



# Determinanti dell'internazionalizzazione e destinazione geografica della produzione estera delle multinazionali manifatturiere italiane

di Emanuela Trinca ed Elisabetta Bilotta\*

## Introduzione

*La scelta di realizzare all'estero attività di produzione industriale può essere ricondotta non solo alla delocalizzazione di fasi o processi precedentemente realizzati in Italia ma anche alla necessità di consolidare o ampliare il presidio commerciale sui mercati esteri e all'opportunità di utilizzare il paese di investimento come piattaforma per esportare in altri paesi. Queste diverse motivazioni si collocano solitamente in un quadro evolutivo, in quanto un investimento estero inizialmente determinato da esigenze di delocalizzazione o finalizzato all'ampliamento del presidio su un mercato estero può in seguito essere riconsiderato come piattaforma per l'accesso a nuovi mercati. In questo lavoro si approfondiranno le motivazioni alla base dei nuovi investimenti esteri realizzati o programmati dalle multinazionali italiane a partire dai risultati prodotti dall'indagine annuale dell'Istat sulla struttura e le attività delle affiliate italiane all'estero.<sup>1</sup> Quest'analisi verrà poi posta in relazione con i dati recentemente pubblicati dall'Istat nell'ambito della stessa indagine che consentono, per la prima volta, di analizzare il fatturato realizzato all'estero dalle multinazionali italiane secondo la destinazione geografica dei prodotti. Infatti, è ora disponibile un'informazione maggiormente dettagliata che permette di distinguere in quale misura il fatturato prodotto all'estero dalle affiliate italiane è destinato ad essere venduto sul mercato locale, su altri mercati esteri o ad essere esportato in Italia.*

## Motivazioni degli investimenti esteri e propensione all'export delle affiliate estere

*La letteratura economica si focalizza prevalentemente sui rapporti tra esportazioni ed investimenti diretti esteri in un quadro statico, ossia come ipotesi alternative nella scelta di espansione internazionale delle imprese. In particolare Lipsey e Weiss (1984), analizzando la relazione tra esportazioni Usa e vendite*

<sup>1</sup> Si ringrazia il Prof. Enrico Giovannini per avere richiesto l'introduzione del nuovo quesito sulla destinazione geografica del fatturato realizzato all'estero dalle multinazionali italiane nell'ambito della rilevazione Istat sulle imprese estere a controllo italiano (Rilevazione Outward Fats) in considerazione della sua notevole rilevanza informativa e quale utile indicatore a supporto delle scelte di politica economica.

\* Istat.

delle affiliate statunitensi all'estero, giungono alla conclusione che la produzione internazionale può essere vista come un mezzo tramite il quale le grandi imprese oligopolistiche competono per le quote di mercato e, pertanto, stimolano le esportazioni. Sono invece molto pochi gli studi condotti a livello di impresa, principalmente a causa della difficoltà di reperire i dati. Tra questi citiamo Harris (2009) che effettua un'analisi a livello di impresa nel Regno Unito sugli effetti prodotti dagli investimenti esteri.

Un altro filone di ricerca pone invece l'accento sul fatto che le controllate estere permettono di acquisire conoscenza riguardo ai mercati lontani, di valutare come funzionano i canali di distribuzione internazionale e, soprattutto, di accedere a estese reti produttive internazionali (Kneller e Pisu, 2005). Infatti, l'apertura di un'affiliate all'estero può contribuire a migliorare la capacità di penetrare nel mercato estero, grazie ai vantaggi di prossimità. In sostanza produzione internazionale e commercio sembrano concorrere insieme:

*l'investimento estero amplia la quota di mercato dell'impresa, ne rafforza la capacità/potenzialità di apprendimento su contesti e mercati nuovi, rafforzandone così anche la potenzialità/performance esportativa.*

Negli ultimi anni sono emersi nuovi studi che hanno evidenziato come, nell'ambito dei processi di internazionalizzazione delle imprese, si stiano affermando dei nuovi paradigmi, che superano la classica opposizione export/investimenti diretti, per ispirarsi a nuovi criteri, come le recenti logiche del global sourcing, dell'impresa virtuale e della ricerca di vantaggi localizzativi e di competenze distintive su scala globale (Nanut e Tracogna, 2003).

