

OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE ESPORTATRICI ITALIANE IN BULGARIA E ROMANIA IN VISTA DEL LORO INGRESSO NELLA UE: UN CONFRONTO CON I PRINCIPALI PAESI ENTRATI NEL 2004

di Andrea Dossena*

L'ingresso di Bulgaria e Romania nella UE previsto per il 2007 è destinato a incrementare il grado di integrazione commerciale tra questi paesi e quelli già membri dell'Unione e, in particolare, con l'Italia. Al fine di investigare le opportunità che l'allargamento dell'area di libero scambio comunitaria potrà offrire alle imprese italiane, si sono analizzati nel dettaglio: l'attuale composizione settoriale dei flussi di importazione di Bulgaria e Romania, le caratteristiche delle esportazioni italiane rivolte verso questi paesi e i concorrenti più rilevanti per le nostre imprese. Le indicazioni emerse da questa analisi sono state confrontate con quelle relative ai tre maggiori paesi entrati nella UE nel 2004: Polonia, Repubblica Ceca e Ungheria (Grandi Nuovi UE, di seguito GNU nel testo), per meglio qualificare l'analisi e cercare di trarre alcune indicazioni circa la possibile evoluzione, nel futuro immediato, della struttura degli scambi di Bulgaria e Romania.

Nella seconda parte di questo contributo, si è cercato di mettere in luce, con riferimento al prossimo biennio, in quali settori la presenza italiana su questi mercati potrebbe avere margini di crescita ed in quali, viceversa, potrebbe necessitare di strategie di consolidamento e difesa delle posizioni già acquisite.

IMPORTAZIONI DI MANUFATTI

(valori in milioni di euro e variazioni medie annue a prezzi correnti)

	2004*	1993-96	1997-2000	2001-04*	2005-06*
Complessive					
Grandi Nuovi UE	124.739	19,7	15,2	7,5	13,9
Romania	18.295	24,7	16,0	14,5	15,0
Bulgaria	6.498	8,9	15,1	14,3	8,4
Dall'Italia					
GNU	10.865	28,3	10,5	9,0	16,1
Romania	4.431	36,8	19,1	14,0	20,4
Bulgaria	1.019	16,3	18,8	15,3	6,3
Quota Italia**					
GNU	8,7	2,4	-1,5	0,5	0,3
Romania	24,2	6,9	2,5	-0,5	2,3
Bulgaria	15,7	3,1	1,8	0,6	-0,6

* stime e previsioni

** quote a prezzi correnti e variazioni complessive negli intervalli

Tavola 1

Nel 2004 (tavola 1), le importazioni di manufatti di Romania e Bulgaria sono ammontate, rispettivamente, a più di 18 e 6 miliardi di euro¹, su livelli più modesti di quelli

* Prometeia srl

dei GNU. Tuttavia, a partire dalla metà degli anni novanta la loro crescita è risultata molto sostenuta e, nella prima parte di questo decennio, più dinamica di quella dei paesi GNU. Anche nel biennio 2005-06, le loro prospettive di crescita permangono buone, con tassi medi prossimi o superiori al 10%. Sempre nel 2004, le esportazioni italiane hanno superato i 4 miliardi di euro in Romania e un miliardo di euro in Bulgaria, rappresentando quote sulle importazioni complessive di questi paesi prossime, rispettivamente, al 25 ed al 15%, significativamente superiori a quelle nei paesi GNU. L'analisi storica dei flussi di commercio con l'estero segnala come le imprese italiane abbiano avuto notevoli capacità di penetrazione di questi mercati negli anni successivi alla disgregazione dell'area COMECON, conseguendo importanti guadagni di quote. Negli anni più recenti, nonostante il mantenimento di un buon ritmo di crescita, non sono più riuscite a guadagnare ulteriori posizioni di mercato, confermandosi sui livelli raggiunti a fine anni novanta.

STRUTTURA SETTORIALE DELLE IMPORTAZIONI DI MANUFATTI

(milioni di euro e composizione percentuale)

		GNU	%	Romania	%	Bulgaria	%
Beni di consumo	Largo consumo non alim.	1.726	1,4	299	1,6	104	1,6
	Farmaceutica	4.421	3,5	581	3,2	251	3,9
	Imballaggi	3.470	2,8	344	1,9	149	2,3
	Tempo libero	1.860	1,5	205	1,1	75	1,2
	Alimentare	3.613	2,9	536	2,9	228	3,5
Made in Italy	Sist. moda: consumo	4.156	3,3	1.822	10,0	556	8,5
	Sist. moda: intermedi	4.527	3,6	2.709	14,8	883	13,6
	Mobili ed elettr.	1.241	1,0	222	1,2	92	1,4
	Beni vari per la casa	2.284	1,8	344	1,9	122	1,9
	Beni per l'edilizia	2.264	1,8	328	1,8	166	2,5
Filiera meccanica	Intermedi in metallo	8.368	6,7	839	4,6	267	4,1
	Meccanica strumentale	5.655	4,5	980	5,4	364	5,6
	Meccanica varia	10.764	8,6	1.340	7,3	359	5,5
Beni d'investimento	Elettrotecnica	7.476	6,0	967	5,3	347	5,3
	Elettronica	19.848	15,9	1.508	8,2	514	7,9
	Auto e moto	13.005	10,4	1.370	7,5	452	7,0
	Mezzi trasp. ind. e agric.	4.033	3,2	809	4,4	302	4,7
	Treni, aerei e navi	1.022	0,8	347	1,9	76	1,2
Beni intermedi	Commodity	15.460	12,4	1.426	7,8	681	10,5
	Intermedi agricoli	609	0,5	75	0,4	37	0,6
	Intermedi chimici	2.939	2,4	378	2,1	162	2,5
	Intermedi costruzioni	1.407	1,1	156	0,9	55	0,8
	Intermedi vari	4.591	3,7	711	3,9	257	3,9

Tavola 2

¹ Per i dati di commercio estero e la classificazione settoriale contenuti in questo contributo si fa riferimento a quelli adottati da ICE e Prometeia per la costruzione della banca dati FIPICE e del modello previsivo per i flussi di commercio estero MOPICE.

