

Esportazioni italiane: un ampio potenziale ancora da sfruttare

di Andrea Dossena e Alessandra Lanza*

Il biennio 2011-'12 ha evidenziato una sostanziale tenuta delle quote italiane sul commercio internazionale. Dopo gli sconvolgimenti negli scambi mondiali del 2009-'10, quindi, i processi di upgrading qualitativo e differenziazione geografica avviati da molte imprese esportatrici a metà anni Duemila sembrerebbero aver dato i loro frutti, arrestando l'erosione decennale della presenza italiana sui mercati esteri. I buoni risultati del passato biennio, tuttavia, sono principalmente imputabili alla capacità di tenuta in Europa e Nord America, mentre nei paesi emergenti, nonostante i buoni ritmi di crescita dell'export italiano, prosegue la marginalizzazione dei prodotti Made in Italy. Sebbene non manchino casi settoriali di successo, a preoccupare maggiormente è la non raggiunta massa critica delle vendite su questi mercati, tale da non riuscire a tradurre gli spunti espansivi in un sostegno significativo dell'intera attività commerciale estera del paese.

Se in periodi di robusta crescita del commercio mondiale queste debolezze sono in parte mascherate dalla ritrovata capacità di presidio sui mercati tradizionali, in una fase quale quella attuale, con l'Europa in recessione, esse risultano determinanti nel limitare le prospettive di crescita dell'industria italiana attraverso il canale estero, l'unico nel biennio 2013-'14 in grado di offrire tali opportunità.

Al di là degli aspetti legati alla specializzazione settoriale, ritenuta penalizzante soprattutto nella prima fase di integrazione delle nuove economie nella rete degli scambi globali ma oggi molto meno, in virtù del prepotente emergere al loro interno di una classe media e benestante nella natura stessa degli esportatori italiani possono invece essere rinvenute alcune cause di questa difficoltà ad approcciare, con continuità e intensità, i mercati emergenti e lontani.

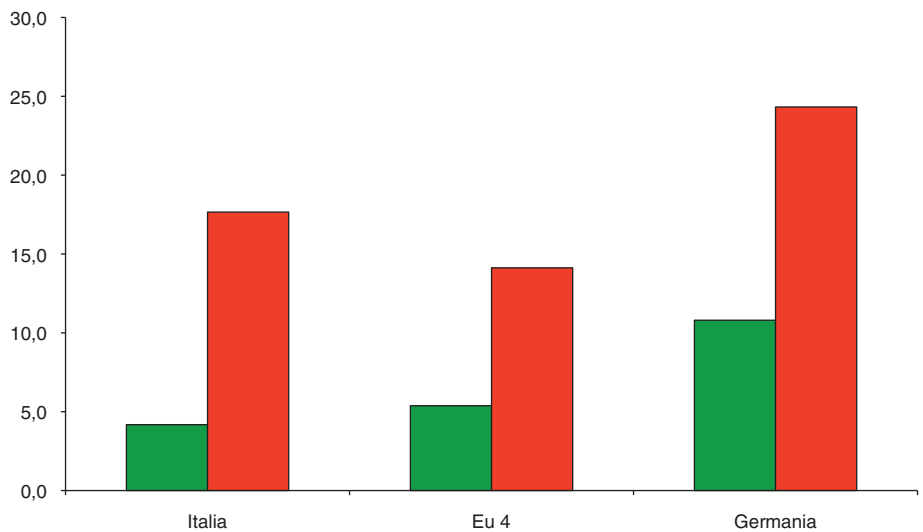
L'analisi della struttura degli operatori con l'estero (condotta su dati Eurostat relativi al 2010) dell'Italia e dei maggiori concorrenti europei offre alcuni interessanti spunti per comprendere l'origine di queste debolezze. Semplificando molto, tre sembrano essere i fattori principali alla base dell'incompiuto balzo competitivo dell'Italia sui mercati internazionali: diffusione, dimensione e distribuzione.

