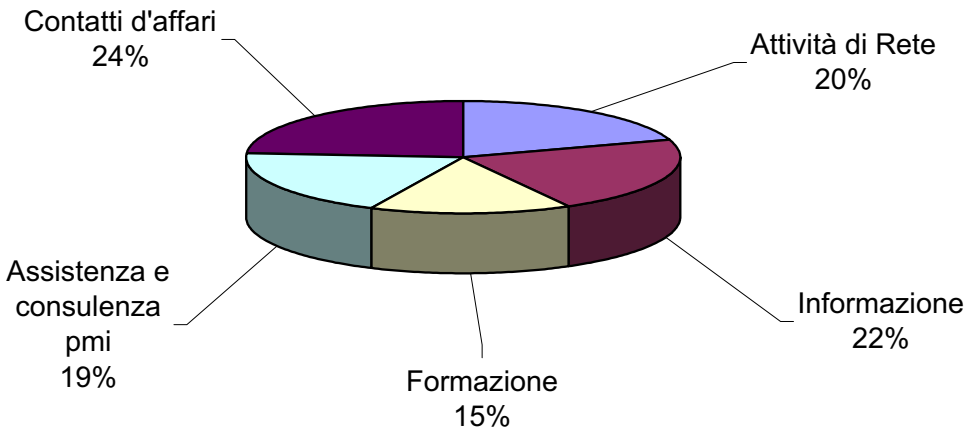
Nel 2002 una crescente attenzione è stata posta:

- al miglioramento della qualità dei servizi forniti: attraverso la formazione delle risorse umane e la messa a punto di un percorso di "miglioramento degli standard qualitativi dei servizi", percorso completato con successo da 17 Camere ed a cui altre 13 Camere hanno aderito e stanno seguendo un sentiero di analisi di corrispondenza agli standard richiesti;
- alla crescita degli strumenti di rete: con particolare attenzione agli strumenti informatici, mediante la realizzazione di una Intranet operativa che collega in rete le 68 Camere e l'associazione. Attraverso questo strumento informatico di

[17] Redatto da Sergio Sgambato – Responsabile Area Comunicazione e Prodotti Informativi – Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero

rete, le Camere potranno condividere le proprie informazioni con altri sistemi informativi di altri enti pubblici o privati che si occupano di internazionalizzazione;
- alle relazioni delle Camere con i diversi soggetti di promozione dell'internazionalizzazione a livello nazionale e con il sistema delle autonomie locali;
- alle aree di particolare rilevanza strategica per l'Italia, ed in particolare l'area dei paesi dell'integrazione dell'Unione Europea, con la costituzione di nuove Camere a Praga e a Mosca, e gettando le basi per lo sviluppo di altre Camere nei paesi dell'Unione Europea allargata e del Mediterraneo.

DISTRIBUZIONE DELLE INIZIATIVE PROGETTUALI DELLE CCIE PER TIPOLOGIA DI INTERVENTO
(in percentuale)



Fonte: Assocamerestero

Grafico 9.20

Attività di informazione e comunicazione

Nel 2002, le attività di informazione e comunicazione hanno rappresentato circa il 22% dell'attività progettuale delle CCIE e si sono sviluppate attraverso diversi strumenti, quali: portali e siti web, campagne pubblicitarie e varie altre azioni di comunicazione, nonché mediante un'intensa attività editoriale (pubblicazioni monografiche, newsletter, cataloghi, inserti speciali, CD rom, ecc.). L'azione editoriale delle CCIE è stata tracciata nel volume "Gli strumenti di comunicazione delle Camere Italiane nel mondo – Periodici, Annuari e Pubblicazioni delle CCIE", pubblicato nel mese di ottobre, in cui vengono catalogate in forma sintetica le oltre 100 pubblicazioni monografiche e le 138 testate di riviste e periodici che costituiscono, insieme ad altri strumenti maggiormente innovativi, il vasto apparato di comunicazione della rete delle CCIE volto a rappresentare il Sistema Italia all'estero ed a trasmettere verso il nostro paese le istanze ivi raccolte.