STRUTTURA SETTORIALE DELLE IMPORTAZIONI DI MANUFATTI*(milioni di euro e composizione percentuale)*

	GNU	%	Romania	%	Bulgaria	%
Beni di consumo	11.477	9,2	1.429	7,8	580	8,9
Made in Italy	18.084	14,5	5.961	32,6	2.047	31,5
Filiera meccanica	24.788	19,9	3.159	17,3	989	15,2
Beni d'investimento	45.384	36,4	5.000	27,3	1.691	26,0
Beni intermedi	25.006	20,0	2.746	15,0	1.191	18,3

Tavola 2

L'analisi della composizione settoriale delle importazioni complessive dei diversi mercati mostra alcuni importanti elementi di differenziazione (tavola 2); Romania e Bulgaria mostrano un maggior peso dei flussi in ingresso di merci appartenenti ai settori tradizionali del Made in Italy (in particolare del Sistema moda), a fronte di una minor rilevanza dei settori di beni d'investimento. Questo fatto trova ragione, da un lato, nell'importanza che i processi di delocalizzazione e internazionalizzazione produttiva del comparto tessile-abbigliamento hanno assunto in questi paesi e, dall'altro, nel maggior ritardo di sviluppo del sistema industriale di Bulgaria e Romania rispetto a quello dei paesi GNU; queste caratteristiche sono amplificate nel caso delle importazioni dall'Italia (tavola 3). La combinazione della struttura delle importazioni complessive e di quella dei flussi dall'Italia si traduce in una distribuzione delle quote delle imprese esportatrici italiane piuttosto sbilanciata (tavola 4): nei settori del Made in Italy queste risultano, a fronte del 15% circa nei paesi GNU, oltre il 40% in Romania e prossime al 25% in Bulgaria (in quest'ultimo paese hanno però registrato un calo molto forte negli ultimi anni); altre punte di eccellenza della penetrazione italiana sono rappresentate dai comparti della meccanica (varia e strumentale), con quote superiori al 20% nei due paesi e quasi doppie rispetto agli stessi settori nei paesi GNU. Con particolare riferimento agli ultimi anni, sono inoltre da segnalare i consistenti guadagni di quote da parte delle imprese italiane nei Mezzi di trasporto per industria e agricoltura e, in controtendenza rispetto all'aggregato del Sistema casa, nei Mobili ed elettrodomestici in Romania e nell'Elettronica e negli Imballaggi in Bulgaria, mentre la presenza italiana nei paesi GNU appare generalmente più stabile, segnalandone la maggior maturità.

STRUTTURA SETTORIALE DELLE IMPORTAZIONI DALL'ITALIA*(milioni di euro e composizione percentuale)*

		GNU	%	Romania	%	Bulgaria	%
Beni di consumo	Largo consumo non alim.	100	0,9	16	0,4	9	0,8
	Farmaceutica	158	1,5	15	0,3	5	0,5
	Imballaggi	302	2,8	71	1,6	20	2,0
	Tempo libero	158	1,5	46	1,0	11	1,1
	Alimentare	208	1,9	29	0,7	15	1,5
Made in Italy	Sist. moda: consumo	575	5,3	1.085	24,5	136	13,4
	Sist. moda: intermedi	909	8,4	1.193	26,9	232	22,8
	Mobili ed elettr.	423	3,9	91	2,1	42	4,1
	Beni vari per la casa	354	3,3	87	2,0	25	2,5
	Beni per l'edilizia	418	3,8	128	2,9	37	3,6
Filiera meccanica	Intermedi in metallo	802	7,4	209	4,7	51	5,0
	Meccanica strumentale	863	7,9	315	7,1	96	9,4
	Meccanica varia	1.326	12,2	342	7,7	74	7,2
Beni d'investimento	Elettrotecnica	493	4,5	129	2,9	42	4,1
	Elettronica	1.304	12,0	60	1,3	40	3,9
	Auto e moto	952	8,8	73	1,7	59	5,8
	Mezzi trasp. ind. e agric.	279	2,6	122	2,8	28	2,7
	Treni, aerei e navi	4	0,0	1	0,0	0	0,0
Beni intermedi	Commodity	770	7,1	276	6,2	53	5,2
	Intermedi agricoli	25	0,2	4	0,1	5	0,5
	Intermedi chimici	185	1,7	54	1,2	16	1,6
	Intermedi costruzioni	68	0,6	22	0,5	7	0,6
	Intermedi vari	189	1,7	64	1,4	16	1,6

Tavola 3

STRUTTURA SETTORIALE DELLE IMPORTAZIONI DALL'ITALIA*(milioni di euro e composizione percentuale)*

	GNU	%	Romania	%	Bulgaria	%
Beni di consumo	718	6,6	148	3,3	44	4,4
Made in Italy	2.886	26,6	2.613	59,0	487	47,8
Filiera meccanica	2.991	27,5	865	19,5	221	21,7
Beni d'investimento	3.032	27,9	385	8,7	169	16,6
Beni intermedi	1.238	11,4	421	9,5	97	9,5

Tavola 3

QUOTA ITALIANA SULLE IMPORTAZIONI DI MANUFATTI*(quota a prezzi correnti e variazioni 2000-04)*