Il primo elemento fa riferimento alla propensione all'attività esportativa da parte delle imprese italiane. Con oltre 160 mila imprese esportatrici nei mercati della Ue e oltre 125 mila nei mercati non Ue, l'Italia vanta numeri assoluti di rilievo, essendo prima per numero di esportatori fuori dal continente e seconda solo alla Germania per quelli sui mercati comunitari. Tuttavia, con una platea stimata sempre da Eurostat in 3,8 milioni di imprese, l'incidenza di quelle che accedono ai mercati esteri è marginale: il 4,2 per cento nella Ue (contro una media di Francia, Germania, Spagna e

* Prometeia Spa

Regno Unito del 5,4 per cento e la Germania da sola che arriva al 10,8 per cento) e il 3,3 per cento nell'extra Ue (4,2 per cento la media dei concorrenti, con la Germania al 5,3 per cento). Si tratta di differenze sostanziali, che se annullate porterebbero sui mercati esteri quasi il 30 per cento in più di aziende italiane (oltre 45 mila nella Ue e quasi 35 mila sui mercati extra Ue), con un significativo contributo al volume complessivo delle vendite oltre confine.

Grafico 1
Incidenza %
imprese
esportatrici sui
mercati della Ue
27.



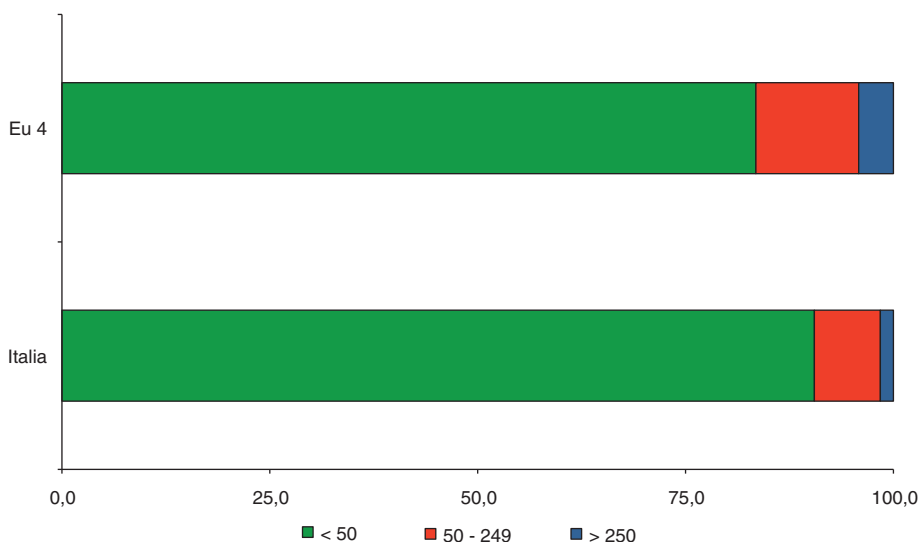
Fonte: Prometeia

La minor diffusione dell'attività esportativa tra le imprese italiane si articola su due assi principali: quello dimensionale e quello settoriale.

Relativamente a quest'ultimo, infatti, lo scorporo dei dati relativi alla sola industria (comprensiva di estrattiva, manifattura, energia e acqua) consente di verificare l'assoluto allineamento dei dati italiani a quelli europei. Con il 17,7 per cento di imprese esportatrici sui mercati Ue (contro una media dei concorrenti del 14,1 per cento) e del 14 per cento su quelli extra Ue (media dei concorrenti dell'11,1 per cento), infatti, il comparto secondario italiano risulta adeguatamente rivolto a cogliere le opportunità sui mercati esteri. Di contro, nei restanti settori il ritardo italiano si amplifica ulteriormente, con una percentuale di imprese esportatrici solamente del 2,4 per cento e dell'1,9 per cento rispettivamente sui mercati Ue e non Ue (4,5 per cento e 3,5 per cento le medie per i concorrenti), non fornendo quindi quel supporto al comparto industriale che invece esso può ricevere nei nostri concorrenti europei da costruzioni, commercio e servizi.

