

I SERVIZI AL COMMERCIO ESTERO

Luigi Troiani*

Il ruolo dei servizi al commercio estero

Il fenomeno della globalizzazione sta mutando profondamente le strategie operative di quelle imprese che vogliono confrontarsi con successo con i mercati esteri. Stanno divenendo, infatti, sempre più importanti fattori quali l'ottimizzazione produttiva e l'innalzamento della qualità. Entrambi questi punti presuppongono delle scelte chiare per quel che concerne la strutturazione e la manifestazione del processo d'internazionalizzazione considerato nella sua interezza.

Le imprese che vogliono addivenire a queste scelte dovranno poter fare affidamento su di una specifica classe di servizi orientati espressamente al commercio estero; tali servizi, pervadendo le diverse fasi che compongono il processo produttivo, potranno permettere di rendere vincenti le strategie orientate alla competizione globale. Si passeranno ora in rassegna tali fasi ponendo l'attenzione sul fabbisogno di servizi al commercio estero ad esse correlate.

Per prima cosa occorre considerare l'elemento che rende possibile intraprendere con successo tutte le fasi dei processi di internazionalizzazione di impresa: l'informazione. Questa, infatti, costituisce una risorsa strategica, la cui produzione e gestione può essere considerata quale il più importante dei servizi reali di cui necessitano le imprese interessate da processi di internazionalizzazione. In tale ottica assumono un'importanza fondamentale i servizi connessi alla potenzialità dell'information technology che, nell'era della navigazione di massa sulle reti elettroniche globali, rende disponibili a basso costo una molteplicità di informazioni sui mercati esteri, non solo di carattere puramente tecnico, economico e commerciale, ma anche di carattere politico, culturale e sociologico. Tali informazioni potranno affiancarsi a quelle reperite ricorrendo all'assistenza legale, finanziaria e tributaria fornita da strutture erogatrici di servizi professionali ad hoc.

Allo scopo di definire un prezzo di ingresso sul mercato il più competitivo possibile, decisiva sarà la disponibilità di adeguati mezzi di trasporto. Infatti, il trasporto da elemento marginale dell'attività di import-export è divenuto sempre più un elemento determinante, in quanto la possibilità di far pervenire il prodotto nel posto convenuto, nel modo più efficiente e nel tempo più breve incide pesantemente sul prezzo finale, soprattutto quando i margini sono esigui e la concorrenza è sempre più agguerrita.

Altro punto importante nell'ambito del processo di internazionalizzazione è l'identificazione del canale di distribuzione più adeguato; per poter giungere alla scelta più efficace l'imprenditore deve poter contare su tutte le diverse fattispecie praticabili. Per chi voglia attivare un canale diretto devono essere presenti figure che siano in grado di svolgere un ruolo di intermediazione, quali gli agenti e i distributori; per coloro i quali intendano percorrere una via indiretta deve essere garantita la presenza di servizi quali il piggyback o strutture quali le trading company o i combination export managers, che permettono all'impresa di essere rappresentata sui mercati esteri. Infine, scelte di insediamento devono poter essere accompagnate dalla presenza di servizi ad hoc legati alla distribuzione nel caso del franchising, di servizi finanziari in un'ottica di joint-venture o di servizi di consulenza nel caso si scelga la via dell'investimento diretto.

* Pontificia Università S. Tommaso, Roma.

Ricerca di un'evidenza empirica

In quanto descritto in precedenza si è sottolineato il ruolo decisivo che la presenza dei cosiddetti servizi al commercio estero assume per le diverse fasi dei processi di internazionalizzazione di impresa. A questo punto si intende ricercare un'evidenza empirica che possa confermare tale importanza.

Per raggiungere tale scopo non è possibile far riferimento ad alcun tipo di studio che analizzi nello specifico la situazione in cui versano i servizi al commercio estero, sia a livello nazionale che internazionale, in quanto questi presentano un grosso problema di natura definitoria. A livello statistico vengono infatti inseriti tra i servizi commerciabili, ma non hanno una chiara visibilità in quanto definiti in via residuale nell'ambito dei servizi destinati alle imprese, distinti sia dai generici servizi finanziari che da quelli legati alla distribuzione.

