

n. 2

maggio 2004

# Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori



Istituto nazionale per il Commercio Estero

**PROMETEIA** S.R.L.



# **Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori**

*Maggio 2004*

**PROMETEIA S.R.L.**

Via G. Marconi, 43 – 40122 Bologna

☎ 051-6480911

☎fax 051 - 220753

E-MAIL: info@prometeia.it

<http://www.prometeia.it>

**ICE**

**Istituto nazionale per il Commercio Estero**

Via Liszt, 21 - 00144 Roma

☎ 06-59.92.69.65

☎fax 06 - 54.21.82.50

E-MAIL: studi@ice.it

<http://www.ice.it>

*IL PRESENTE RAPPORTO E' STATO ELABORATO CON LE INFORMAZIONI DISPONIBILI AL  
18 aprile 2004 DA:*

*Luca Agolini, Guja Bacchilega, Luigi Bidoia, Michele Burattoni, Claudio Colacurcio, Giuseppe  
De Arcangelis, Andrea Dossena, Matteo Ferrazzi, Paolo Ferrucci, Elena Mazzeo, Lorena  
Vincenzi*

Per informazioni e chiarimenti sul contenuto di questo Rapporto rivolgersi a:

Andrea Dossena (PROMETEIA S.R.L.)

Paolo Ferrucci (ICE)

*Composizione editoriale a cura di Elisabetta Altena*

### **Nota**

*Questo rapporto è frutto della collaborazione tra ICE e Prometeia, che hanno condiviso la loro lunga esperienza nell'analisi del commercio estero e nello sviluppo di modelli previsionali. Il lavoro di ricerca si è articolato in diverse fasi, dalla costruzione di un'ampia banca dati sui flussi di commercio estero alla stima e realizzazione di un modello econometrico di previsione.*

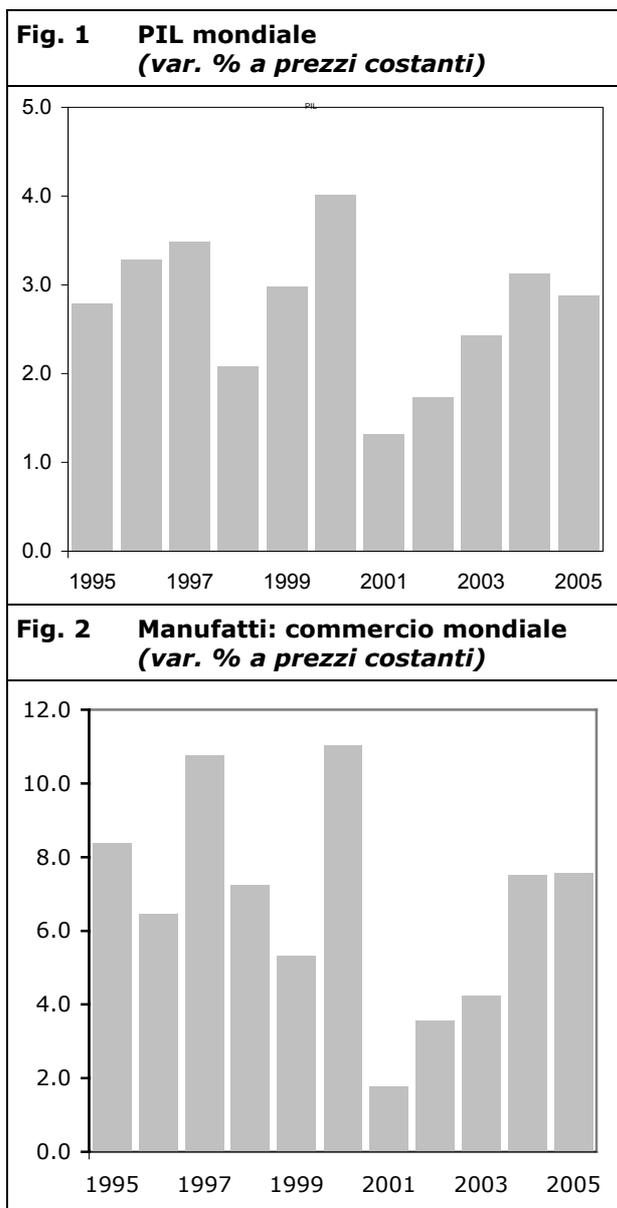
*E' disponibile una nota metodologica riguardante i criteri utilizzati ed i risultati ottenuti; questa nota può essere scaricata dai siti internet di ICE e Prometeia.*

*Per agevolare la lettura critica dei risultati di seguito esposti, si tengano comunque presenti i seguenti aspetti:*