L'aspetto dimensionale è particolarmente articolato e non riguarda la sola attività di export. Con il 99,4 per cento di imprese attive sotto la soglia dei 50 dipendenti (98,4 per cento per gli altri concorrenti Ue considerati) risulta naturale una maggior presenza di imprese piccole e piccolissime tra gli esportatori italiani. Tuttavia essa è più che proporzionale rispetto alla composizione di base del tessuto economico, con le piccolissime imprese che rappresentano il 92,4 per cento di quelle esportatrici nei mercati Ue (88,9 per cento per i concorrenti) e ancora il 90,5 per cento in quelli non Ue (dove gli altri paesi scendono all'83,5 per cento). Non basta la significativa maggior diffusione dell'attività esportativa nelle imprese sopra i 50 dipendenti (attorno

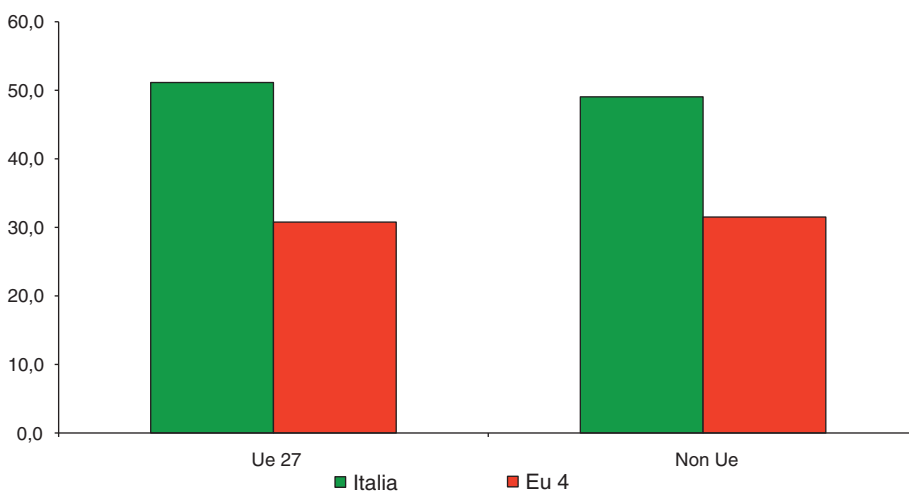
Grafico 2
Composizione
% delle imprese
esportatrici per
classi di addetti



Fonte: Eurostat

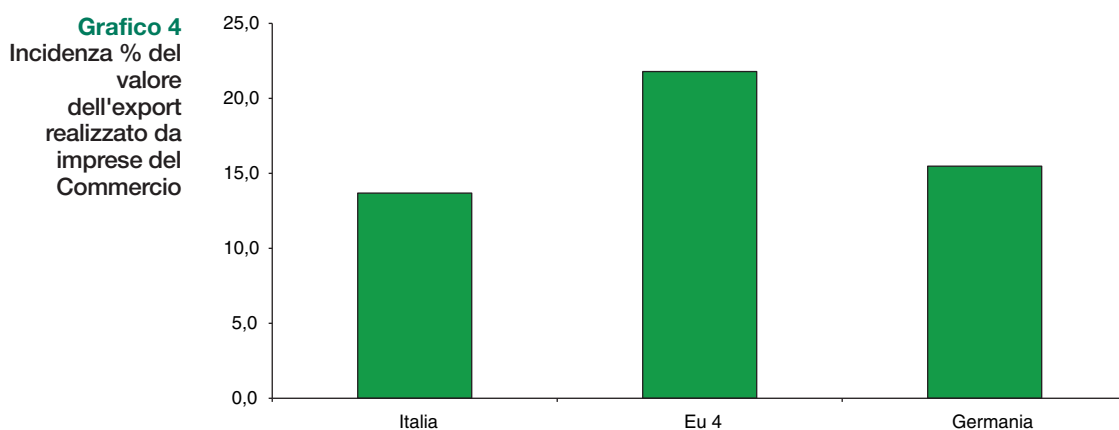
al 50 per cento per l'Italia contro il 30 per cento circa degli altri paesi) a bilanciare la struttura degli operatori con l'estero, che risulta così caratterizzata dalla massiccia presenza di imprese piccolissime, anche nei paesi più lontani e difficili da raggiungere. Questa evidenza si traduce in una serie di implicazioni che giustificano le difficoltà dell'export italiano nel cogliere appieno le opportunità offerte dai nuovi mercati: ogni esportatore ha un ridotto potere di mercato rispetto a quello dei singoli concorrenti, un'incidenza più alta dei costi fissi per l'approccio ai mercati internazionali e minori possibilità di diversificare i mercati di destinazione (e quindi maggior sensibilità ai cicli di domanda sui singoli mercati). A tal proposito, infatti, emerge come solo il 60 per cento circa dell'export italiano extra Ue sia realizzato da imprese che operano su almeno venti mercati diversi, un valore di oltre 10 punti inferiore a quelli dei concorrenti europei. Come riscontrato nell'analisi della diffusione, anche in quello della dimensione il settore industriale italiano risulta meno penalizzato rispetto agli omologhi europei, con un gap invece molto più significativo negli altri comparti economici.