Recenti sviluppi riguardano anche l'emergere della letteratura sugli investimenti esteri destinati a creare piattaforme di esportazione o di modelli di forme particolarmente complesse di interazioni verticali fra imprese (Blonigen 2005).

Nel primo caso l'impresa multinazionale effettua un investimento estero in un'economia ospite allo scopo di rifornire di esportazioni un gruppo di paesi limitrofi (Ekholm et al. 2003). Nel secondo troviamo una pluralità di affiliate estere che frammentano il processo di produzione: si scambiano fra loro prodotti intermedi che sottopongono a un'ulteriore lavorazione prima di inviare i semilavorati così ottenuti alla casa madre (Baltagi et al. 2004).

### **I nuovi investimenti esteri delle multinazionali manifatturiere italiane**

Nel biennio 2012-2013 è proseguita l'internazionalizzazione del nostro sistema produttivo, trainata dai principali gruppi multinazionali italiani (quasi il 60 per cento ha dichiarato di aver realizzato o progettato un nuovo investimento estero). Seguono i gruppi multinazionali di medio-grande dimensione, con una quota pari al 44,7 per cento. Più contenuta, anche se significativa, è la propensione all'investimento estero dei gruppi multinazionali di piccola dimensione, con una quota del 17,2 per cento.

Le multinazionali italiane attive nella manifattura hanno realizzato o pianificato investimenti esteri di controllo principalmente nell'area UE15 e in Cina (15,8 per



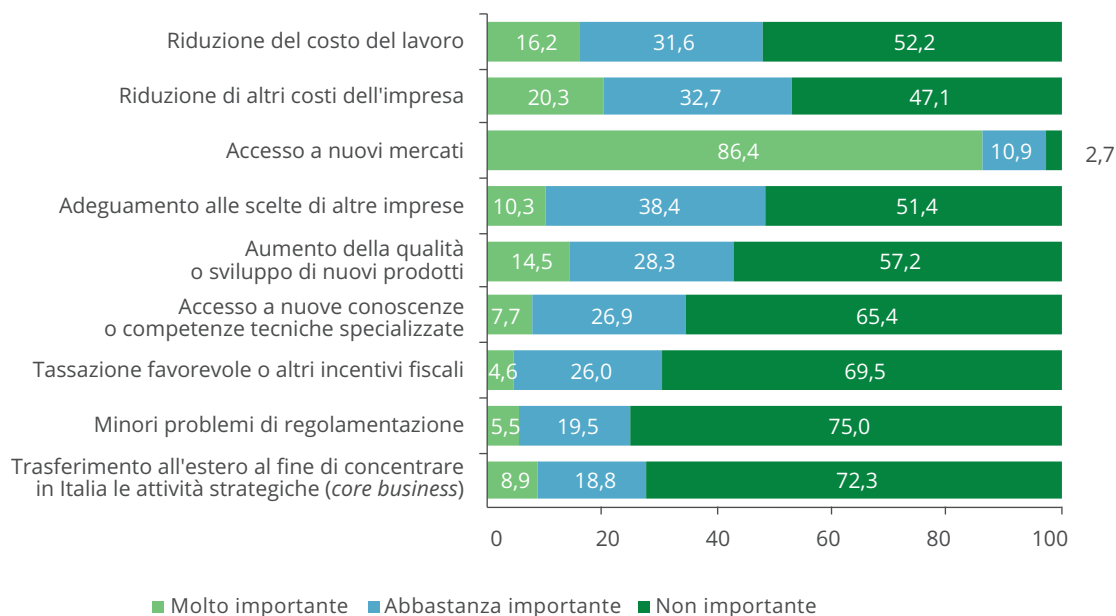
## APPROFONDIMENTI

cento per entrambi i casi), Altri paesi europei e Altri paesi asiatici (14,3 per cento), America centro-meridionale (11,8 per cento), Stati Uniti e Canada (8,6 per cento), nuovi Stati membri dell'UE (8,1 per cento), India (7,0 per cento) e Africa (5,2 per cento).