Per superare tale ostacolo, utilizzando la nomenclatura europea di classificazione delle attività economiche (NACE Rev. 1), si è deciso di collocare i servizi al commercio estero in un'aggregazione appositamente costituita. Tale aggregazione si compone di 14 attività suddivise in 5 sottosectori. I sottosectori presi in esame sono quelli dei servizi di trasporto, contenenti attività quali i trasporti ferroviari, aerei, marittimi e per vie d'acqua, e quelli di merci su strada; i servizi finanziari con le attività delle banche commerciali, i servizi di credito al consumo, gli istituti e sezioni per il credito speciale e le assicurazioni diverse da quelle sulla vita; i computer e relativi servizi con le attività di fornitura di software e consulenza in materia informatica, elaborazioni dati ed attività delle banche dati; infine la classe residuale degli altri servizi al commercio contenente i servizi congressuali di segreteria e di traduzione.

Un'aggregazione come quella presentata non può essere completamente esaustiva poiché i gruppi considerati non contengono esclusivamente servizi destinati al commercio estero, basti pensare al caso dei servizi finanziari; nella generale carenza di informazioni in cui ci si trova ad operare, tale strumento di analisi può comunque costituire un utile punto di partenza per futuri studi, che permettano di indagare nello specifico i servizi oggetto di questo contributo.

Quello che si tratterà in questa sede avrà ad oggetto la realtà nazionale, andando ad indagare le diverse realtà regionali; la stessa metodologia di analisi potrebbe però essere utilizzata a livello europeo descrivendo la situazione in cui versano i paesi dell'Unione.

L'analisi parte con la determinazione dei trend di crescita a livello regionale relativamente alla presenza di imprese erogatrici di servizi al commercio estero, i cui dati sono ottenuti dalle ultime edizioni del Censimento per l'industria e i servizi per gli anni 1991 e 1996 (tavola 1).

Tali dati vengono messi in relazione con le performance economico-commerciali delle regioni italiane; viene infatti presa in considerazione l'apertura commerciale delle singole regioni calcolata come il rapporto percentuale tra il totale delle esportazioni ed il valore del PIL prodotto a livello regionale (tavola 2). Da tale correlazioni di dati si evidenzierà come una crescita nelle presenze di imprese erogatrici di servizi al commercio accompagna un aumento dell'apertura commerciale della Regione presa in considerazione.

Per poter rendere l'analisi omogenea occorre riaggregare i dati a livello di macroaree (tavola 3); in tal modo i trend sono considerati sulla base di tale ottica, rendendo ininfluyente lo strutturale sbilanciamento esistente nella distribuzione di imprese erogatrici di servizi al commercio estero tra regioni del Nord e Sud Italia.

L'area Nord-Ovest presenta un trend di crescita dei servizi al commercio estero pari a circa il 13%; tale trend accompagna una crescita nell'apertura commerciale, già elevata nel 1991, di circa 7 punti percentuali. Nell'area le prestazioni delle singole regioni sono piuttosto omogenee tra di loro; l'unica eccezione è rappresentata dalla Liguria, la quale pur registrando una crescita nei servizi in linea con la tendenza generale, presenta un aumento nell'apertura commerciale di soli 2 punti.

Una possibile spiegazione di ciò può essere individuata andando ad osservare nello specifico i singoli settori; si nota, infatti, come sia difforme rispetto alle altre regioni del-

l'area il rapporto tra la crescita nel settore dei computer e relativi servizi (+18,82%) e la riduzione dei servizi finanziari (-30,36%). Stante questo rapporto, la maggior diffusione di servizi legati all'informatica non è stata in grado di compensare la generale ristrutturazione del sistema bancario, che ha comportato il venire meno di quello che, nel quinquennio 1991-1996, costituiva per le imprese ancora il punto di riferimento più "vicino" per l'avvio di un processo di internazionalizzazione.

Nell'area del Nord-Est l'incremento nell'apertura commerciale è stato in assoluto il più elevato (+9%), mentre il trend di crescita dei servizi è risultato il più ridotto (+3,29%). Ciò è da imputare alla particolare situazione nella quale si è venuto a creare il settore dei servizi al commercio nella regione Emilia Romagna, che da solo costituisce circa metà della dotazione dell'intera area. Tale settore ha, infatti, affrontato una ristrutturazione che, guardando alle ottime performance dal punto di vista commerciale (+9%), sembra aver condotto la regione ad un'ottimizzazione quantitativa dei propri servizi al commercio estero in quasi tutti i settori presi in esame, ad eccezione dei servizi legati all'informatica per i quali si evidenzia una certa sottovalutazione.