Grafico 3
Incidenza %
imprese
esportatrici nella
classe
dimensionale >
50 addetti



Fonte: Eurostat

Diffusione inadeguata dell'export e limitate dimensioni possono essere superate, e negli altri paesi europei accade con maggior frequenza, dal ricorso a intermediari commerciali invece che a un accesso diretto ai mercati esteri. Il ritardo accumulato nella proiezione internazionale nei comparti non industriali, tuttavia, coinvolge anche gli operatori italiani del commercio (trading companies, grossisti, grande distribuzione, distribuzione moderna), che svolgono un ruolo marginale nel sostenere le esportazioni del nostro paese. Se negli altri paesi europei, infatti, le aziende del commercio contribuiscono per il 19 per cento alle esportazioni, in Italia tale quota scende al 13 per cento, con il divario che si amplia ulteriormente sui mercati comunitari (14 per cento per l'Italia contro il 22 per cento per gli altri europei). Un più efficiente sistema distributivo potrebbe invece risultare fondamentale nell'aggregare la frammentata offerta italiana e fornire piattaforme logistiche adeguate alla concorrenza su uno scenario globale, intercettando meglio le opportunità offerte dalla domanda estera e sostenendo, attraverso il canale estero, i livelli produttivi e occupazionali italiani.



Fonte: Eurostat

Questo è confermato da quanto accade negli altri paesi europei: in termini statistici, la correlazione tra quota dell'export realizzata da piccole e piccolissime imprese (sotto i 50 addetti) e quota dell'export realizzata da imprese del commercio è significativamente (e inversamente) proporzionale in Europa, mentre tale correlazione risulta molto debole nel caso italiano. Infatti, per i concorrenti europei a ogni punto di export realizzato dalle PMI corrispondono 4 punti realizzati da imprese commerciali, che in qualche modo vanno a supplire alle difficoltà nell'accesso ai mercati esteri da parte delle imprese industriali meno strutturate; in Italia invece tale rapporto scende a 0,7.

L'analisi qui presentata contribuisce a una miglior comprensione dei problemi competitivi che affliggono l'Italia sui mercati internazionali. Anzitutto, distogliendo parzialmente lo sguardo dall'industria in senso stretto, spesso unica sul banco degli imputati, che presenta risultati in linea, e a volte superiori, agli standard dei concorrenti europei. In secondo luogo, evidenziando come specializzazione settoriale e struttura dimensionale non rappresentino, di per sé, ostacoli invalicabili per una maggior spinta all'internazionalizzazione commerciale, ma lo diventino quando gli altri attori del contesto economico, in particolare la distribuzione

e i servizi più vocati ai mercati esteri, presentano sintomi di debolezza molto superiori a quelli dell'industria. Specializzazione e dimensione, inoltre, nonostante sforzi ripetuti non sono elementi facilmente modificabili, soprattutto nel breve periodo. All'opposto, alcune delle debolezze emerse nell'analisi potrebbero essere superate, creando un nuovo potenziale di crescita della presenza italiana sui mercati internazionali.

Sostenere l'internazionalizzazione degli operatori più piccoli verso i mercati europei e mediterranei, promuovere lo sviluppo di trading companies, che svolgono un ruolo fondamentale nei processi di internazionalizzazione in molti paesi, e focalizzare gli sforzi di crescita dimensionale in quei settori in essa appare prerequisito irrinunciabile alla competizione appaiono obiettivi raggiungibili con il supporto di politiche adeguate.

Più che a modificare radicalmente il DNA del tessuto produttivo, gli sforzi andrebbero indirizzati a far sì che le numerose PMI manifatturiere italiane dotate di prodotti unici e di elevato livello qualitativo possano operare in un ambiente economico che consenta loro di mitigare le difficoltà nell'agganciare i mercati più grandi e complessi (e lontani) che costituiranno il traino dell'economia mondiale nei prossimi anni.