- *la banca dati (FIPICE) di riferimento del modello è relativa agli scambi commerciali a valori correnti di 64 paesi, suddivisi in 174 classi merceologiche; successivamente, i paesi sono aggregati in 8 macro aree geografiche e le merci relative all'industria manifatturiera in 23 settori; nelle Appendici B e C sono riportati sia la composizione per paese delle aree geografiche sia quella per classe merceologica dei settori;*
- *la banca dati è stata deflazionata con un apposito modello (MOPICE), il cui scopo è quello di suddividere le variazioni dei valori tra una componente di quantità ed una di prezzo; nella lettura dei risultati, il prezzo va quindi considerato come un deflatore degli scambi commerciali e non come un valore medio unitario; nell'Appendice A sono riportati i principali flussi del commercio mondiale a prezzi costanti.*
- *lo scenario previsivo dei flussi di commercio con l'estero descritto in questo Rapporto è stato "alimentato" dallo scenario macroeconomico internazionale descritto nel Rapporto Prometeia di Marzo 2004.*



## SINTESI

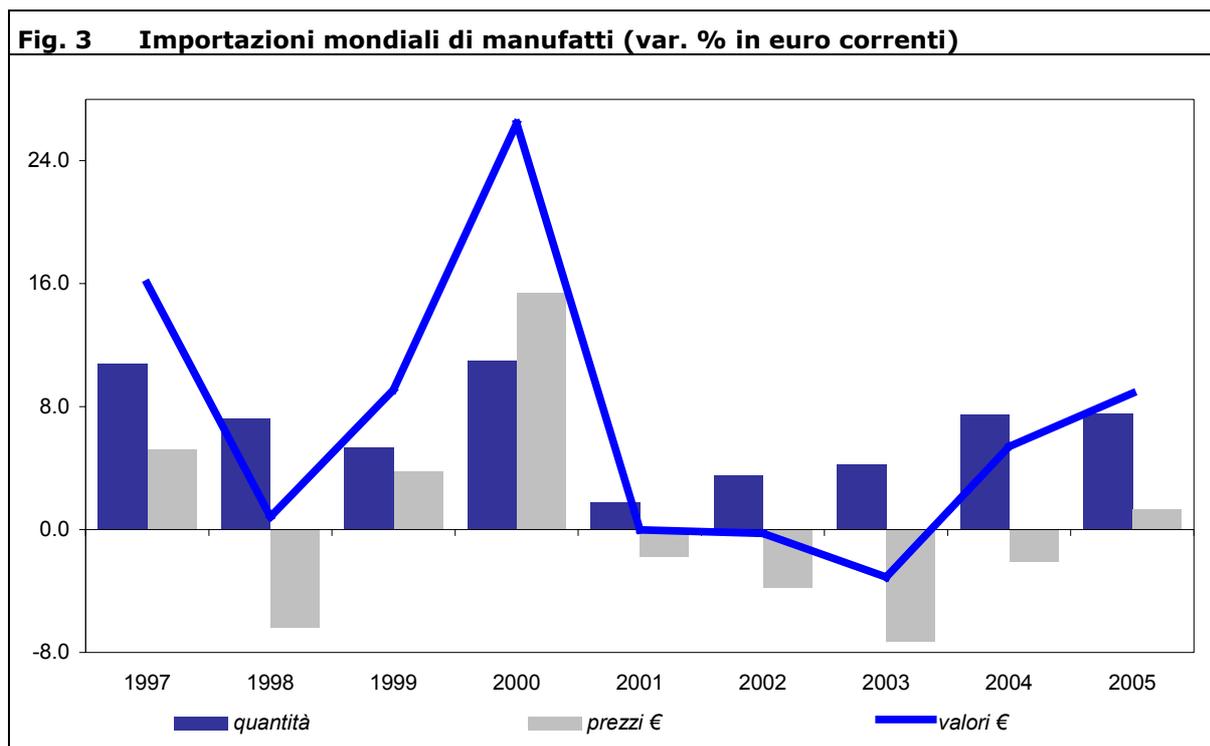


**La ripresa del ciclo internazionale ha stimolato, lo scorso anno, una graduale accelerazione del commercio mondiale**, sebbene a tassi non paragonabili a quelli degli anni '90. Si stima che la crescita del commercio internazionale nel 2003 sia stata, a prezzi costanti, superiore al 4%, in accelerazione rispetto all'anno precedente, a fronte di un andamento del Pil<sup>1</sup> mondiale (+2.6% nel 2003) di oltre un punto superiore a quello del 2002.

**L'Asia**, dopo la crisi finanziaria del 1997-98 ed il rallentamento del settore *Ict* nel biennio 2001-02, è divenuta il motore degli scambi a livello internazionale: oltre il 40% della crescita del commercio mondiale nel 2003 vede i paesi asiatici come importatori; il commercio intra-asiatico, in particolare, legato sia ai processi di frammentazione dell'attività produttiva sia ad una maggiore integrazione delle economie asiatiche, ha contribuito per circa un terzo alla crescita del commercio mondiale. Oltre all'Asia, anche altre aree a forte sviluppo, quali i paesi Aderenti Ue ed il Resto Europa (Russia in particolare), stanno giocando un ruolo considerevole nei fenomeni di ricomposizione del commercio internazionale.

