

Rapporto ICE 2014-2015

# L'ITALIA NELL'ECONOMIA INTERNAZIONALE



ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane





---

**L'ITALIA NELL'ECONOMIA  
INTERNAZIONALE**

RAPPORTO ICE 2014-2015

---

Il Rapporto è stato redatto da un gruppo di lavoro dell'Ufficio di supporto per la pianificazione strategica, studi e rete estera dell'Ice

**Coordinamento generale:**

Gianpaolo Bruno

**Coordinamento scientifico:**

Lelio Iapadre

**Il Rapporto è realizzato con il prezioso ausilio di un Comitato editoriale del quale fanno parte:**

Fabrizio Onida (Presidente), Simona Camerano, Luca De Benedictis, Sergio De Nardis, Carlo De Simone, Silvia Fabiani, Marco Fortis, Giorgia Giovannetti, Lelio Iapadre, Alessandra Lanza, Andrea Meloni, Roberto Monducci, Roberto Pasca di Magliano, Beniamino Quintieri, Marco Simoni, Lucia Tajoli, Alessandro Terzulli, Giuseppe Tripoli.

**Hanno redatto il testo:**

Cristina Castelli, Donata Dionisi, Leopoldo Gudas, Sara Paulone, Alessia Proietti, Michele Repole, Renan Sacilotto, Marco Saladini, Vera Santomartino e, per il capitolo 7, Paolo Bulleri, Maurizio Cotrona e Fabio Giorgio (Ministero dello Sviluppo economico), Nicola Lener (Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale), Davide Ciferri e Annachiara Palazzo (Cassa depositi e prestiti), Marina Caltabiano e Fabiola Carosini (Simest), Ivano Gioia e Stefano Gorissen (Sace).

**Hanno collaborato:**

Chiara Bentivogli, Giulio Bosio, Patrizia Cella, Giancarlo Corò, Isabella Corvino, Stefano Costa, Alessia Demichelis, Laura Esposito, Anna M. Falzoni, Paolo Forestieri, Daniele Frigeri, Donatella Iaricci, Alessandra Lanza, Francesca Luchetti, Enrico Marvasi, Stefano Menghinello, Stefano Micelli, Paola Monti, Marco Mutinelli, Mariagloria Narilli, Gianmarco I.P. Ottaviano, Francesco Pagnini, Roberto Pasca di Magliano, Federico Sallusti, Luca Salvatici, Laurent Sansoucy, Carla Sciuillo, Lorenzo Soriani, Stefania Spingola, Andrea Stocchiero, Daniele Terriaca, Amedeo Teti, Gianluca Toschi, Claudio Vicarelli, Antonella Zucchella, Davide Zurlo.

**Si ringraziano inoltre per la collaborazione:**

Rita Arcese, Emanuele Baglioni, Rosa Buonocore, Arianna Cestra, Pamela Ciavoni, Emanuela Ciccolella, Adele Murolo, Giulia Pavese, Cristina Pierotti, Fabio Pizzino e Roberta Valente.

**Assistenza per elaborazione dati:**

Francesco Salierno, RetItalia Internazionale S.p.A.

Nel Rapporto si fa riferimento anche ai dati riportati nell'Annuario statistico Istat-Ice Commercio estero e attività internazionali delle imprese - Edizione 2015

La realizzazione del Rapporto è stata possibile grazie al contributo dell'Istat e della Banca d'Italia

Il Rapporto è stato redatto con le informazioni disponibili al 02 luglio 2015.

**Contatti:**

[pianificazione.strategica@ice.it](mailto:pianificazione.strategica@ice.it)

Nel sito [www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it) sono disponibili il Rapporto e dati statistici aggiornati

Finito di stampare nel mese di luglio 2015 presso  
la Tipolitografia Trullo srl - Via Ardeatina, 2479 - 00134 Roma  
T. 066535677 F. 0671302758