		GNU	var.	Romania	var.	Bulgaria	var.
<i>Beni di consumo</i>	Largo consumo non alim.	5,8	-0,9	5,5	-1,3	8,2	-2,9
	Farmaceutica	3,6	0,0	2,5	-0,3	2,0	-0,1
	Imballaggi	8,7	0,1	20,6	1,4	13,4	3,0
	Tempo libero	8,5	1,0	22,3	2,3	14,6	-0,6
<i>Made in Italy</i>	Alimentare	5,8	0,5	5,5	-0,4	6,6	-0,9
	Sist. moda: consumo	13,8	-1,6	59,6	0,3	24,5	-13,8
	Sist. moda: intermedi	20,1	4,9	44,0	0,5	26,3	0,8
	Mobili ed elettr.	34,1	-4,9	41,0	4,0	45,7	-3,8
	Beni vari per la casa	15,5	0,3	25,2	2,0	20,5	0,8
<i>Filiera meccanica</i>	Beni per l'edilizia	18,5	-4,8	38,9	-2,7	22,1	-7,8
	Intermedi in metallo	9,6	0,6	24,8	5,4	19,2	-4,6
	Meccanica strumentale	15,3	3,1	32,1	2,7	26,4	3,1
<i>Beni d'investimento</i>	Meccanica varia	12,3	2,3	25,5	2,1	20,5	6,2
	Elettrotecnica	6,6	1,6	13,4	0,7	12,1	1,3
	Elettronica	6,6	2,5	4,0	-6,5	7,8	3,2
	Auto e moto	7,3	-2,5	5,3	-0,9	13,1	1,9
	Mezzi trasp. ind. e agric.	6,9	-0,8	15,1	3,4	9,2	0,0
<i>Beni intermedi</i>	Treni, aerei e navi	0,4	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0
	Commodity	5,0	0,6	19,4	-2,6	7,8	2,0
	Intermedi agricoli	4,2	-0,3	5,2	1,5	13,5	-1,5
	Intermedi chimici	6,3	0,3	14,4	0,2	10,0	2,7
	Intermedi costruzioni	4,8	0,3	14,1	1,3	12,0	0,9
	Intermedi vari	4,1	0,2	9,0	1,4	6,3	-0,2

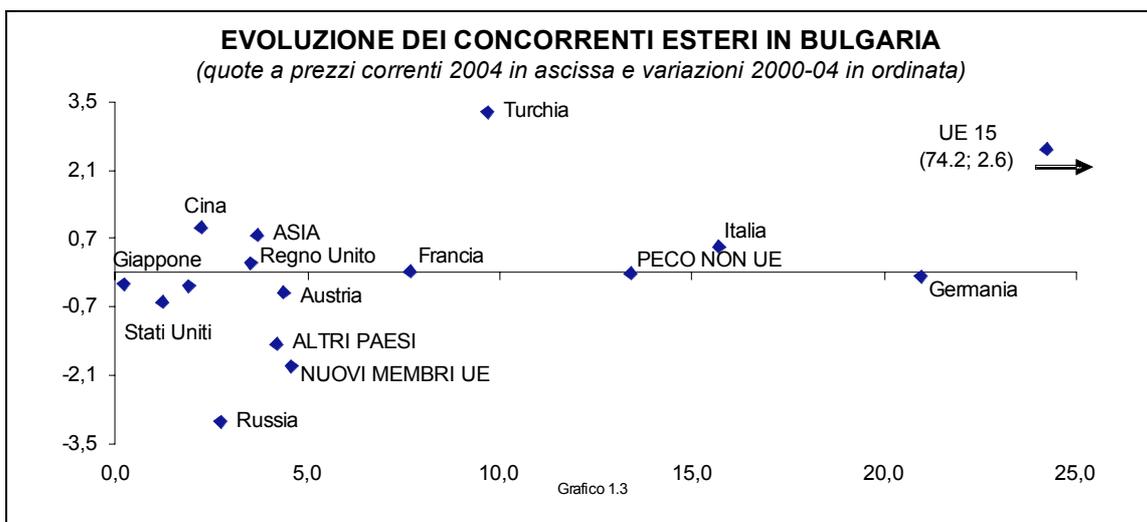
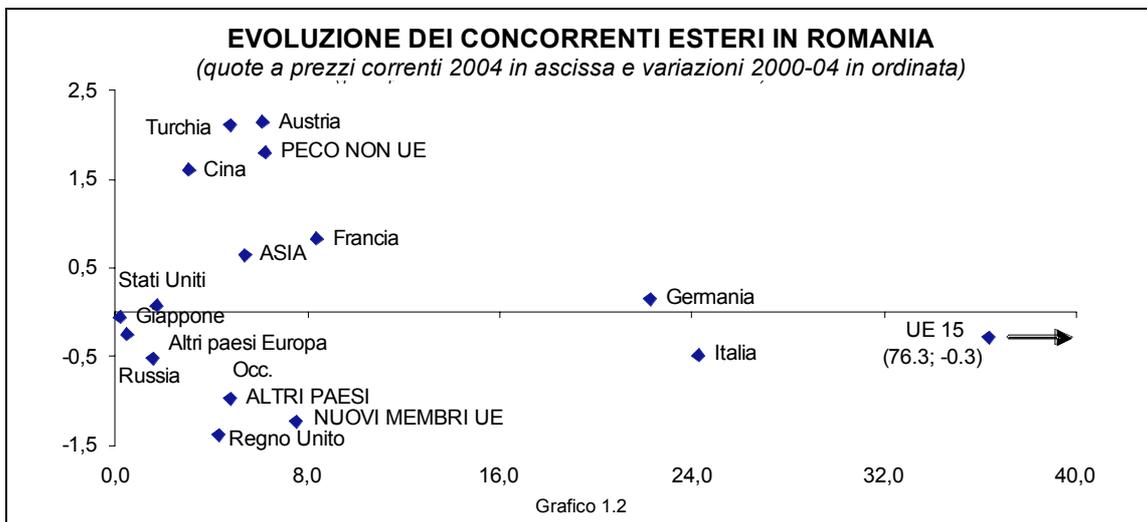
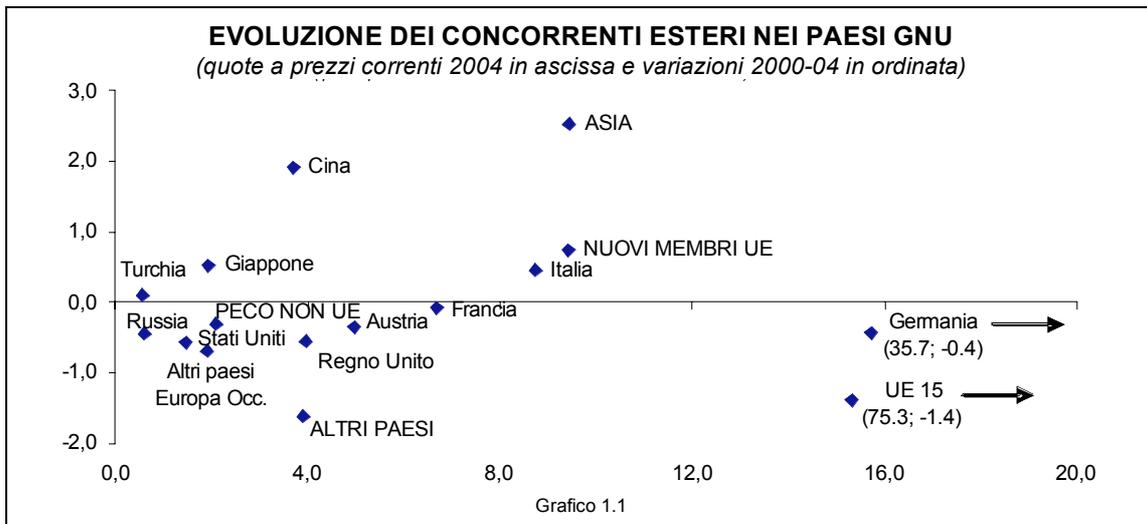
Tavola 4