L'ampio bagaglio informativo delle CCIE, composto di elementi conoscitivi di primo orientamento e di informazioni dettagliate e puntuali su temi specifici, è stato inoltre riunito attraverso il sistema informativo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero "PLA.NET", in cui sono state raccolti e classificati secondo criteri omoge-

nei, 1170 progetti di attività che le CCIE prevedono di svolgere nel corso dell'anno 200; oltre 320 rapporti e circa 500 news riportanti informazioni strategiche dai 42 paesi di presenza delle Camere, catalogate per settore e tipologia; 42 schede paese e, infine, la lista dei soci delle CCIE, un patrimonio di oltre 20.000 imprese italiane all'estero e imprese estere qualificate, che lavorano o intendono lavorare con l'Italia.

Attività di formazione

Nel 2002, le attività di formazione hanno rappresentato il 15% dell'attività progettuale delle CCIE. In particolare, prosegue la collaborazione delle Camere con le Università Italiane e le università locali, fornendo un importante contributo alla instaurazione ed al mantenimento di contatti fra istituzioni accademiche dei due paesi. Fra le collaborazioni più strutturate, in cui le CCIE contribuiscono alla realizzazione di moduli formativi e di occasioni di stages per gli studenti, si citano le seguenti Università: Ca' Foscari di Venezia, Bocconi di Milano, Bologna, Torino, Scuola di Scienze Aziendali di Firenze, la Scuola Universitaria in Commercio Estero di Torino, Centro Universitario Newton di Pavia, la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e l'Università di Roma Tre. Inoltre, sono in corso alcune collaborazioni con altri istituti che si occupano di formazione quali il Formaper e l'IFOA. Sempre maggiore è poi la richiesta di corsi di lingua italiana commerciale.

Sono inoltre da segnalare, come importanti esperienze di formazione, una serie di attività volte a favorire la reciproca conoscenza fra la cultura italiana e quelle dei paesi in cui operano le Camere, di particolare rilievo in quei paesi culturalmente molto distanti. La divulgazione di conoscenze circa il substrato culturale su cui poggia l'ambiente economico di un paese, difatti, favorisce in maniera importante il sorgere e lo svolgimento di attività di collaborazione economica, anche di medio e lungo termine, fra le imprese locali e quelle italiane.

Nel corso dell'anno, si è avviato un progetto sperimentale, in collaborazione con la Regione Autonoma della Sardegna, per la "Formazione di 12 agenti per l'internazionalizzazione in funzione dello sviluppo locale". L'intervento formativo prevede lo svolgimento di un periodo di formazione e tirocinio presso alcune CCIE da parte di 12 giovani volontarie del servizio civile nazionale che lavoreranno su iniziative di interesse per le imprese sarde che intendono operare sui mercati selezionati.

Attività di contatti per la conclusione d'affari

Si tratta di azioni volte a favorire l'incontro diretto e l'instaurazione di contatti di affari fra imprese italiane ed estere, quali: organizzazione di missioni d'affari in Italia o assistenza a missioni in visita nel paese; preparazione di agende ed organizzazione di incontri bilaterali fra imprese; attività di mail-out e di direct marketing; organizzazione di partecipazioni collettive a fiere in Italia ed all'estero; organizzazione di eventi promozionali quali serate a tema ed altre iniziative di immagine

Attività di assistenza e consulenza alle imprese

Vengono effettuate in risposta a specifiche richieste di singole imprese, per il consolidamento, radicamento e sviluppo della loro presenza sul mercato estero. Si tratta della realizzazione di indagini di mercato o studi settoriali, o di interventi susseguenti alla fase iniziale di approccio al mercato, che si sviluppano in varie forme: assistenza per la conclusione di accordi di cooperazione e collaborazione industriale (trasferimenti di tecnologia, costituzione di JVs, costituzione di società in loco, ecc.) o di interscambio commerciale nonché assistenza legale e per la composizione amichevole di vertenze; assistenza per la protezione di brevetti e marchi registrati; consulenza finanziaria; assistenza fiscale; recupero crediti & IVA; consulenza sulle normative tecniche; ricerca di partners o di agenti e rappresentanti.