# INDICE

## 1. Lo scenario economico mondiale

|   |    |
|---|----|
| Quadro d'insieme  | 8  |
| 1.1 Scambi internazionali e investimenti diretti esteri   | 12 |
| 1.1.1 L'attività economica e i conti con l'estero   | 12 |
| Riquadri  |    |
| <i>Il rallentamento del commercio mondiale</i>  | 15 |
| <i>L'andamento del prezzo del petrolio</i>  | 18 |
| 1.1.2 Scambi di merci   | 21 |
| 1.1.3 Scambi di servizi   | 28 |
| 1.1.4 Investimenti diretti esteri   | 31 |
| Approfondimento   |    |
| <i>Strategie di investimento dei fondi sovrani nel nuovo scenario mondiale: opportunità per l'Europa e l'Italia</i> | 37 |
| 1.2 Le politiche commerciali e l'apertura dei mercati   | 48 |
| 1.2.1 L'accesso ai mercati internazionali: dazi e misure non tariffarie sugli scambi di merci                       | 48 |
| 1.2.2 Le barriere al commercio di servizi   | 52 |
| 1.2.3 Il processo di liberalizzazione degli scambi: l'Agenda di Doha e i negoziati plurilaterali                    | 55 |
| 1.2.4 Il ruolo dell'Omc nelle dispute commerciali   | 60 |
| 1.2.5 Gli accordi commerciali preferenziali   | 61 |
| Riquadro  |    |
| <i>Gli accordi preferenziali e il grado di introversione commerciale</i>  | 68 |
| 1.2.6 La politica commerciale dell'Unione Europea   | 72 |
| Approfondimenti   |    |
| <i>Il negoziato Ttip: un'opportunità da cogliere</i>  | 75 |
| <i>Geografia e benessere nei nuovi modelli quantitativi del commercio internazionale</i>                            | 78 |



# INDICE

|   |  |     |
|---|--|-----|
|    | <b>2. L'attività economica e i conti con l'estero dell'Italia</b>  |     |
|   | 2.1 Quadro macroeconomico  | 86  |
|   | Riquadro   |     |
|   | <i>I nuovi standard di contabilità nazionale e di bilancia dei pagamenti</i>   | 90  |
|   | 2.1.1 I saldi della bilancia dei pagamenti e la posizione sull'estero dell'Italia  | 91  |
|   | 2.2 Le esportazioni  | 96  |
|   | 2.3 Le importazioni  | 99  |
|   | Approfondimenti  |     |
|   | <i>Le quote di mercato dei principali paesi europei: aggiornamento e articolazione della constant-market-shares analysis</i>   | 102 |
|   | <i>Gli scambi con l'estero alla luce del Sec 2010: i servizi di lavorazione</i>  | 107 |
|  | <b>3. Le aree e i paesi</b>  |     |
|   | 3.1 Gli scambi di merci  | 112 |
|   | 3.2 Gli scambi di servizi  | 126 |
|   | 3.3 L'internazionalizzazione produttiva  | 126 |
|   | Approfondimenti  |     |
|   | <i>Le esportazioni e la geografia della domanda estera: un confronto tra l'Italia e i principali paesi dell'Unione Europea</i> | 132 |
|   | <i>Il ruolo degli imprenditori immigrati per l'interscambio commerciale dell'Italia</i>  | 138 |
|  | <b>4. I settori</b>  |     |
|   | 4.1 Gli scambi di merci  | 148 |
|   | 4.2 Gli scambi di servizi  | 161 |
|   | 4.3 L'internazionalizzazione produttiva  | 163 |
|   | Approfondimenti  |     |
|   | <i>L'Italia e i mercati di esportazione: un'analisi comparata delle barriere tariffarie</i>                                    | 167 |
|   | <i>Gli esportatori di prodotti alimentari nelle catene globali del valore</i>  | 174 |
|   | <i>L'accordo Ttip e il suo impatto sulle esportazioni dei settori italiani</i>   | 188 |
|   | <i>Manifattura, servizi alle imprese e grado di attivazione dell'export</i>  | 193 |



## 5. Il territorio

|  |     |
|--|-----|
| 5.1 Interscambio di merci  | 198 |
| 5.2 Interscambio di servizi                                      | 203 |
| 5.3 Indicatori di apertura internazionale delle regioni italiane | 206 |
| 5.4 Internazionalizzazione produttiva                            | 208 |