QUOTA ITALIANA SULLE IMPORTAZIONI DI MANUFATTI*(quota a prezzi correnti e variazioni 2000-2004)*

	GNU	var.	Romania	var.	Bulgaria	var.
Beni di consumo	6,3	-0,3	10,3	-0,8	7,7	-0,3
Made in Italy	16,0	-0,3	43,8	-1,3	23,8	-3,2
Filiera meccanica	12,1	2,1	27,4	1,4	22,3	2,1
Beni d'investimento	6,7	0,5	7,7	-2,1	10,0	1,7
Beni intermedi	5,0	0,5	15,3	-2,0	8,2	1,4

Tavola 4

Se la composizione settoriale delle importazioni dall'Italia di Romania e Bulgaria sta velocemente mutando, di pari passo probabilmente con le strutture industriali di questi paesi, altrettanto sta avvenendo nella composizione dei principali competitori. Sia nei due mercati candidati all'ingresso nella UE nel 2007 sia nei paesi GNU i flussi provenienti dall'Unione Europea a 15 coprono circa i tre quarti delle importazioni complessive (tavola 5). All'interno di questi, Germania e Italia rivestono il ruolo predominante. Tra gli altri esportatori, nei paesi GNU assumono un maggior peso i flussi provenienti dai nuovi membri dell'Unione e dai paesi asiatici, mentre su tutti i mercati considerati gli Stati Uniti ricoprono posizioni marginali. Peculiarità dei mercati di Romania e Bulgaria è la maggior rilevanza delle merci provenienti dagli altri paesi dell'Europa Centro orientale non appartenenti all'UE, in particolare dalla Russia e, soprattutto in Bulgaria, dalla Turchia. Nel considerare questo dato occorre segnalare come, da diversi anni, molte imprese di paesi dell'Europa occidentale, compresa l'Italia, abbiano avviato progetti di delocalizzazione produttiva in Turchia, sfruttando la favorevole posizione geografica di questo paese sia per i mercati dell'Europa orientale sia per quelli asiatici. Un altro segnale di questo processo emerge dalla ricomposizione delle quote detenute dai diversi esportatori in Romania e Bulgaria, dove proprio la Turchia appare il paese con le migliori performance esportative degli ultimi anni (grafico 1.1, grafico 1.2 e grafico 1.3). Le dinamiche di ricomposizione delle quote tra i vari esportatori segnalano anche altri fenomeni: i paesi asiatici, guidati dalla Cina, stanno accrescendo la loro presenza sia nei paesi GNU sia in Romania, sostituendosi rispettivamente a quelli della UE a 15 e ai nuovi membri UE, mentre, al contrario, in Bulgaria le merci provenienti dalla UE a 15 stanno sostituendo quelle dell'Est europeo e della Russia in particolare. L'Italia figura come maggior esportatore in Romania ed al secondo posto in Bulgaria e nei paesi GNU, preceduta in entrambi i casi dalla Germania.



PRINCIPALI CONCORRENTI ESTERI NEL 2004
(composizione percentuale delle importazioni a prezzi correnti)

	GNU	Romania	Bulgaria
Unione Europea a 15	75,3	76,3	74,2
- Germania	35,7	22,2	20,9
- Francia	6,7	8,3	7,7
- Austria	5,0	6,1	4,3
- Regno Unito	3,9	4,2	3,5
Nuovi membri UE	9,4	7,5	4,6
Europa C.Or. non UE	2,1	6,2	13,4
- Russia	0,6	0,4	2,7
- Turchia	0,5	4,8	9,7
Asia	9,4	5,3	3,7
- Cina	3,7	3,0	2,2
- Giappone	1,9	0,2	0,2
Altri paesi	3,9	4,7	4,2
- Altri Europa Occ.	1,9	1,5	1,9
- Stati Uniti	1,4	1,7	1,2
Per confronto:			
- Italia	8,7	24,2	15,7

Tavola 5

ITALIA - GERMANIA: UN CONFRONTO DEI SETTORI VINCENTI

(quote sulle importazioni in euro correnti nel 2004 e variazioni 2000-04)

I settori a maggior penetrazione tedesca...