Un tratto comune a molte Camere è lo svolgimento di attività volte a misurare la *customer satisfaction* per la quale vengono utilizzati questionari valutativi e sondaggi telefonici.

Fra i numerosi servizi, si segnala l'esistenza di Camere arbitrali presso le Camere di Commercio di Zurigo, in Svizzera e di Monaco di Baviera in Germania. 17 CCIE offrono alle aziende italiane che abbiano sostenuto delle spese all'estero un servizio di Recupero IVA.

Attraverso tali azioni, la rete ha fornito servizi ad oltre 11.000 imprese e veicolato circa 300.000 contatti d'affari.

I progetti di rete

Come azione di raccordo della rete delle CCIE, sono stati realizzati, nel corso dell'anno alcuni studi settoriali e non. In particolare, 28 Camere hanno realizzato, in

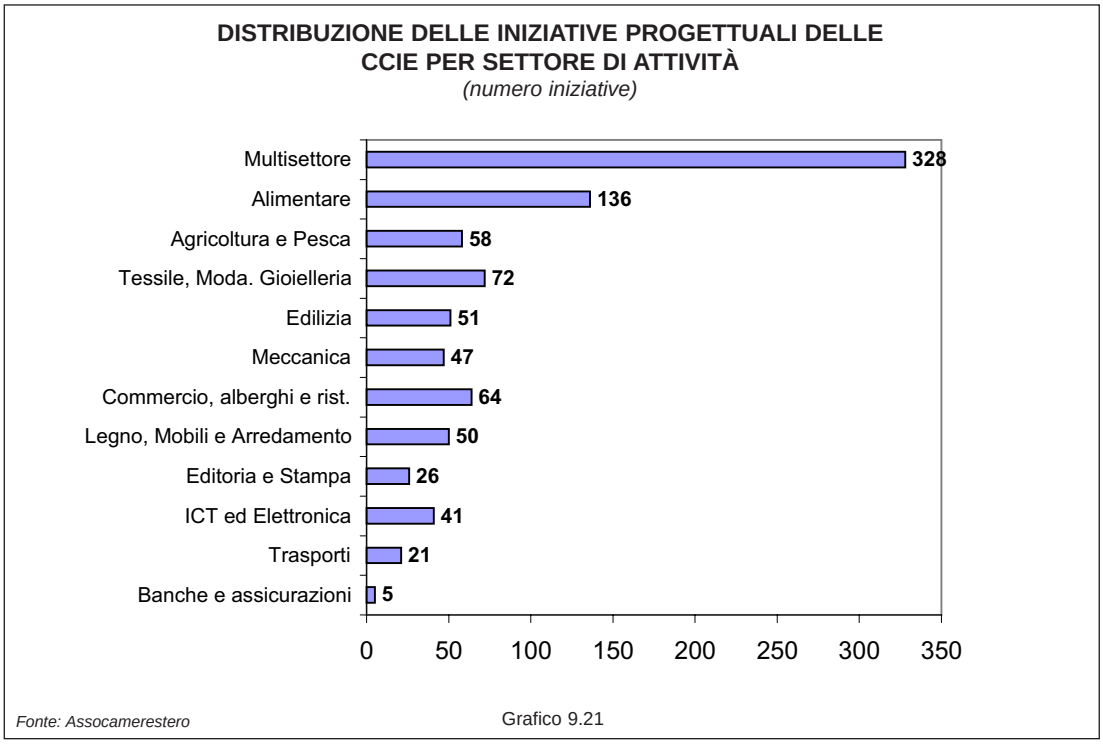
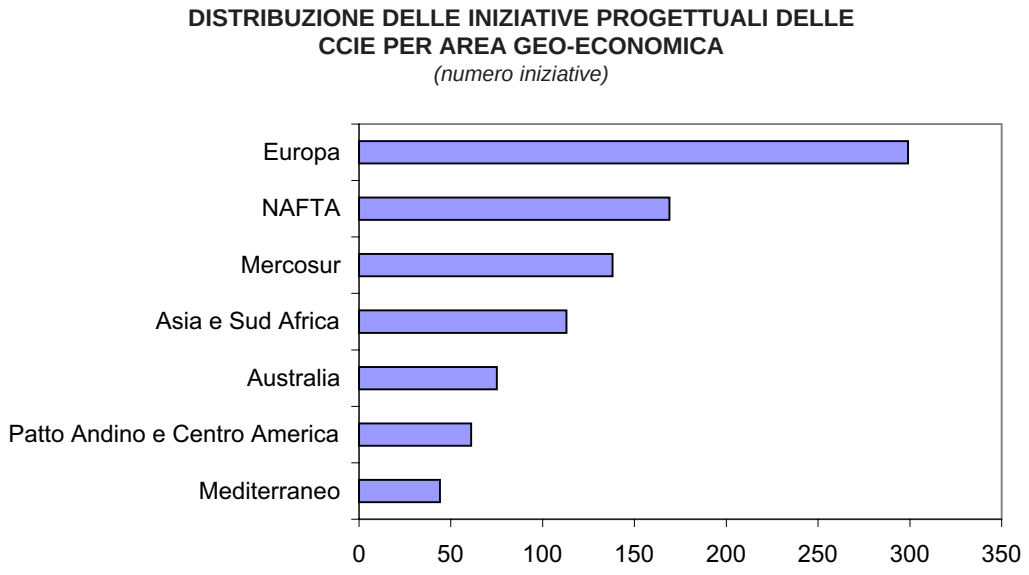