### Approfondimenti

|   |     |
|---|-----|
| <i>Distretti industriali e sistemi urbani: l'articolazione territoriale di esportazioni e partecipazioni estere</i> | 211 |
| <i>Lo scambio internazionale di servizi e gli investimenti diretti nelle macroaree italiane</i>                     | 215 |
| <i>Mercati del lavoro locali e competizione delle importazioni negli anni della crisi</i>                           | 223 |



## 6. Le imprese

|   |     |
|---|-----|
| 6.1 L'internazionalizzazione commerciale delle imprese italiane                         | 232 |
| 6.2 L'internazionalizzazione delle imprese italiane tramite investimenti diretti esteri | 242 |

### Approfondimenti

|  |     |
|--|-----|
| <i>Innovazione e internazionalizzazione: dalle imprese affermate alle nuove imprese internazionali</i>                       | 250 |
| <i>Piccole imprese globali crescono. Nuovo manifatturiero, tecnologie di rete ed e-commerce a sostegno del Made in Italy</i> | 256 |
| <i>Propensione all'export e performance interna ed estera delle imprese manifatturiere italiane nel 2012-2014</i>            | 263 |



## 7. Il sostegno pubblico all'internazionalizzazione delle imprese

|   |     |
|---|-----|
| Quadro d'insieme  | 270 |
| 7.1. Servizi reali e incentivi  | 277 |
| 7.1.1 Ministero dello Sviluppo economico  | 277 |
| Riquadri  |     |
| <i>Il piano straordinario per la promozione del Made in Italy e per l'attrazione degli investimenti dall'estero</i> | 285 |
| <i>Road show per l'internazionalizzazione</i>   | 290 |
| 7.1.2 Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale   | 293 |
| Riquadri  |     |
| Strumenti informativi per le imprese  | 295 |
| Tavoli nel settore infrastrutturale   | 297 |



# INDICE

|  |     |
|--|-----|
| 7.1.3 Ice - Agenzia  | 297 |
| <b>Riquadri</b>  |     |
| Borsa dell'innovazione e dell'alta tecnologia – edizione 2014  | 306 |
| Desk anticontraffazione e assistenza per gli ostacoli al commercio   | 310 |
| <b>Approfondimenti</b>   |     |
| <i>L'esperienza delle agenzie nazionali di promozione degli investimenti esteri in Europa</i>  | 315 |
| <i>Le importazioni e il ruolo delle Trade promotion organization</i>   | 322 |
| 7.1.4 Regioni  | 325 |
| <b>Approfondimento</b>   |     |
| <i>I rapporti tra stato e regioni nelle politiche di sostegno all'internazionalizzazione</i>   | 334 |
| 7.1.5 Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura  | 341 |
| 7.2 Servizi finanziari   | 344 |
| 7.2.1 Cassa depositi e prestiti  | 344 |
| <b>Riquadro</b>  |     |
| <i>Il ruolo di Cassa depositi e prestiti e del Fondo strategico italiano nell'attrazione degli investimenti esteri</i>                   | 347 |
| 7.2.2 Simest   | 348 |
| <b>Riquadro</b>  |     |
| <i>Novità introdotte a valere sul Fondo ex lege 394 del 1981</i>   | 355 |
| 7.2.3 Sace   | 357 |
| <b>Approfondimento</b>   |     |
| <i>Export Opportunity Index: su quali mercati puntare?</i>   | 363 |
| 7.3 Monitoraggio e valutazione   | 365 |
| 7.3.1 Valutazione e <i>customer satisfaction</i> all'Ice   | 365 |
| <b>Riquadro</b>  |     |
| <i>Indagine per la valutazione della qualità dei servizi offerti da Ice, Sace e Simest</i>   | 367 |
| <b>Approfondimenti</b>   |     |
| <i>Il sostegno all'internazionalizzazione: le caratteristiche strutturali dell'utenza Ice e la sua distribuzione per tipo di servizi</i> | 369 |
| <i>La performance della rete estera Ice: i risultati del biennio 2013-2014</i>   | 377 |