Negli Stati Uniti, le politiche di stimolo della domanda interna hanno favorito un'accelerazione delle importazioni, peggiorando, tuttavia, il *deficit* di parte corrente. Le aree a bassa crescita – Europa Occidentale ed America Latina (sebbene nel continente

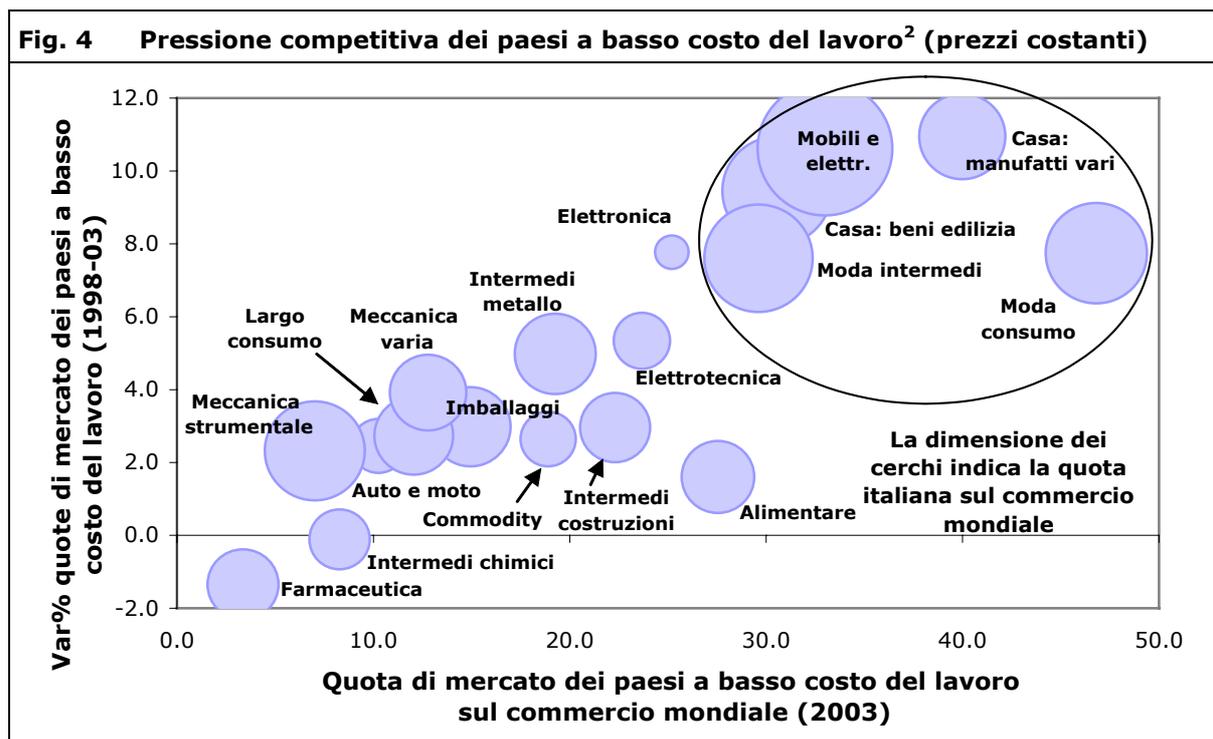
<sup>1</sup> Il Pil mondiale delle varie aree e del "totale mondo" viene qui costruito aggregando i diversi paesi sulla base dei rispettivi Pil espressi a prezzi costanti in dollari: oggetto dello studio è infatti la relazione tra crescita dell'economia e flussi di importazione. In altre pubblicazioni il Pil mondiale e quello delle diverse aree sono invece ottenuti aggregando i diversi paesi sulla base della parità del potere d'acquisto, che prende in considerazione il diverso livello dei prezzi interni di ciascun paese. Il Pil ottenuto aggregando i paesi sulla base della parità del potere d'acquisto ha avuto negli ultimi anni una dinamica più elevata rispetto a quello a dollari costanti, per via del maggior peso dei paesi asiatici ad alta crescita.



latinoamericano lo scenario sia piuttosto variegato) - hanno messo a segno *performance*, in termini di importazioni, piuttosto modeste.

**Per il terzo anno consecutivo il commercio mondiale di manufatti in euro correnti ha mostrato una riduzione (Fig. 3):** il contesto internazionale si caratterizza, infatti, per una flessione dei prezzi in euro dei beni scambiati, dovuta all'assenza di tensioni inflazionistiche ma soprattutto al considerevole rafforzamento della valuta europea. La flessione dei prezzi in euro degli scambi internazionali è stata nel 2003 più elevata di quella degli anni precedenti, superando i sette punti percentuali. In alcune aree - quelle maggiormente legate al dollaro americano, come il Nafta e l'America Latina - il calo delle importazioni in euro correnti ha superato, lo scorso anno, il 10%, mentre solo le aree dell'Europa Centro Orientale e l'Oceania e Sud Africa hanno avuto tassi di variazione delle importazioni in euro correnti positivi.