Per le imprese manifatturiere la motivazione prevalente<sup>2</sup> alla base dei nuovi investimenti all'estero nel periodo 2012-2013 è la possibilità di accedere a nuovi mercati (oltre il 90 per cento delle imprese) seguita dalla riduzione di altri costi dell'impresa (oltre il 50 per cento) e dalla riduzione del costo del lavoro (quasi il 50 per cento) (graf. 1).

**Grafico 1 - Principali motivazioni alla base della scelta di realizzare nuovi investimenti esteri per le multinazionali italiane della manifattura nel biennio 2012-2013**

Composizioni percentuali delle differenti motivazioni rispetto ai rispondenti che hanno dichiarato il fattore come pertinente



Fonte: Istat

Tra le altre motivazioni ritenute importanti si segnala l'aumento della qualità o sviluppo di nuovi prodotti (oltre il 40 per cento) e l'accesso a nuove conoscenze o competenze tecniche specializzate (circa un terzo delle imprese).

<sup>2</sup> Il quesito incluso nel questionario della rilevazione sulle imprese a controllo italiano all'estero (Indagine Outward Fats) riporta valutazioni di tipo qualitativo sui principali fattori alla base della scelta di pianificare o realizzare nuovi investimenti di controllo all'estero. Esso prevede la possibilità di fornire risposte multiple rispetto agli items indicati. Sono state classificate come positive le risposte fornite con modalità Molto importante e Abbastanza importante.

## La destinazione geografica del fatturato estero delle multinazionali italiane

*La disponibilità di nuove informazioni sulla destinazione geografica del fatturato realizzato all'estero dalle affiliate italiane permette di delineare alcuni aspetti delle strategie adottate dalle multinazionali italiane. Rispetto al quadro generale fornito nella tavola 5.2.3 dell'annuario Istat-Ice, che quest'anno viene ampliata per includere queste nuove informazioni, viene qui realizzato un approfondimento in relazione alle affiliate italiane che realizzano all'estero attività di tipo manifatturiero.*

*Il 62 per cento del fatturato realizzato all'estero da imprese manifatturiere a controllo italiano è destinato allo stesso paese di residenza dell'impresa (mercato locale), il 25,9 per cento è esportato verso altri paesi diversi dall'Italia e il 12,2 per cento è esportato in Italia. In particolare, i settori nei quali il fatturato è destinato prevalentemente al mercato locale sono quelli relativi alle produzioni a medio-alta tecnologia ed elevate economie di scala, quali le apparecchiature elettriche (73,8 per cento), gli autoveicoli (72,1 per cento), i prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (71,7 per cento), i macchinari (58,7 per cento). Quote significative si osservano anche nella farmaceutica (66,2 per cento), e nell'alimentari bevande e tabacco (68,4 per cento).*

*In altri settori è particolarmente rilevante la quota di fatturato destinato all'esportazione in altri mercati esteri. Fra questi segnaliamo il comparto dei prodotti in pelle e cuoio (43,5 per cento), le industrie del legno, della stampa (45,7 per cento), del coke e dei prodotti petroliferi (44,9 per cento), la metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo (40,8 per cento).*

*In molti comparti tradizionali del Made in Italy, invece, quote rilevanti della produzione realizzata all'estero sono destinate a essere esportate in Italia. È il caso, in particolare, del settore del tessile e abbigliamento (58,2 per cento), dei prodotti in pelle (39 per cento), dei mobili e delle altre industrie manifatturiere (37,5 per cento).*