Settori	Aggregato	quota	var
Grandi Nuovi UE			
Carrozzerie e rimorchi	Mezzi per ind. e agric.	80,0	20,7
Organi di trasmissione	Intermedi in metallo	64,1	1,5
Serrature ferramenta	Intermedi in metallo	64,1	3,0
Prodotti petroliferi	Commodity	61,8	17,9
Manuf. in plastica	Intermedi vari	58,0	2,4
Pompe e compressori	Meccanica varia	57,0	1,3
Macch. mat. plastiche	Mecc. strumentale	56,7	10,1
Viterie e bullonerie	Intermedi in metallo	56,5	-0,8
Componentistica	Meccanica varia	55,8	4,1
Motori non elettr.	Meccanica varia	55,5	-1,4
	Totale manufatti	35,7	-0,4
Romania			
Carrozzerie e rimorchi	Mezzi per ind. e agric.	66,6	-5,0
Materiale rotabile	Treni, Aerei e Navi	65,2	12,9
Elettrotecn. ferrotranv.	Elettrotecnica	63,9	-0,6
Macch. per imballaggio	Mecc. strumentale	56,6	10,1
Fili e cavi	Elettrotecnica	54,7	-1,0
Altra cine-foto-ottica	Tempo libero	52,9	5,2
Automobili	Automobili e motocicli	51,4	9,6
Mezzi comm. e industr.	Mezzi per ind. e agric.	49,1	10,7
Fibre chimiche	Commodity	47,1	-3,7
Porte e finestre	Beni per l'edilizia	46,8	38,0
	Totale manufatti	22,2	0,2
Bulgaria			
Materiale rotabile	Treni, Aerei e Navi	72,1	32,9
Macch. mat. plastiche	Mecc. strumentale	60,3	17,7
Carrozzerie e rimorchi	Mezzi per ind. e agric.	59,8	1,6
Macch. Cartotecniche	Mecc. strumentale	59,5	27,3
Organi di trasmissione	Intermedi in metallo	57,9	-0,1
Carrelli ind. semoventi	Mezzi per ind. e agric.	56,3	3,0
Macch. mov. terra	Mezzi per ind. e agric.	52,1	13,3
Lampade	Elettrotecnica	50,3	23,6
Altra cine-foto-ottica	Tempo libero	49,3	-10,4
Trattrici	Mezzi per ind. e agric.	47,9	17,9
	Totale manufatti	20,9	-0,1

Tavola 6.1

ITALIA - GERMANIA: UN CONFRONTO DEI SETTORI VINCENTI

(quote sulle importazioni in euro correnti nel 2004 e variazioni 2000-04)

Settori	...e italiana		
	Aggregato	quota	var
Grandi Nuovi UE			
Pasta	Alimentare	64,3	-6,8
Macch. pelli e concia	Mecc. strumentale	59,6	-5,0
Piastrelle	Beni per l'edilizia	50,9	-0,4
Industria laniera	S. moda: intermedi	49,9	13,5
Elettrodom. bianchi	S. casa: mobili e elettr.	47,6	-3,9
Riso	Alimentare	44,3	-18,8
Marmo e pietre affini	Beni per l'edilizia	41,2	-10,3
Pelli e concia	S. moda: intermedi	35,3	5,8
Calzat. da passeggio	S. moda: consumo	34,7	-2,3
Oreficeria e gioielleria	S. moda: consumo	34,7	-5,9
	Totale manufatti	8,7	0,5
Romania			
Macch. pelli e concia	Mecc. strumentale	88,2	-6,2
Componentistica	Meccanica varia	87,8	-9,4
Calzat. da passeggio	S. moda: consumo	87,7	-2,4
Mobili per cucina	S. casa: mobili e elettr.	85,7	7,3
Pelli e concia	S. moda: intermedi	82,9	-5,5
Pasta	Alimentare	77,6	34,0
Industria serica	S. moda: intermedi	74,1	22,1
Ceramiche sanitarie	Beni per l'edilizia	62,8	-12,6
App. per riscaldamento	Beni per l'edilizia	61,4	11,4
Abbigliamento	S. moda: consumo	58,2	-0,2
	Totale manufatti	24,2	-0,5
Bulgaria			
Elettrotecn. ferrotranv.	Elettrotecnica	94,0	53,5
Pelli e concia	S. moda: intermedi	91,5	2,5
Macch. pelli e concia	Mecc. strumentale	85,8	-5,0
Mobili per cucina	S. casa: mobili e elettr.	84,8	15,2
Calzat. da passeggio	S. moda: consumo	75,6	-6,1
Industria serica	S. moda: intermedi	61,6	4,5
Macch. per metallurgia	Mecc. strumentale	61,5	54,7
Lenti e montature	S. moda: consumo	61,4	9,0
Fornaci e bruciatori	Meccanica varia	60,7	44,0
Mobili camera sogg.	S. casa: mobili e elettr.	58,0	-7,8
	Totale manufatti	15,7	0,6

Tavola 6.2

Alla luce delle evidenze emerse da quest'analisi, si sono analizzate le posizioni di leadership di Germania ed Italia sui diversi mercati con un elevato dettaglio settoriale, mettendone in luce l'evoluzione negli anni più recenti. Dall'analisi dei dati emerge in modo evidente la diversa specializzazione produttiva: la Germania primeggia infatti nei settori legati a tutta la filiera meccanica, dagli Intermedi in metallo fino ai Mezzi di trasporto e all'Elettrotecnica (tavola 6.1), mentre per l'Italia si segnala la grande rilevanza dei settori più tradizionali (Sistema moda, Sistema casa e Alimentare) ed in alcune nicchie della Meccanica, come le Macchine per l'industria conciaria (tavola 6.2). Se in generale le posizioni tedesche sembrano aver subito in modo minore l'erosione di quote rispetto ai concorrenti esteri, per l'Italia va segnalata la peculiarità della Bulgaria, dove alcune delle posizioni di leadership dei nostri produttori si sono caratterizzate per una forte crescita negli ultimi anni e hanno riguardato prevalentemente settori della Meccanica. In generale, comunque, la maggior omogeneità settoriale delle esportazioni tedesche può consentire maggiori sinergie tra imprese, soprattutto per quanto riguarda la creazione delle strutture necessarie a garantire i servizi pre e post vendita (assistenza, ricambi, ecc.), che assumono una grande rilevanza tra i fattori competitivi dell'industria meccanica. Queste sinergie appaiono invece più difficili per l'Italia, in quanto l'elevato grado di differenziazione settoriale delle esportazioni, oltre che concorrenti esteri diversi in ogni settore, richiede un altrettanto variegato insieme di strategie e strutture commerciali e distributive.