All'interno della stessa area molto incoraggianti sono state le performance della regione Veneto, la quale ha raggiunto il secondo più alto tasso di apertura commerciale a livello nazionale, grazie ad un trend di crescita dei servizi al commercio estero che è risultato essere il più elevato del Nord Italia; da notare in questo caso l'ottimo rapporto riscontrato tra servizi informatici e servizi finanziari.

Le regioni del Centro hanno fatto notevoli sforzi per uniformarsi agli standard presenti al Nord, la crescita dei servizi è stata infatti pari al 40,5%. Tali sforzi sono stati quasi completamente ripagati dal punto di vista dell'apertura commerciale; molto interessanti, infatti, sono stati i risultati raggiunti da Toscana, Marche (+10%) ed Umbria (+6%). Le performance ottenute da queste regioni sono da imputare principalmente all'adeguamento che ha subito il settore dei servizi di trasporto; questo, infatti, pur non essendo ancora quantitativamente paragonabile ai livelli delle aree del nord Italia, ha comunque registrato un interessante trend di crescita.

La performance del Lazio appare invece non valutabile, in quanto in tale regione la presenza di una città come Roma falsifica di molto l'attendibilità dei dati relativi alla presenza di servizi al commercio estero (si pensi all'impatto su di essi di tutta la Pubblica Amministrazione).

Nell'area del Sud Italia sono evidenziabili due situazioni ben distinte. Da una parte vi è un gruppo di regioni (Abruzzo, Molise, Basilicata, ed in misura minore Puglia e Campania) per le quali si riscontrano delle caratteristiche simili a quelle individuate nell'area del centro, e che hanno permesso un buon incremento dei livelli di apertura commerciale, con punte molto interessanti per regioni quali Abruzzo e Molise; da rilevare in ogni modo è il livello ancora insufficiente che presenta il settore dei servizi informatici.

Una situazione molto negativa è invece presente nelle restanti regioni del Sud Italia (Calabria, Sicilia e Sardegna); tali regioni hanno compiuto grossi sforzi, soprattutto nel settore dei servizi di trasporto, ma sembra che le scelte poste in essere non abbiano condotto ad alcun miglioramento apprezzabile dal punto di vista dell'apertura commerciale; ciò può essere imputato ai grossi problemi di carattere profondamente strutturale che da sempre interessano queste regioni.