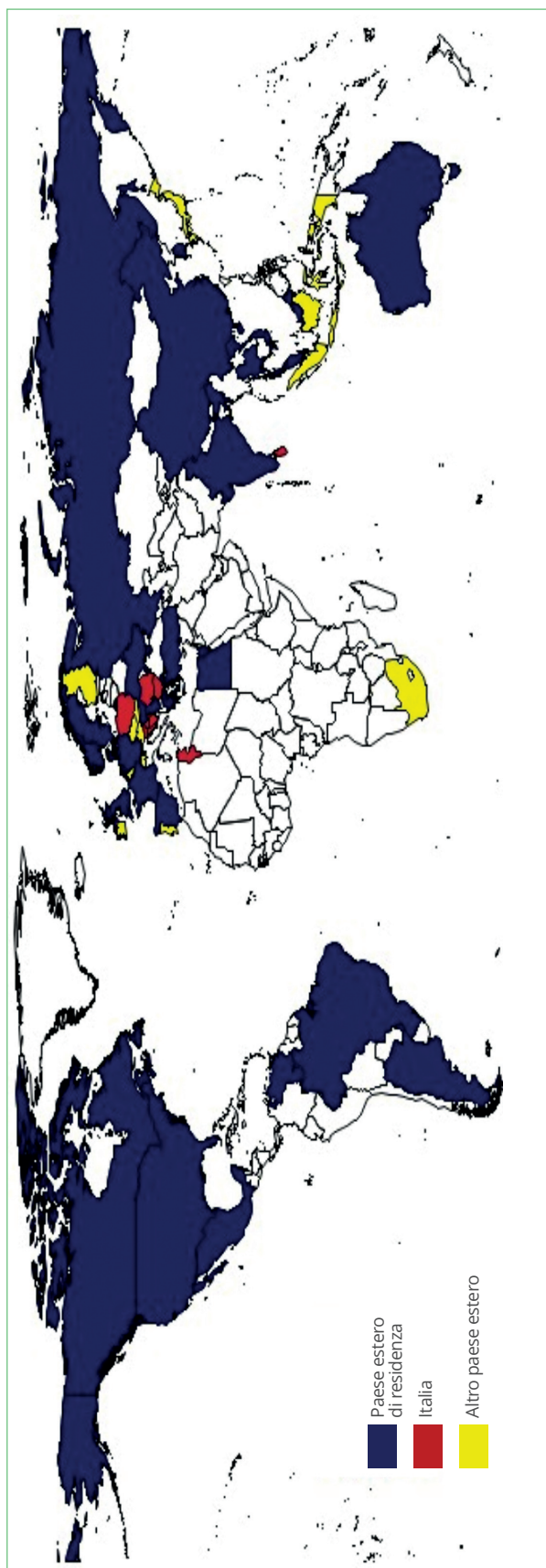
*Analizzando i dati per paese di localizzazione degli investimenti diretti nazionali si evidenzia come la presenza delle multinazionali italiane in alcuni mercati è prevalentemente finalizzata a servire il mercato locale, mentre in altri le affiliate italiane sono utilizzate come piattaforma per le esportazioni (cartogramma 1)<sup>3</sup>.*

*In particolare il fatturato realizzato dalle affiliate italiane residenti negli Stati Uniti, Canada, paesi dell'Europa occidentale, Brasile, Argentina, Messico, Cina, India è destinato prevalentemente al mercato locale. Nei paesi dell'Est Europa (Polonia, Romania, Croazia, Bulgaria, Slovenia, Bosnia Erzegovina) dove sono maggiormente concentrate le attività tipiche del Made in Italy, nello Sri Lanka, in*

<sup>3</sup> La prevalenza è definita sulla base della distribuzione del fatturato realizzato all'estero per le tre tipologie di destinazione geografica rilevate dall'indagine: destinazione al mercato locale, esportazioni in Italia ed esportazioni in altri paesi diversi dall'Italia. È stata considerata come modalità prevalente quella in cui è presente il valore percentuale maggiore. Pertanto il concetto di prevalenza non esclude la presenza di significative quote di fatturato relative a destinazioni geografiche diverse.



Cartogramma 1 - Destinazione geografica prevalente del fatturato realizzato all'estero dalle affiliate manifatturiere italiane - Anno 2011



Fonte: Istat



*Tunisia e a Hong Kong (con funzione di hub commerciale rispetto alla Cina) la produzione è esportata prevalentemente in Italia. Questi paesi si contraddistinguono per un contenuto costo del lavoro, che è una delle principali motivazioni dell'investimento estero. In altri paesi, invece, la produzione è finalizzata all'esportazione verso altri paesi esteri diversi dall'Italia. Tra questi citiamo Belgio, Svizzera, Finlandia, Austria, Slovacchia, Repubblica Ceca, Irlanda, Portogallo e Sud Africa.*

## **Conclusioni**

*La disponibilità di nuove informazioni sulla destinazione geografica del fatturato realizzato all'estero dalla multinazionali italiane consente per la prima volta di approfondire, seppure in termini solo descrittivi, i rapporti tra le motivazioni per gli investimenti italiani all'estero e le strategie concretamente adottate dalle multinazionali italiane nei diversi paesi in cui sono localizzate attività manifatturiere.*