Unendo alle informazioni sulla composizione settoriale delle esportazioni italiane nei mercati di Bulgaria e Romania quelle relative alla crescita attesa di questi per il biennio 2005-06 si è cercato di mettere in luce gli spazi che gli esportatori italiani potrebbero avere per una maggior presenza su questi mercati. L'individuazione di tali opportunità è stata ottenuta cercando eventuali "spazi settoriali" e "geografici", oltre che considerando la crescita prevista delle importazioni nei diversi mercati e la propensione media all'export delle imprese italiane che operano nel settore. Alla base di questa metodologia vi è l'ipotesi che i risultati conseguiti dalle imprese italiane in un dato mercato dipendano da condizioni endogene al mercato stesso (come la tipologia delle strutture commerciali e la composizione della domanda interna, ma anche l'eventuale riconoscimento qualitativo del Made in Italy o la presenza di unità produttive a proprietà italiana) e dall'intensità dell'attività commerciale sviluppata dalle imprese italiane. Con riferimento ad un dato settore in un particolare paese, utilizzando i dati di commercio estero se ne è stimata la "penetrabilità" attraverso le quote detenute dalle imprese italiane nel paese in settori simili a quello considerato (gli spazi settoriali) e quelle nel settore preso in esame in paesi vicini a quello di riferimento (gli spazi geografici). A fronte di un'elevata differenza tra queste quote e quella detenuta dalle imprese italiane nel settore e nel paese analizzati, è possibile ipotizzare che attraverso l'intensificazione dell'attività commerciale sarebbero realizzabili buoni risultati sia in termini di crescita delle esportazioni italiane sia di raggiungimento di maggiori quote di mercato.

OPPORTUNITA' DI CRESCITA PER LE IMPRESE ITALIANE

settore	aggregato	spazi settoriali(1)	spazi geografici(2)	crescita mercato(3)
Romania				
Piastrelle	Beni per l'edilizia	11.0	23.0	41.5
Fili e cavi	Elettrotecnica	8.0	1.9	25.5
Strumenti di misura	Meccanica varia	12.2	-4.4	7.6
Carrozz. e rimorchi	Mezzi per ind. e agric.	10.8	-3.6	15.7
Automobili	Auto e moto	3.3	2.2	30.2
Bulgaria				
Calzetteria	Moda beni di consumo	16.8	26.9	14.3
Macch. mat. plastiche	Meccanica strument.	17.3	1.8	14.9
Elettrod. bianchi	Mobili e elettrod.	5.9	7.7	11.0
Fili e cavi	Elettrotecnica	6.8	2.0	51.5
Tubi in acciaio	Intermedi metallo	4.4	2.5	19.2
Maglieria intima	Moda consumo	11.3	-4.6	8.1

(1) Differenza tra la quota italiana nel paese nell'aggregato e quella nel settore

(2) Differenza tra la quota italiana nel settore nei paesi GNU e quella nel paese

(3) Tasso m. a. import a prezzi costanti del settore nel paese nel biennio 2005-'06

Tavola 7

CONCORRENTI NEI SETTORI OPPORTUNITA'

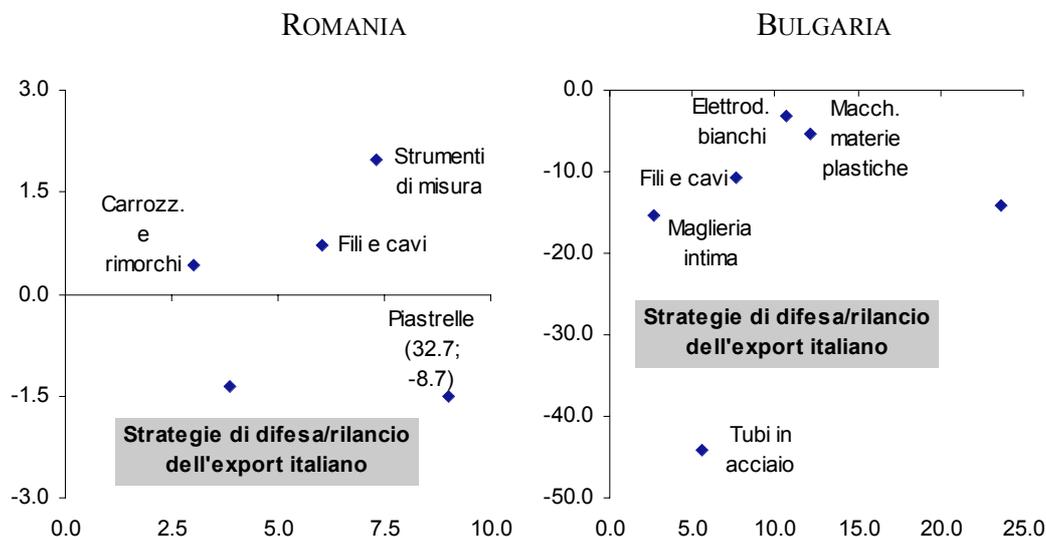
(quote a prezzi correnti nel 2004 e variazioni 2000-04)