Grafico 9.21



Fonte: Assocamerestero

Grafico 9.22

collaborazione con SMI - Sistema Moda Italia, un'analisi della distribuzione dei prodotti del sistema moda italiano sui mercati esteri, evidenziandone criticità ed opportunità. Un'ulteriore ricerca ha coinvolto otto Camere italiane, presenti su mercati maturi e su nuovi mercati di potenziale sviluppo, che hanno monitorato il sistema della distribuzione dei prodotti agroalimentari e tipici italiani nei mercati di riferimento (i risultati di detto monitoraggio sono stati pubblicati dalla Maggioli Editore). Avvalendosi del patrimonio di conoscenze delle *business community* estere da parte delle CCIE, è stato condotta un'indagine qualitativa sulla percezione dell'Italia come partner economico e commerciale, mediante l'elaborazione dei risultati di circa 100 interviste con imprenditori e dirigenti operanti nelle diverse aree geo-economiche che intrattengono regolarmente attività economiche con l'Italia.

La rete delle CCIE ha inoltre attivato diverse forme di collaborazione con istituzioni italiane nazionali e regionali, per la promozione delle imprese e dell'economia italiana nel mondo.

Nell'ambito dell'Accordo di programma fra il Ministero Affari Esteri e il sistema camerale, sulla base dell'esperienza condotta dallo Schema di Concertazione Interstituzionale, nel mese di Luglio è stata siglata una convenzione operativa per l'avvio del Progetto ExTender, sistema informativo integrato per la diffusione ad imprese italiane di informazioni su gare d'appalto indette in vari paesi del mondo raccolte dalla rete delle Antenne all'estero costituita dalle istituzioni italiane.

E' stato poi siglato con l'ENIT un accordo quadro che prevede una partecipazione congiunta delle rispettive reti ad iniziative per la valorizzazione all'estero dell'immagine del Paese, ed in particolare per la promozione del turismo d'affari e verso il Sud Italia.

L'accordo con Toscana Promozione prevede azioni di stimolo del processo di internazionalizzazione delle imprese toscane, attraverso la diffusione delle opportunità commerciali, turistiche, di partnership imprenditoriali e istituzionali del territorio toscano e la realizzazione di osservatori periodici sulla domanda e la percezione all'estero della realtà toscana.