**E' proseguito il processo di forte crescita della quota sul commercio mondiale dei paesi a basso costo del lavoro.** Alcuni paesi emergenti, ed in particolare quelli asiatici, stanno acquisendo un ruolo sempre più rilevante sul commercio mondiale. Le pressioni competitive di questi paesi sono state particolarmente evidenti nei settori tradizionali (Fig. 4) rilevanti per le esportazioni italiane (anche se con un diverso *mix* geografico e qualitativo), quali quelli legati al *Sistema Casa* ed alla *Moda* (soprattutto nei *Beni di consumo*). I paesi emergenti, seguendo un modello di sviluppo *export-driven* che stimola in fasi successive dapprima le esportazioni e poi la spesa per investimenti e, di conseguenza, le importazioni di beni intermedi e di beni di investimento, stanno gradualmente divenendo anche importanti mercati di sbocco: in molti paesi asiatici ad alta crescita - oltre alla Cina, anche Sud Corea, Thailandia, Malesia e Indonesia - il tasso di crescita delle importazioni è, infatti, risultato nell'ultimo triennio superiore a quello, già molto elevato,



delle esportazioni.

**In questo contesto, in molti segmenti dei settori più tradizionali i produttori italiani, stretti tra la forza del tasso di cambio e le pressioni competitive dei paesi a basso costo del lavoro, non sono stati in grado di tenere il passo con la crescita della domanda mondiale (Tab. 1).** Le quote di mercato italiane sul commercio mondiale di manufatti, calcolate in euro correnti, hanno mostrato nell'ultimo biennio una sostanziale stabilità, ma solo grazie ad un effetto prezzi. All'opposto, le quote di mercato

**Tabella 1 – Quote di mercato dell'Italia sul commercio mondiale di manufatti**

	<i>Esportazioni italiane '02</i>		<i>quote a prezzi costanti</i>			
	<i>(mil. euro)</i>	<i>(% tot.)</i>	<i>1995-00</i>	<i>2001-02</i>	<i>2003</i>	<i>2004-05</i>
Mondo (1)	244 183	100	5.3	4.9	4.5	4.3
Europa Occidentale	146 858	60.1	7.6	6.8	6.4	6.3
Aderenti UE 2004	12 792	5.2	8.9	8.4	8.1	7.7
Resto Europa	15 182	6.2	11.5	11.9	11.3	11.2
Nord Africa - Medio Oriente	13 909	5.7	9.8	9.4	9.0	8.4
NAFTA	29 110	11.9	2.4	2.4	2.2	2.1
America Latina	3 602	1.5	5.8	4.4	3.7	3.6
Asia	19 231	7.9	2.0	1.8	1.5	1.4
Oceania e Sud Africa	3 498	1.4	3.7	3.7	3.3	3.1

(1) *Insieme dei paesi considerati nel progetto Prometeia-ICE*

<sup>2</sup> *La Fig.4 prende in considerazione la quota di mercato dei paesi con un costo del lavoro inferiore ad un quarto di quello italiano.*

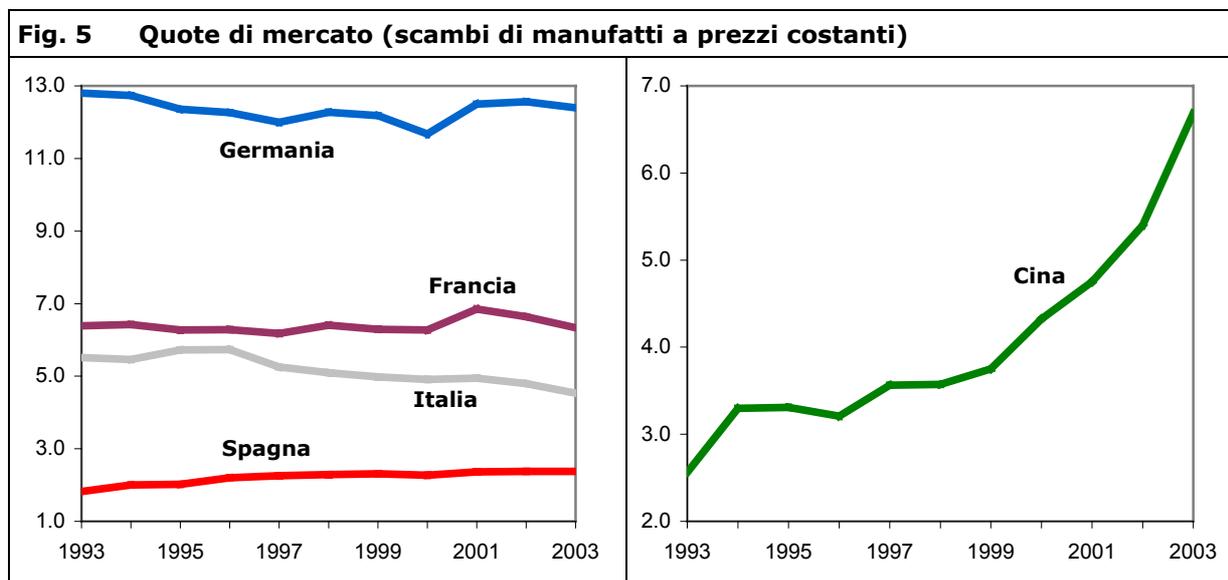
esprese a prezzi costanti presentano un bilancio ben più negativo. E' infatti continuata l'erosione di quote iniziata nella seconda metà degli anni '90, portando, nell'arco di otto anni, alla perdita di un punto percentuale di quota sul commercio mondiale.