# LO SCENARIO ECONOMICO MONDIALE





# LO SCENARIO ECONOMICO MONDIALE

## Quadro d'insieme

*La crescita dell'economia mondiale ha continuato a dare segnali di moderata ripresa nel corso del 2014, nonostante il persistere di fattori di incertezza riconducibili al crollo del prezzo del petrolio, alle forti oscillazioni delle principali valute, alla volatilità dei flussi di capitali, al protrarsi di una bassa inflazione e alle continue tensioni geopolitiche.*

*Secondo le previsioni, nel 2015 le economie emergenti e in via di sviluppo si confermerebbero le aree che contribuiscono maggiormente alla crescita del Pil mondiale, nonostante si prospetti un loro ulteriore rallentamento rispetto agli anni passati. Le economie avanzate dovrebbero accelerare la propria ripresa, guidate dagli Stati Uniti e dall'Area dell'euro che, per la prima volta dalla crisi, dovrebbe far segnare un Pil in crescita per tutti i paesi membri, confermando dunque la conclusione del ciclo negativo iniziato alla fine del 2011. Nei paesi emergenti è prevista un'accelerazione del Pil indiano a fronte di un rallentamento di quello cinese, legato alle difficoltà del settore bancario, alle dimensioni del debito pubblico e privato e al rallentamento del mercato immobiliare. La Comunità degli Stati Indipendenti dovrebbe subire una caduta del Pil, condizionata dalla situazione della Russia, mentre si prospetta una crescita sostenuta per l'Africa e per il Medio Oriente.*

*La ripresa economica dovrebbe tradursi in una crescita degli scambi di beni e servizi leggermente superiore a quella degli ultimi anni. Le esportazioni mondiali di merci nel 2014 hanno confermato la dinamica dell'anno precedente, con Asia e America settentrionale che hanno fatto registrare la maggiore crescita. Dal lato delle importazioni, i paesi avanzati e l'Africa hanno conseguito variazioni superiori alla media mondiale sia nei valori che nei volumi. In Asia la crescita sostenuta dei volumi non ha impedito una variazione negativa dei valori importati.*

*Esprese in valore, le esportazioni mondiali di servizi hanno continuato a crescere più rapidamente di quelle di merci, penalizzate dalla flessione dei prezzi delle materie prime.*

*La crescita del commercio mondiale prevista per i prossimi anni dovrebbe manifestare un modesto recupero della sua elasticità rispetto al Pil, dopo la riduzione significativa conseguente alla crisi del 2009. Ciononostante, il persistere di fattori congiunturali e strutturali di indebolimento del commercio mondiale, fra cui il freno delle spinte espansive provenienti dallo sviluppo delle reti produttive internazionali, potrebbe non consentire il ritorno ai livelli di elasticità degli anni novanta.*

*L'incertezza sulle prospettive delle economia globale e gli elevati rischi geopolitici hanno comportato nel 2014 una contrazione dei flussi in entrata degli investimenti diretti esteri (Ide). I nuovi investimenti sono risultati in parte spiazzati da cospicui disinvestimenti. I flussi in entrata verso le economie in via di sviluppo hanno per la prima volta superato quelli diretti verso le economie avanzate. La graduatoria dei primi dieci paesi per capacità di attrazione di Ide conta cinque paesi in via di sviluppo, nell'ordine: Cina, Hong Kong, Singapore, Brasile e India. I flussi mondiali di investimenti diretti in uscita hanno invece fatto registrare una crescita. I paesi sviluppati, sia pure in lieve flessione, hanno confermato il proprio primato. In forte aumento i flussi in uscita dai paesi in via di sviluppo. Nella composizione dei flussi in entrata, i progetti greenfield rimangono in gran parte destinati ai paesi in via di sviluppo, ma sono risultati in lieve calo nel 2014, mentre le opera-*

*zioni internazionali relative a fusioni e acquisizioni sono aumentate.*

*La formulazione delle politiche commerciali ai vari livelli negoziali (bilaterale, regionale, plurilaterale e multilaterale) influisce sulla divisione internazionale del lavoro e sull'operatività delle catene globali del valore. Dal momento che queste politiche non riguardano solo l'applicazione delle tariffe doganali, ma disciplinano molti aspetti dei processi di internazionalizzazione, ne sono necessari un attento monitoraggio e la valutazione degli effetti sui processi di integrazione economica.*