Altri accordi operativi hanno preso il via durante l'anno con la Confartigianato e l'Associazione Italiana Marmomacchine. Assocamerestero è inoltre parte del Comitato Tecnico per la valorizzazione della produzione agroalimentare di qualità nella ristorazione italiana all'estero (MIPAF) e socio di Liguria International, società consortile per l'internazionalizzazione delle imprese della Regione Liguria.

9.3 CONCLUSIONI

Nel 2002, la politica di internazionalizzazione delle imprese (e, quindi, gli strumenti ad essa pertinenti) hanno dovuto fare fronte non solo a tendenze che si profilavano già nella seconda parte del 2001 (il rallentamento del processo d'integrazione economica internazionale e, sul piano interno, il decentramento decisionale ed amministrativo) ma anche a sfide nuove, e per certi aspetti, non attese. Quelle salienti sono le seguenti: a) sul piano interno, il tentativo di riorganizzazione dell'assetto decisionale ed amministrativo della politica economica internazionale dell'Italia, a livello delle strutture centrali dello Stato; b) sul piano internazionale, il crescente ruolo dell'Italia, e delle imprese italiane, in talune aree geografiche specifiche e, quindi, la necessità di integrare gli strumenti esistenti con misure mirate a queste aree.

Una risposta alla prima di queste sfide è ancora in fase di elaborazione e di messa a punto. Non è chiaro quali saranno i tempi ed i modi di un riassetto, peraltro ancora molto eventuale, dell'intera architettura dell'azione internazionale dell'Italia e dei pertinenti meccanismi decisionali. Se tale architettura verrà rivista a livello centrale per meglio collegare gli aspetti di politica estera con quelli di politica economica e per potenziare il peso e la presenza dell'Italia nell'Unione Europea e nel resto del mondo, è probabile che tale revisione dovrà, prima o poi, coinvolgere sia l'organizzazione degli strumenti per l'internazionalizzazione sia alcune normative specifiche dei singoli strumenti. E' auspicabile che a tale fine si opti per la definizione di testi unici di lettura chiara, semplice e trasparente. Si dovrà anche tenere conto del ruolo delle Regioni (su cui ci si è soffermati anche nel Rapporto dell'anno scorso); sono pochi gli Sportelli Regionali che hanno raggiunto piena operatività nel 2002, ma gli strumenti per la nascita degli Sportelli sono stati approntati da quasi tutte le Regioni e risultati concreti si cominceranno a toccare con mano in un futuro non lontano. Ciò renderà articolata (e, quindi, complessa) la strumentazione italiana per l'internazionalizzazione e richiederà, quindi, un grande equilibrio nell'orchestrazione dei vari livelli di governo.

Alla seconda di queste sfide, si sono, invece, date risposte chiare e precise. Nonostante le restrizioni generali di finanza pubblica, si è registrato un incremento nelle agevolazioni al credito alle esportazioni e nei servizi assicurativi del commercio con l'estero. Ancora più significativa è la crescita degli impegni per l'incentivazione

di società italiane all'estero, specie in Europa centrale ed orientale e, soprattutto, l'istituzione di fondi specifici per i Balcani e per la ex-Repubblica Federale di Jugoslavia, per il Mediterraneo e la Cina. Altro aspetto importante è l'andamento dei finanziamenti per gli studi di fattibilità e pre-fattibilità, uno strumento varato alla fine degli anni novanta, ma che è diventato pienamente operativo solamente nell'autunno del 2000.

Occorre sottolineare che l'affinamento e la diversificazione degli strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese si è verificato in un anno in cui si sono addensate nubi sul processo d'integrazione internazionale (specialmente per quanto riguarda il negoziato multilaterale sugli scambi), l'export italiano sia stato complessivamente in calo e l'architettura decisionale-amministrativa della politica economica internazionale dell'Italia è parsa all'inizio di un cambiamento che potrebbe anche essere vasto e profondo. Ciò è indicativo della carica innovativa di cui hanno dato prova, in un momento ed in un contesto non facile, la politica e la gestione della strumentazione per l'internazionalizzazione.