**L'erosione di quote è stata generalizzata alle diverse aree ed ai settori rilevanti per le esportazioni italiane:** in particolare incidono le difficoltà dei produttori italiani sui mercati europei, che rappresentano oltre il 60% delle nostre esportazioni di beni manufatti. L'andamento del nostro *export* non è andato meglio neppure nei mercati vicini degli Aderenti Ue, né nel Nord Africa e Medio Oriente. Le uniche eccezioni sono rappresentate dagli altri paesi Europei non aderenti all'Ue, grazie ai guadagni in Romania, Bulgaria ed Albania.

**Nei settori tradizionali (Sistema Moda, Sistema Casa), dove l'Italia è spesso in posizione di leadership, i produttori italiani non sono stati in grado di difendere le proprie posizioni.** Particolarmente debole risulta la posizione nei *Beni di consumo* del Sistema moda e nel Sistema casa.

**Migliore è invece risultata la performance nella Meccanica strumentale e nei Beni intermedi del Sistema Moda.** Se in quest'ultimo caso i processi di delocalizzazione che hanno interessato numerose imprese italiane clienti è stato il fattore principale che ha consentito questi risultati, nel caso della *Meccanica*, invece, è da segnalare come gli esportatori italiani siano stati meno facilmente aggredibili in settori dove i fattori competitivi *non price* (differenziazione ed innovazione, servizi post vendita, personalizzazione, ecc.) hanno maggiore rilevanza.

**Il peggioramento delle quote italiane non può essere considerato un processo fisiologico, legato alla progressiva terziarizzazione dell'economia** che riduce la rilevanza dell'industria manifatturiera, come accaduto ad esempio nel Regno Unito. Altri paesi europei in fase avanzata di sviluppo (si vedano in Fig. 5 i casi soprattutto di Germania e Francia) hanno avuto *performance* migliori, riuscendo a salvaguardare le proprie quote di mercato grazie ad una specializzazione di scala o su settori ad alta tecnologia.



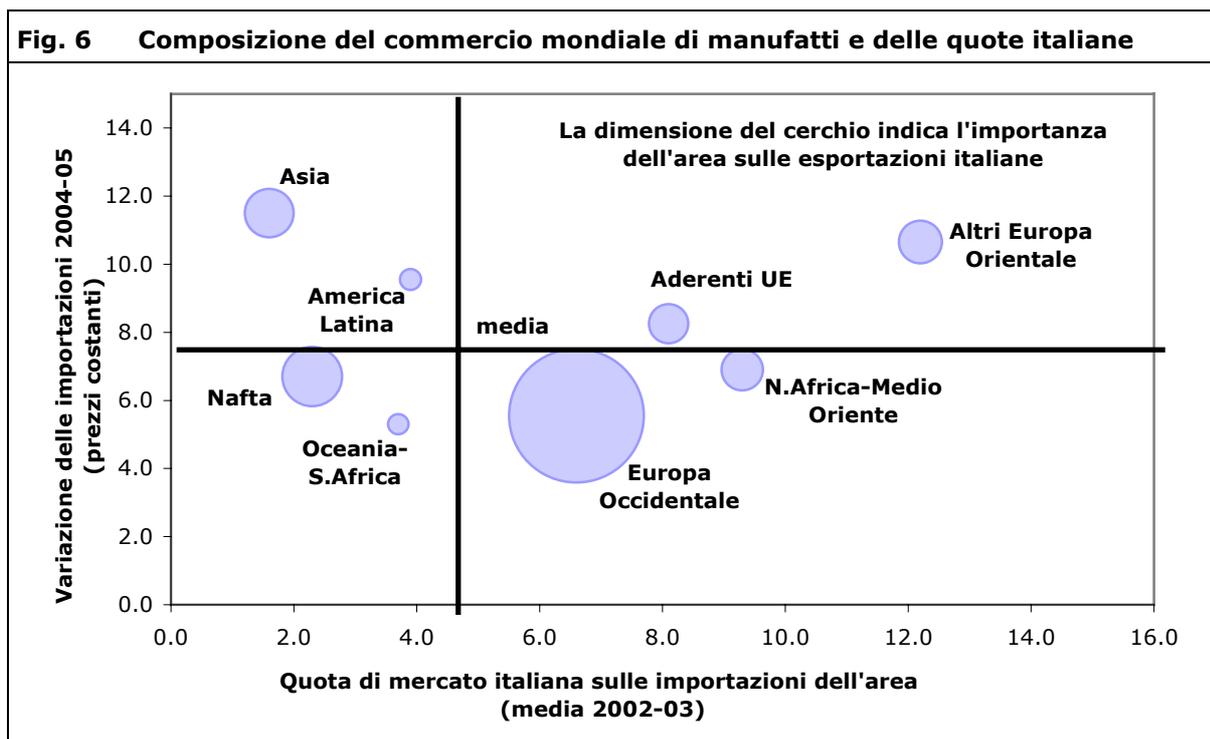
**Tabella 2 – Importazioni mondiali di manufatti**