**NUMERO DI IMPRESE EROGATRICI DI SERVIZI AL COMMERCIO ESTERO RIPARTITE
PER REGIONI E SETTORI**

| REGIONE | Servizi di trasporto | | Computer e relativi servizi | | Servizi finanziari | | Servizi di marketing | | Altri servizi al commercio | | TOTALE | |
|-----------------------|----------------------|----------------|-----------------------------|---------------|--------------------|------------|----------------------|---------------|----------------------------|---------------|----------------|----------------|
| | 1991 | 1996 | 1991 | 1996 | 1991 | 1996 | 1991 | 1996 | 1991 | 1996 | 1991 | 1996 |
| Piemonte | 7.599 | 8.942 | 2.440 | 2.899 | 127 | 106 | 1.265 | 954 | 843 | 839 | 12.274 | 13.740 |
| var % | | 17,67 | | 18,81 | | -16,54 | | -24,58 | | -0,47 | | 11,94 |
| Valle d'Aosta | 152 | 172 | 68 | 85 | 6 | 3 | 26 | 19 | 19 | 21 | 271 | 300 |
| var % | | 13,16 | | 25,00 | | -50,00 | | -26,92 | | 10,53 | | 10,70 |
| Lombardia | 14.954 | 17.776 | 6.963 | 9.182 | 543 | 275 | 4.669 | 3.723 | 1.981 | 2.099 | 29.110 | 33.055 |
| var % | | 18,87 | | 31,87 | | -49,36 | | -20,26 | | 5,96 | | 13,55 |
| Liguria | 2.778 | 3.192 | 813 | 966 | 56 | 39 | 377 | 312 | 297 | 311 | 4.321 | 4.820 |
| var % | | 14,90 | | 18,82 | | -30,36 | | -17,24 | | 4,71 | | 11,55 |
| Trentino-Alto Adige | 1.629 | 1.699 | 501 | 560 | 20 | 16 | 226 | 176 | 117 | 120 | 2.493 | 2.571 |
| var % | | 4,30 | | 11,78 | | -20,00 | | -22,12 | | 2,56 | | 3,13 |
| Veneto | 10.732 | 12.482 | 2.732 | 3.363 | 75 | 40 | 1.346 | 1.033 | 692 | 789 | 15.577 | 17.707 |
| var % | | 16,31 | | 23,10 | | -46,67 | | -23,25 | | 14,02 | | 13,67 |
| Friuli-Venezia Giulia | 2.321 | 2.501 | 804 | 847 | 59 | 18 | 396 | 268 | 223 | 223 | 3.803 | 3.857 |
| var % | | 7,76 | | 5,35 | | -69,49 | | -32,32 | | 0,00 | | 1,42 |
| Emilia-Romagna | 15.318 | 15.050 | 2.452 | 2.706 | 140 | 53 | 1.647 | 1.028 | 1.170 | 1.030 | 20.727 | 19.867 |
| var % | | -1,75 | | 10,36 | | -62,14 | | -37,58 | | -11,97 | | -4,15 |
| Toscana | 7.041 | 7.915 | 2.542 | 2.867 | 126 | 48 | 1.077 | 897 | 798 | 722 | 11.584 | 12.449 |
| var % | | 12,41 | | 12,79 | | -61,90 | | -16,71 | | -9,52 | | 7,47 |
| Umbria | 1.800 | 2.254 | 363 | 466 | 20 | 11 | 165 | 149 | 177 | 168 | 2.525 | 3.048 |
| var % | | 25,22 | | 28,37 | | -45,00 | | -9,70 | | -5,08 | | 20,71 |
| Marche | 3.948 | 4.462 | 879 | 848 | 46 | 20 | 360 | 263 | 212 | 233 | 5.445 | 5.826 |
| var % | | 13,02 | | -3,53 | | -56,52 | | -26,94 | | 9,91 | | 7,00 |
| Lazio | 3.064 | 6.841 | 2.258 | 4.016 | 199 | 116 | 1.042 | 1.418 | 1.065 | 1.402 | 7.628 | 13.793 |
| var % | | 123,27 | | 77,86 | | -41,71 | | 36,08 | | 31,64 | | 80,82 |
| Abruzzo | 1.294 | 2.138 | 433 | 505 | 32 | 18 | 185 | 141 | 173 | 165 | 2.117 | 2.967 |
| var % | | 65,22 | | 16,63 | | -43,75 | | -23,78 | | -4,62 | | 40,15 |
| Molise | 458 | 572 | 71 | 83 | 8 | 2 | 24 | 23 | 23 | 28 | 584 | 708 |
| var % | | 24,89 | | 16,90 | | -75,00 | | -4,17 | | 21,74 | | 21,23 |
| Campania | 2.640 | 6.685 | 1.087 | 1.622 | 145 | 50 | 351 | 438 | 532 | 707 | 4.755 | 9.502 |
| var % | | 153,22 | | 49,22 | | -65,52 | | 24,79 | | 32,89 | | 99,83 |
| Puglia | 3.330 | 6.224 | 706 | 969 | 105 | 37 | 311 | 354 | 543 | 553 | 4.995 | 8.137 |
| var % | | 86,91 | | 37,25 | | -64,76 | | 13,83 | | 1,84 | | 62,90 |
| Basilicata | 799 | 1.069 | 153 | 195 | 24 | 6 | 30 | 42 | 61 | 73 | 1.067 | 1.385 |
| var % | | 33,79 | | 27,45 | | -75,00 | | 40,00 | | 19,67 | | 29,80 |
| Calabria | 1.285 | 2.505 | 398 | 486 | 20 | 11 | 100 | 110 | 174 | 178 | 1.977 | 3.290 |
| var % | | 94,94 | | 22,11 | | -45,00 | | 10,00 | | 2,30 | | 66,41 |
| Sicilia | 3.467 | 6.941 | 946 | 1.274 | 91 | 19 | 342 | 380 | 667 | 663 | 5.513 | 9.277 |
| var % | | 100,20 | | 34,67 | | -79,12 | | 11,11 | | -0,60 | | 68,27 |
| Sardegna | 2.577 | 3.275 | 581 | 681 | 285 | 8 | 154 | 160 | 188 | 205 | 3.785 | 4.329 |
| var % | | 27,09 | | 17,21 | | -97,19 | | 3,90 | | 9,04 | | 14,37 |
| TOTALE | 87.186 | 112.695 | 27.190 | 34.620 | 2.127 | 896 | 14.093 | 11.888 | 9.955 | 10.529 | 140.551 | 170.628 |
| var % | | 29,26 | | 27,33 | | -57,87 | | -15,65 | | 5,77 | | 21,40 |