*I rapporti periodici dell'Organizzazione mondiale del commercio (Omc) indicano che il numero di restrizioni agli scambi ha continuato a salire durante la crisi, nonostante l'impegno preso dai paesi del G20 di non introdurre di nuove e di eliminare quelle esistenti.*

*Il livello medio delle tariffe applicate alle importazioni di merci è risultato in lieve rialzo, principalmente per gli aumenti dei dazi sulle materie prime. Permangono inoltre molte differenze a livello settoriale e tra paesi: i prodotti agroalimentari continuano a riscontrare un grado di protezione relativamente elevato, insieme ad alcuni beni di consumo, soprattutto nei paesi emergenti. Desti preoccupazione, inoltre, il fatto che continuino a essere adottate misure non-tariffarie, il cui impatto restrittivo sugli scambi è ritenuto anche superiore a quello dei dazi doganali per via della loro complessità, scarsa trasparenza e per il fatto che spesso non sono di natura temporanea. Pur perseguendo fini del tutto legittimi, le varie norme tecniche, sanitarie e fitosanitarie, così come le regole di origine, possono infatti celare intenti protezionistici.*

*Con riguardo agli scambi di servizi, dove le limitazioni derivano principalmente da regolamentazioni in vigore nei singoli stati, il grado di apertura differisce considerevolmente. I servizi di trasporto aereo e alcuni servizi professionali (come quelli legali e contabili) presentano un grado di restrizione elevato. Per contro, si osserva un maggiore grado di apertura per i servizi relativi al trasporto stradale e alla distribuzione. Differenze considerevoli si notano anche nella ripartizione geografica: in generale, i paesi emergenti appaiono più chiusi agli scambi di servizi rispetto all'Unione Europea e agli altri paesi sviluppati, ma anche in ambito europeo i Paesi Bassi, il Regno Unito e la Germania mostrano un maggiore grado di apertura rispetto ad Austria, Grecia e Italia.*

*Per gli investimenti esteri, che rappresentano un tassello cruciale nelle reti globali di produzione, le politiche adottate dagli stati sono, ormai da tempo, volte a una maggiore liberalizzazione, in quanto attrarre l'ide comporta in genere importanti spillovers positivi in termini di produttività, occupazione e trasferimento di conoscenza. Anche nel 2014 la maggior parte delle misure adottate mira a una maggiore apertura dei mercati.*

*A livello multilaterale il processo negoziale per liberalizzare gli scambi non ha segnato molti progressi negli ultimi mesi, sia come attuazione degli impegni assunti alla conferenza ministeriale di Bali che come prosecuzione dei negoziati di Doha. L'accordo sulla facilitazione degli scambi (Trade Facilitation Agreement) non è ancora entrato in vigore a causa di un rallentamento nell'iter di ap-*



provazione e di ratifica, ma si ritiene che sarà attivo prima della prossima conferenza ministeriale dell'Omc, prevista a dicembre a Nairobi. Con riguardo all'Agenda di Doha, l'adozione di un piano di lavoro condiviso è slittata a metà 2015, nè sono stati conseguiti progressi sostanziali nel corso del 2014, specialmente sulle questioni più sensibili del negoziato agricolo. Del resto anche la sorte dei negoziati sulla liberalizzazione dei servizi è strettamente legata a come proseguono i lavori negli altri ambiti.

A fronte dei limitati progressi al tavolo multilaterale, hanno segnato qualche avanzamento le trattative di tipo plurilaterale, su iniziativa di alcuni paesi che hanno l'obiettivo di raggiungere un accordo per temi specifici. Questi negoziati riguardano i servizi (Trade in Services Agreement), i prodotti elettronici (Information Technology Agreement, Ita) e i beni del settore ambientale (Environmental Goods Agreement).

Le trattative sui servizi stanno avanzando più rapidamente su tematiche quali la regolamentazione interna e la trasparenza, le telecomunicazioni, i servizi finanziari e il commercio elettronico, mentre vi sono maggiori difficoltà con riguardo ai trasporti marittimi, ai trasporti su strada e al movimento internazionale delle persone. L'accordo Ita ha subito un rallentamento e a oggi manca un'intesa sulla lista di prodotti da liberalizzare. Quanto all'accordo in tema ambientale, i negoziatori prevedono di riuscire a presentarne una versione preliminare, comprendente l'elenco dei prodotti oggetto di liberalizzazione, alla conferenza ministeriale di Nairobi.