	<i>(var. % medie annue)</i>					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Flussi a prezzi costanti (var%)</b>						
Mondo	11.0	1.8	3.6	4.2	7.5	7.6
Europa Occidentale	7.9	3.9	2.3	1.1	5.4	5.7
Aderenti UE 2004	12.0	9.6	5.9	7.7	7.1	9.4
Resto Europa	23.2	7.6	11.7	11.2	9.2	12.1
Nord Africa - Medio Oriente	2.4	12.3	7.5	6.2	5.3	8.5
NAFTA	10.1	-3.7	2.0	2.4	7.8	5.6
America Latina	8.3	8.8	-9.3	-1.0	9.4	9.7
Asia	20.0	-0.4	7.1	11.3	11.4	11.6
Oceania e Sud Africa	5.1	3.5	8.2	5.7	4.4	6.2

**Nel biennio di previsione (Tab. 2), il miglior tono della crescita internazionale e la graduale ripresa dell'elasticità del commercio mondiale al Pil dovrebbero consentire un'accelerazione degli scambi mondiali a tassi superiori al 7% (a prezzi costanti).** Le aree emergenti (Asia, Europa Centro Orientale e America Latina) potrebbero crescere a tassi prossimi al 10%, mentre la crescita degli scambi in Europa Occidentale, benché in accelerazione rispetto agli anni precedenti, sarà più contenuta, intorno al 5.5%. Lo scenario di previsione si caratterizza per una prima fase in cui il commercio mondiale sarà ancora trainato dalla ripresa USA. Nella seconda fase, dopo le elezioni presidenziali di novembre, la necessità per l'economia statunitense di riassorbire gradualmente alcuni squilibri (indebitamento delle famiglie, indebitamento pubblico e con l'estero) determinerà un rallentamento della domanda americana, che sarà però controbilanciato dall'accelerazione di alcune aree emergenti (Europa Centro Orientale, Nord Africa e Medio Oriente) e dalla prosecuzione a tassi elevati del commercio asiatico.

**I fenomeni di ricomposizione del commercio mondiale porteranno alcuni paesi in via di sviluppo ad assumere un ruolo sempre più importante come mercati di sbocco (Cina, *in primis*).** Si tratta di paesi destinati a diventare velocemente potenze industriali, grazie alla capacità di attrarre investimenti esteri. Questi paesi tendono a sviluppare sempre più l'apparato industriale con importazioni di beni intermedi e di investimento, mentre la distribuzione dei redditi ed il loro livello medio tenderanno a limitare ancora per alcuni anni il loro ruolo nello sviluppo del commercio mondiale di beni di consumo.

**Le prospettive di un ulteriore indebolimento del dollaro americano nella media di quest'anno, inferiore a quello del 2003, e di una successiva stabilizzazione dei rapporti di cambio dovrebbero tendere a contenere le riduzioni dei prezzi medi in euro sui mercati internazionali.** I flussi in euro correnti potrebbero così crescere del 5.4% nel 2004 e avvicinarsi al 9% nel 2005, offrendo alle imprese italiane significative opportunità di crescita del fatturato realizzato all'estero.



**Dal punto di vista del commercio mondiale settoriale, *Farmaceutica* ed *Elettronica* dovrebbero confermarsi i settori a crescita più elevata.** Le politiche di delocalizzazione produttiva delle multinazionali nel primo caso (in particolare nelle aree a più alto reddito) ed il processo di frammentazione dell'attività produttiva nel secondo (nei paesi asiatici) saranno i principali fattori di traino alla crescita di questi comparti.

**In termini di quote di mercato delle imprese italiane, lo scenario previsto non si discosta molto dall'evoluzione registrata nell'ultimo decennio.** Nei prossimi anni, i produttori italiani potrebbero, infatti, cedere ulteriormente quote di mercato nei settori tradizionali dei *Beni di consumo* del *Sistema moda* e del *Sistema Casa*, più vulnerabili alla concorrenza dei paesi a basso costo del lavoro. Non mancano tuttavia comparti in cui le prospettive sono più positive: nella *Meccanica*, dove risulta premiante la capacità delle imprese italiane di rispondere con maggior flessibilità alle sollecitazioni del mercato, nel *Largo consumo* e nella *Farmaceutica*, settori nei quali l'Italia è in grado di attrarre gli investimenti delle multinazionali (sia per fattori legati alle specificità del mercato italiano, sia per i vantaggi derivanti dalla filiera dell'imballaggio), e nel *Sistema moda: intermedi* (a causa della prosecuzione dei processi di delocalizzazione delle imprese clienti).