*L'analisi delle motivazioni nella scelta dei nuovi investimenti diretti esteri fornisce un quadro più articolato rispetto alla mera riduzione dei costi di impresa, in cui l'accesso a nuovi mercati ma anche la necessità di acquisire nuove conoscenze e competenze riveste un ruolo importante. A queste motivazioni sembrano associarsi diverse strategie adottate nei singoli paesi di investimento. La mappatura che ne deriva mostra l'esistenza di almeno tre tipologie di comportamento/scelta strategica da parte delle multinazionali italiane. In alcuni paesi dell'Europa dell'Est e dell'Asia l'investimento estero è prevalentemente finalizzato alla produzione manifatturiera destinata poi ad essere esportata in Italia. In altri paesi l'investimento italiano è prevalentemente orientato, almeno nell'attuale fase, a servire il mercato locale (Stati Uniti e Canada ma anche paesi emergenti quali Brasile, Argentina e Messico che presentano una domanda nazionale in forte crescita). Vi sono infine paesi che svolgono un ruolo di piattaforma per esportare verso altri paesi sia in considerazione della loro vocazione di hub commerciale internazionale (Belgio e Olanda) che della loro posizione geografica. Interessante è il caso della Cina, per cui si rileva la prevalenza delle vendite sul mercato locale associata invece al ruolo di Hong Kong, per cui il fatturato realizzato dalla affiliate italiane è prevalentemente orientato alle esportazioni in Italia. Il quadro fornito sembra coerente con il tradizionale ruolo di Hong Kong come hub commerciale per la produzione realizzata in Cina, paese tra l'altro in cui sono localizzati i regional headquarters per l'Asia di molte multinazionali italiane.*



### Riferimenti bibliografici

- Baltagi B., Egger P. e Pfaffermayr M. (2004), Estimating Model of Complex Fdi: Are There Third-Country Effects?, *Mimeo*.
- Bloningen, B. (2005), A Review of the Empirical Literature on Fdi Determinants, *Atlantic Economic Journal*, 33, 383-403.
- Canteweel J. (1994), The relationship between international trade and international production, in D. Greenway, Winter L.A. (a cura di), "Survey in International Trade", lackwell, Oxford, pp. 303-28.
- Ekholm, K., Forslid R. e Markusen J. (2003), Export-Platform Foreign Direct Investment, *Nber WP No. 9517*.
- Harris R. (2009), Spillover and Backward Linkage Effects of Fdi: Empirical Evidence for the UK, *Serc "Discussion paper" n.16*.
- Head K. e Ries J. (2002), Offshore production and skill upgrading by Japanese manufacturing firms, *Journal of International Economics*, n.58, pp. 81-105.
- Johnson, A. (2006), Fdi and Exports: The Case of the High Performing East Asian Economies, *Cesis Electronic Working Paper Series*, No. 57.
- Kneller R. e Pisu M. (2004), Export-oriented Fdi in the UK, *Oxford Review of Economic Policy*, 20, 424-439.
- Kneller W. e Pisu M. (2005), Industrial linkages and export spillover from Fdi, *Paper presentato al Workshop "Foreign direct investment, international trade and competitiveness"*, Urbino, 27-28 Maggio.
- Lipsey R.E., Weiss M. (1984), Foreign production and export of individual firms, *Review of Economics and Statistics*, vol. 66.
- Markusen, J. e Maskus K. (2001), A Unified Approach to Intra-Industry Trade and Direct Foreign Investment, *Nber WP, No. 8335*.
- Nanut V., Tracogna A. (2003), Processi di internazionalizzazione delle imprese: vecchi e nuovi paradigmi, *Sinergie n. 60/03*.
- Tadesse, B. e Ryan M. (2005), Export Platforms and the Industry-Specific Fdi-Trade Relationship, *Journal of Economic Integration*, 20, 644-671.
- Zhang, K. (2006), Fdi and Host Countries Exports: The Case of China, *Economia Internazionale, International Economics*, Lix, 113-123.
- Zhang, K. e Song S. (2001), Promoting Exports: the Role of Inward Fdi in China, *China Economic Review*, 11, 385-396.