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT, Censimento sull'industria e servizi 1991 e 1996

Tavola 1

ESPORTAZIONI REGIONALI
(valori in miliardi di lire)

| REGIONE | 1991 | | | 1996 | | |
|-----------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|------------------|----------------|
| | Export | PIL | Aper. comm (%) | Export | PIL | Aper. comm (%) |
| Nord-Ovest | 96.814 | 419.921 | 23,06 | 174.041 | 566.852 | 30,70 |
| Piemonte | 28.716 | 111.744 | 25,70 | 51.199 | 149.517 | 34,24 |
| Valle d'Aosta | 206 | 3.298 | 6,25 | 563 | 4.637 | 12,14 |
| Lombardia | 64.284 | 263.303 | 24,41 | 116.100 | 353.824 | 32,81 |
| Liguria | 3.608 | 41.574 | 8,68 | 6.179 | 58.874 | 10,50 |
| Nord-Est | 57.498 | 283.847 | 20,26 | 117.566 | 399.679 | 29,42 |
| Trentino-Alto Adige | 3.569 | 23.701 | 15,06 | 6.673 | 34.644 | 19,26 |
| Veneto | 25.697 | 114.919 | 22,36 | 54.156 | 164.477 | 32,93 |
| Friuli-Venezia Giulia | 6.166 | 31.687 | 19,46 | 12.725 | 45.055 | 28,24 |
| Emilia-Romagna | 22.066 | 113.540 | 19,43 | 44.012 | 155.503 | 28,30 |
| Centro | 31.057 | 272.315 | 11,40 | 61.407 | 361.739 | 16,98 |
| Toscana | 16.364 | 90.579 | 18,07 | 32.397 | 115.685 | 28,00 |
| Umbria | 1.462 | 17.752 | 8,24 | 3.488 | 24.384 | 14,30 |
| Marche | 4.949 | 32.985 | 15,00 | 11.367 | 45.260 | 25,11 |
| Lazio | 8.282 | 130.998 | 6,32 | 14.155 | 176.410 | 8,02 |
| Sud | 18.744 | 308.844 | 6,07 | 35.490 | 427.957 | 8,29 |
| Abruzzo | 2.844 | 25.283 | 11,25 | 6.799 | 34.102 | 19,94 |
| Molise | 178 | 5.377 | 3,31 | 812 | 7.707 | 10,54 |
| Campania | 4.785 | 84.589 | 5,66 | 9.794 | 113.468 | 8,63 |
| Puglia | 4.482 | 60.871 | 7,36 | 8.594 | 86.425 | 9,94 |
| Basilicata | 252 | 8.663 | 2,91 | 840 | 12.524 | 6,71 |
| Calabria | 265 | 26.518 | 1,00 | 439 | 36.831 | 1,19 |
| Sicilia | 4.073 | 69.727 | 5,84 | 5.531 | 100.183 | 5,52 |
| Sardegna | 1.865 | 27.817 | 6,70 | 2.681 | 36.717 | 7,30 |
| Totale | 311.412 | 2.149.932 | 14,48 | 388.885 | 1.756.237 | 22,14 |

Fonte: Elaborazioni su dati ICE e Istituto Tagliacarne

Tavola 2

**NUMERO DELLE IMPRESE EROGATRICI DI SERVIZI AL COMMERCIO ESTERO PER
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE**

| | Numero imprese | | Var% totale 1996/1991 |
|---------------|----------------|----------------|--------------------------|
| | 1991 | 1996 | |
| Nord-Ovest | 45.976 | 51.915 | 12,9 |
| Nord-Est | 42.600 | 44.002 | 3,3 |
| Centro | 34.810 | 48.909 | 40,5 |
| Sud | 24.793 | 39.595 | 59,7 |
| Totale | 140.551 | 170.628 | 21,4 |

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Tavola 3