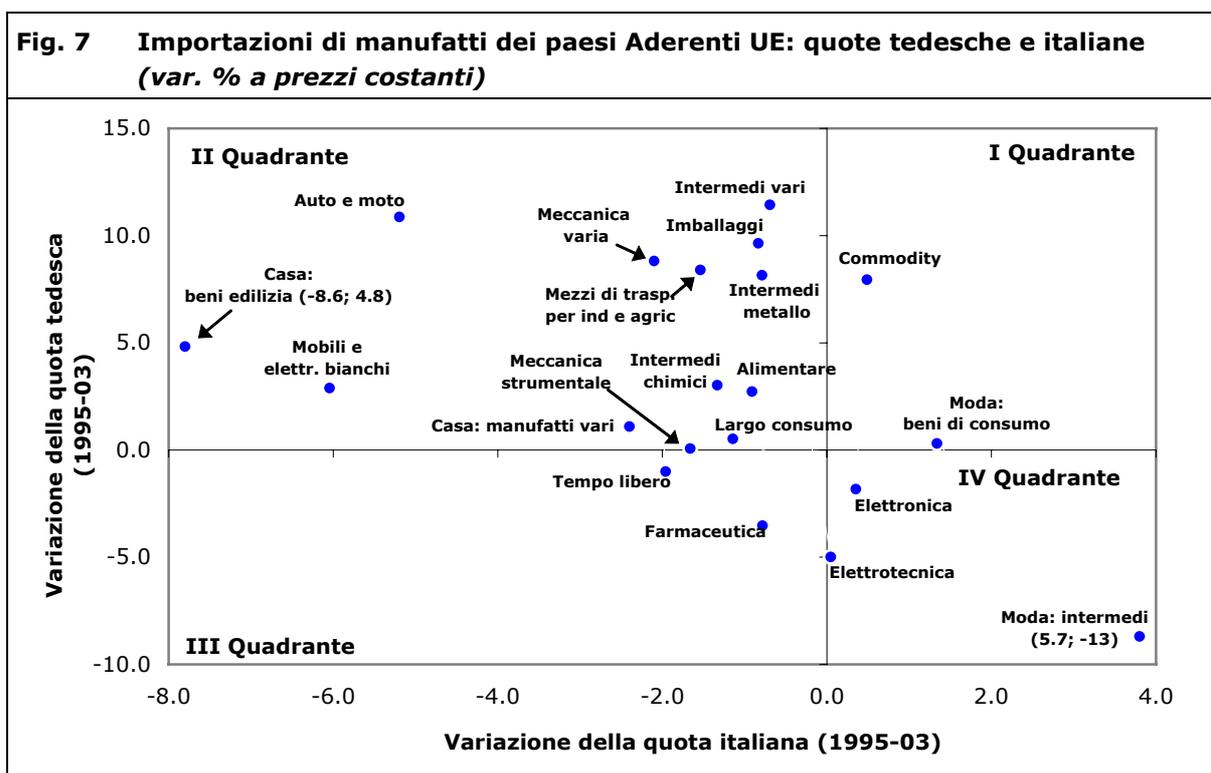
**La progressiva normalizzazione dei rapporti di cambio tra euro e dollaro potrebbe attenuare la concorrenza proveniente dai paesi con valute legate a quella statunitense.** Negli anni più recenti, infatti, i produttori italiani hanno accusato significative difficoltà nell'adeguare i propri prezzi a quelli dei concorrenti, subendo perdite di quote maggiori rispetto a quelle registrate da paesi con la nostra stessa valuta e strutture produttive non dissimili, come ad esempio Francia e Germania. Quest'ultimo paese, in particolare, è risultato negli ultimi anni un concorrente vincente sui mercati dell'Europa Centro Orientale, mercati che grazie ai processi di integrazione in corso potranno offrire

importanti opportunità allo sviluppo delle esportazioni dei paesi UE.

**I mercati dei paesi Aderenti Ue si caratterizzano, in particolare, per una combinazione molto favorevole in termini di tassi di crescita delle importazioni e quota detenuta dalle imprese italiane (Fig. 6).** La crescita prevista delle importazioni nel biennio 2004-05 è superiore all'8%, a fronte di un commercio mondiale in crescita ad un tasso prossimo al 7%. Inoltre, le quote italiane sui flussi di importazione di questi paesi sono risultate nel 2003 pari all'8.1%, contro una quota italiana media sul commercio mondiale del 4.5%.