settore	Italia	1° competitore	2° competitore	3° competitore
Romania	quota e var.			
Piastrelle	27.9 -8.7	Spagna 62.4 12.0	Turchia 3.5 2.3	Ungheria 1.8 -2.9
Fili e cavi	5.4 0.7	Germania 54.7 -1.0	Austria 20.1 -1.7	Spagna 4.9 4.4
Strumenti di misura	13.3 2.0	Germania 30.9 -2.6	Francia 10.4 2.1	Austria 8.5 2.0
Carrozz. e rimorchi	4.3 0.4	Germania 66.6 -5.0	Austria 8.7 4.8	Olanda 7.8 1.7
Automobili	2.0 -1.4	Germania 51.4 9.6	Francia 14.0 6.5	Turchia 9.8 -2.0
Bulgaria				
Calzetteria	7.7 -14.2	Grecia 79.4 22.0	Cina 9.5 -9.7	Germania 2.1 1.3
Macch. mat. plastiche	9.1 -5.3	Germania 60.3 17.7	Svizzera 13.7 11.7	Austria 6.0 -23.9
Elettrod. bianchi	39.9 -3.1	Turchia 25.0 12.1	Grecia 10.5 1.8	Slovenia 9.8 -0.8
Fili e cavi	5.3 -10.8	Turchia 69.2 37.6	Germania 7.6 -6.8	Grecia 5.4 2.1
Tubi in acciaio	14.8 -44.2	Germania 19.5 3.0	Romania 15.9 11.3	Austria 13.6 11.2
Maglieria intima	13.2 -15.4	Grecia 61.8 26.5	Turchia 12.0 3.2	Austria 5.9 4.9

Tavola 8

Da quest'analisi sono emerse alcune interessanti opportunità per le imprese esportatrici italiane in Romania e Bulgaria (tavola 7). Nel primo caso, a parte le Piastrelle, i settori con buone prospettive di crescita non appartengono al tradizionale Made in Italy, ma prevalentemente alla filiera elettromeccanica ed a quella dei mezzi di trasporto. In generale, le opportunità appaiono maggiormente determinate dagli spazi settoriali, segnalando il successo degli sforzi commerciali realizzati dalle imprese italiane negli aggregati settoriali di riferimento, mentre sono minori gli spazi geografici, in quanto la quota italiana nei paesi GNU può considerarsi più matura e già soggetta a fenomeni di erosione da parte di nuovi competitori. In Bulgaria, invece, le opportunità sono equamente divise tra settori tradizionali del Made in Italy e settori della filiera elettromeccanica, con questi ultimi in particolare caratterizzati da ottime prospettive di crescita nel prossimo biennio. Anche in questo paese le opportunità appaiono più legate agli spazi settoriali che a quelli geografici, per motivazioni riconducibili a quelle adottate per la Romania. Per meglio specificare queste opportunità, per i settori emersi come più promettenti si sono analizzate le performance delle imprese italiane e dei principali concorrenti negli ultimi anni (tavola 8). Il quadro che ne emerge è molto diverso nei due paesi: mentre in Romania la tenuta delle quote da parte degli esportatori italiani appare più solida, in grado di resistere alla crescita di alcuni nuovi competitori, come Francia, Austria e Spagna (quest'ultima risulta però vincente nelle Piastrelle), in Bulgaria le imprese italiane stanno sperimentando nei settori considerati notevoli difficoltà nel mantenere le posizioni acquisite, pressate prevalentemente dalla Germania e dalla Turchia nella meccanica e dalla Grecia nel Sistema moda. Le possibilità di intercettare la crescita attesa per le importazioni di beni di questi settori appaiono quindi molto diverse nei due paesi, suggerendo l'ipotesi di adottare strategie competitive tra loro differenti. Per Automobili e Piastrelle in Romania e per tutti i settori segnalati come opportunità in Bulgaria, più che intensificare le azioni commerciali si tratterebbe di procedere ad una loro ridefinizione, alla luce delle difficoltà accusate negli ultimi anni nel reggere la concorrenza di altri paesi e del fatto che, come segnalato dall'esistenza di spazi settoriali, in settori simili le imprese italiane sono riuscite a difendere ed incrementare la penetrazione in questi mercati. Per questi settori, le opportunità vanno quindi interpretate non tanto come opportunità di conquista di nuovi spazi ma come possibilità di rilancio della presenza italiana, favorite anche dalle buone prospettive di crescita dei mercati. Negli altri settori segnalati come opportunità in Romania, invece, la maggior tenuta delle quote italiane negli ultimi anni suggerisce come attraverso l'adozione di adeguate azioni commerciali si potrebbe incrementare il grado di penetrazione delle merci italiane (grafico 2.1 e grafico 2.2) sfruttando gli spazi settoriali e geografici evidenziati.

OPPORTUNITA' E STRATEGIE PER LE IMPRESE ITALIANE
(indice opportunità* in ascissa e variazioni % 2000-04 in ordinata)



* indice opportunità = (spazio settor. + spazio geograf.) * (crescita mercato + propensione export)/100

Grafico 2.1

Grafico 2.2

Strategie per il sostegno e il rilancio della presenza italiana potrebbero essere adottate anche nei confronti di quei settori in cui l'Italia possiede già elevate quote di mercato (anche con riferimento alle corrispondenti quote in settori analoghi e paesi vicini) e che si caratterizzano per buone prospettive di crescita in Romania e Bulgaria. Utilizzando una metodologia del tutto simile a quella presentata per l'individuazione dei settori opportunità, si è quindi verificata l'eventuale presenza, nei due paesi, di posizioni di vertice delle imprese italiane. In entrambi i casi, sono emersi soprattutto settori tradizionali del Made in Italy, della Meccanica ed alcune peculiarità, come le Imbarcazioni da diporto in Romania e le Commodity in Bulgaria (tavola 9). Analizzando nel dettaglio i diversi settori, in Romania, a parte il caso delle Imbarcazioni da diporto (in cui gli italiani hanno scalzato gli Stati Uniti dalla posizione di primo esportatore) e dell'Abbigliamento, le quote italiane stanno accusando più o meno intensamente la concorrenza portata da altri paesi europei, in particolare dalla Germania e, seppur in misura minore, da Francia e Turchia. Situazione in parte opposta in Bulgaria, dove, a parte la vincente concorrenza portata da Grecia e Turchia nelle Calzature da passeggio (sia nei confronti dell'Italia sia della Cina), le posizioni italiane di vertice sono state raggiunte dagli esportatori negli anni più recenti, riuscendo a sostituirsi ai precedenti paesi leader: la Germania nella Meccanica, la Cina nella Ceramica per il consumo e nella Biancheria e camiceria e la Slovenia nelle Macchine per la metallurgia (tavola 10).

SETTORI IN CUI CONSOLIDARE LA PRESENZA ITALIANA

settore	aggregato	quota Italia 2004	propensione export (1)	crescita mercato(2)
Romania				
Componentistica	Meccanica varia	87,8	35,0	33,5
Pelli e concia	Moda intermedi	82,9	64,7	12,7
Macch. concerie pelletteria	Mecc. strumentale	88,2	30,3	13,7
Imbarcazioni da diporto	Tempo libero	63,8	97,2	27,4
Calzature da passeggio	Moda consumo	87,7	57,0	24,4
Abbigliamento	Moda consumo	58,2	34,6	23,4
Rubinetti e valvole	Beni per l'edilizia	43,3	97,5	12,3
Bulgaria				
Pelli e concia	Moda intermedi	91,5	64,7	13,8
Calzature da passeggio	Moda consumo	75,6	57,0	9,1
Macchine per metallurgia	Mecc. strumentale	61,5	20,2	59,5
Fornaci e bruciatori	Meccanica varia	60,7	70,7	21,0
Biancheria e camiceria	Moda consumo	48,4	46,7	5,6
Fibre chimiche	Commodity	23,5	78,5	6,0
Ceramica per consumo	Casa: manufatti va- ri	23,6	35,7	10,9

(1) Media del rapporto export/produzione Italia nel triennio 2002-04

(2) Tasso m. a. import a prezzi costanti del settore nel paese nel biennio 2005-'06

Tavola 9

In Romania, dunque, l'Italia può contare su una posizione di grande vantaggio, anche se negli ultimi anni stanno emergendo alcuni segnali di difficoltà nel mantenere le quote di importazioni acquisite. In questo paese, inoltre, potrebbero avere effetti molto rilevanti i prossimi sviluppi degli accordi commerciali nel settore tessile, che hanno avuto un peso rilevante durante gli anni novanta nel guidare il processo di penetrazione del mercato da parte delle imprese italiane. Tuttavia, di fronte all'incertezza in questi settori, si può puntare, in prospettiva, sullo sviluppo della presenza italiana in alcuni comparti, prevalentemente della Meccanica, nei quali potrebbero aprirsi concrete possibilità di crescita delle esportazioni italiane. Nel caso della Bulgaria, invece, appare più rilevante il forte processo di ricomposizione delle importazioni del paese, legato ai probabili effetti di un rinnovamento del sistema industriale. In questa delicata fase, le imprese italiane hanno, da un lato, subito la crescente concorrenza delle produzioni provenienti da paesi emergenti come la Turchia e le politiche di internazionalizzazione adottate da molte imprese europee ma, dall'altro, hanno anche mostrato ottime capacità di crescita in comparti meno tradizionalmente coperti dalle aziende italiane, sfruttando sia l'espansione della domanda bulgara sia il deterioramento delle posizioni di vantaggio dei precedenti leader. In Bulgaria appare quindi cruciale adottare azioni in grado sia di difendere i tanti punti di forza delle esportazioni italiane sia, in particolare, di saper anticipare le trasformazioni in atto nel paese per poter cogliere tutte le opportunità che si potrebbero presentare.

CONCORRENTI NEI SETTORI DA CONSOLIDARE*(quote a prezzi correnti nel 2004 e variazioni 2000-04)*

settore	Italia		1° competitore		2° competitore		3° competitore				
	quota e	var.	quota e	var.	quota e	var.	quota e	var.			
Romania											
Componentistica	87,8	-9,4	Turchia	6,8	6,4	Germania	2,2	0,6	Francia	1,9	1,6
Pelli e concia	82,9	-5,5	Germania	7,2	3,2	Olanda	3,5	1,2	Ungheria	1,4	-0,5
Macch. conc. e pellett.	88,2	-6,2	Germania	9,6	5,3	Francia	1,4	1,0	Austria	0,5	0,1
Imbarcaz. da diporto	63,8	60,4	UK	15,3	-0,1	Germania	13,2	11,3	USA	7,8	49,0
Calzature passeggio	87,7	-2,4	Francia	3,0	2,0	Spagna	2,3	2,0	Cina	2,0	-2,2
Abbigliamento	58,2	-0,2	Cina	14,1	9,3	UK	11,0	12,9	Spagna	5,2	5,1
Rubinetti e valvole	43,3	12,4	Francia	19,6	16,2	Germania	14,0	0,0	Austria	6,0	-1,3
Bulgaria											
Pelli e concia	91,5	2,5	Turchia	3,3	0,7	Germania	2,5	1,1	Grecia	1,7	1,7
Calzature passeggio	75,6	-6,1	Grecia	8,1	7,4	Turchia	4,9	4,2	Cina	3,9	-2,9
Macch. metallurgia	61,5	54,7	Spagna	12,7	-9,3	Finlandia	7,6	3,4	Slovenia	6,8	33,7
Fornaci e bruciatori	60,7	44,0	Germania	20,7	31,1	Grecia	10,0	2,6	Turchia	2,8	1,9
Biancheria camiceria	48,4	28,2	Grecia	18,6	3,2	Francia	15,3	-7,4	Cina	5,4	12,8
Fibre chimiche	23,5	10,3	Germania	31,3	-6,1	Turchia	13,9	3,8	Grecia	9,8	0,8
Ceramica consumo	23,6	11,4	Cina	37,9	36,3	Germania	18,0	13,2	UK	9,5	7,8

Tavola 10