Per la loro rilevanza sulle possibilità di sviluppo dell'*export* italiano, a questi paesi è dedicato nel Rapporto uno specifico approfondimento. L'analisi sviluppata mette in luce come la perdita di quote di mercato delle imprese italiane nella seconda metà degli anni Novanta anche in quest'area trovi giustificazione nella **competizione portata dai paesi in via di sviluppo**, in particolare dalla Cina, **solo in alcuni casi ben specifici**, quali l'*Elettronica* ed i *Beni di consumo del Sistema Moda*. Viceversa, in molti comparti legati ai beni di investimento (in particolare *Meccanica varia* e *Mezzi di trasporto*), ai beni intermedi (specialmente *Prodotti chimici* e *Prodotti in Metallo*) ed al *Sistema Casa* la perdita di quote dei produttori italiani sembra riflettere la pressione competitiva portata su questi mercati da altri paesi europei: dalla Germania innanzi tutto (Fig. 7), ma anche dalla Francia. Questo porta ad evidenziare come esistano elementi di debolezza che devono essere ricercati non tanto nel processo di ricomposizione del commercio internazionale, quanto nelle specifiche modalità di internazionalizzazione delle imprese italiane.

Oltre alle opportunità riguardanti i paesi Aderenti UE, **i produttori italiani potranno beneficiare della loro forte presenza negli altri mercati dell'Est Europa, che rap-**



**presentano una delle aree mondiali a crescita più sostenuta...** In alcuni dei paesi della regione (Bulgaria, Romania e Albania in testa) l'Italia è riuscita ad aumentare la propria quota di mercato negli ultimi anni, puntando su un modello di espansione basato sulla delocalizzazione di produzioni tradizionali e sullo sviluppo di flussi di scambio intra-industriale.

**... e dello sviluppo previsto per l'area del Nord Africa e Medio Oriente.** Un modello di sviluppo simile a quello dell'Europa dell'Est potrebbe, infatti, caratterizzare anche i rapporti dell'industria italiana con l'area del Nord Africa e Medio Oriente, che dovrebbe sperimentare una buona dinamica della domanda. I mercati geograficamente più vicini all'Italia potrebbero quindi rappresentare un importante fattore di sostegno alla crescita delle vendite all'estero dei produttori italiani nei prossimi anni, a fronte di una crescita delle *import* dall'Europa Occidentale piuttosto debole e comunque inferiore alla media della domanda mondiale. Tra i mercati lontani ad alta crescita potenziale sembra invece più difficile che i produttori italiani possano cogliere appieno le opportunità dell'area asiatica, sia per la specializzazione industriale italiana poco orientata sui settori dell'*Elettronica* e delle *Commodity* sia perché la crescita delle importazioni asiatiche sarà soprattutto sostenuta da flussi intra-area.

**Un fattore cruciale per poter cogliere tutte le opportunità di crescita dei prossimi anni sarà, tuttavia, legato all'adozione da parte dei produttori italiani di nuove strategie di internazionalizzazione.** In particolare, dovrà essere superato il modello di sviluppo attuato nel corso degli anni Novanta: una forte intraprendenza commerciale nelle fasi di maggior espansione della domanda ma un basso radicamento sul mercato, non in grado di sostenere le fasi di stagnazione, che ne limita le possibilità di difesa delle posizioni acquisite.

**I rapporti con la distribuzione avranno un ruolo sempre maggiore nel conseguimento di buoni risultati sui mercati esteri.** E' questa la sfida più importante per le imprese italiane, strutturalmente sottodimensionate rispetto ai principali concorrenti esteri e spesso non in grado di sviluppare proprie reti distributive né di avere un significativo potere contrattuale nei confronti delle strutture di distribuzione già presenti sul territorio. Una possibile soluzione dovrà essere cercata nell'instaurazione di sinergie commerciali tra produttori italiani, non solo all'interno dello stesso settore ma anche tra gli operatori legati dallo stesso mercato di destinazione (prodotti di consumo piuttosto che beni strumentali o intermedi per l'industria, ecc.) o dalla tipologia delle strutture distributive (ad esempio i prodotti veicolati dalla distribuzione organizzata), sfruttando anche eventuali favorevoli posizioni di mercato già raggiunte da altri produttori italiani.

**Nei vari mercati di destinazione delle merci italiane esiste, infatti, un'elevata dispersione delle nostre quote di mercato a livello settoriale, che evidenzia la possibilità di sostenere i risultati complessivi del sistema manifatturiero italiano facendo leva su quei settori che, in specifici mercati, risultano ancora in ritardo.** Utilizzando l'elevata disaggregazione settoriale e geografica della banca dati FIPICE e

raggruppando i diversi settori in base alle possibili comuni strategie commerciali e distributive è possibile evidenziare alcune di queste opportunità. Nei paesi dell'Est Europa (Russia ed ex paesi sovietici, Turchia) si segnalano spazi di sviluppo significativi per i settori maggiormente legati alla grande distribuzione (*Largo consumo* in particolare). Nei paesi asiatici, che godono di una fase di rapido sviluppo dell'apparato industriale, le opportunità migliori per i produttori italiani emergono per il settore dell'*Elettrotecnica* e per quello degli *Imballaggi*.

Per un'analisi più dettagliata delle opportunità di crescita all'estero per le imprese italiane si rimanda all'ultimo capitolo di questo Osservatorio.