Continua ad aumentare anche il numero di accordi commerciali preferenziali conclusi o in fase di trattativa. Tra di essi, tuttavia, i due più noti negoziati mega-regionali (Trans-Pacific Partnership Transatlantic Trade and Investment Partnership, Ttip) si trovano in una fase di rallentamento per la complessità e la sensibilità di alcuni temi trattati e per il fatto che il governo degli Stati Uniti è riuscito solo recentemente a ottenere l'approvazione della legge sulla Trade Promotion Authority. Di fatto, l'annoso dibattito sul regionalismo e sullo spaghetti bowl sembra in via di ridimensionamento, in quanto potrebbe essere in corso una multilateralizzazione del processo, con normative – inizialmente adottate a livello bilaterale – che vengono introdotte in trattati di portata sempre più ampia, fino a diffondersi a livello globale. Per il momento, tuttavia, la copertura normativa e la profondità delle regolamentazioni differiscono considerevolmente tra i vari accordi. Se fino al 2000 i trattati erano prevalentemente volti a liberalizzare gli scambi di merci, negli anni successivi essi hanno incluso in misura crescente norme volte ad aprire i mercati dei servizi, includendo spesso regolamentazioni sugli investimenti esteri, sui diritti di proprietà intellettuale, sulla tutela della concorrenza, oltre a norme di vario genere per semplificare o limitare il ricorso a misure non-tariffarie. Soprattutto gli accordi di nuova generazione affrontano temi sui quali non è stato possibile raggiungere un'intesa a livello multilaterale, o vanno al di là di quanto dispongono le normative globali.

*L'Unione Europea è tra i principali promotori di questi accordi di nuova generazione (Deep and Comprehensive Free Trade Agreements) e ha in corso molti negoziati con i suoi partner commerciali, tra cui la Ttip con gli Stati Uniti. Tra le trattative concluse di recente vi sono gli Accordi di associazione con Georgia, Moldavia e Ucraina e gli Accordi di partenariato economico con l'Africa occidentale, la Comunità dell'Africa orientale e la Comunità di sviluppo dell'Africa meridionale, che prevedono l'introduzione – per la prima volta – di un regime basato su concessioni reciproche, sia pure asimmetriche.*



## 1.1 Scambi internazionali e investimenti diretti esteri\*

### 1.1.1 L'attività economica e i conti con l'estero

Nel 2014 il ciclo economico internazionale ha proseguito nel suo percorso di moderata ripresa, mostrando un rallentamento delle economie emergenti e un'accelerazione di quelle avanzate, con un'espansione più marcata nella parte centrale dell'anno. Secondo le stime del Fondo monetario internazionale (Fmi), il Pil mondiale a prezzi costanti, calcolato a parità di potere d'acquisto, dovrebbe crescere del 3,5 per cento nel 2015 e del 3,8 per cento nel 2016 (tavola 1.1).<sup>1</sup>

Tavola 1.1 - Quadro macroeconomico

| Aree e paesi                                   | Prodotto interno lordo <sup>(1)</sup><br>(var. %) |                     |                     |                     | Prodotto interno lordo <sup>(1)</sup><br>(quote percentuali<br>sul Pil mondiale) <sup>(2)</sup> |                     |                     |                     | Saldo di conto corrente<br>(in percentuale del Pil) |                     |                     |                     |
|--|---|---------------------|---------------------|---------------------|---|---------------------|---------------------|---------------------|---|---------------------|---------------------|---------------------|
|  | 2013  | 2014 <sup>(2)</sup> | 2015 <sup>(2)</sup> | 2016 <sup>(2)</sup> | 2013  | 2014 <sup>(2)</sup> | 2015 <sup>(2)</sup> | 2016 <sup>(2)</sup> | 2013  | 2014 <sup>(2)</sup> | 2015 <sup>(2)</sup> | 2016 <sup>(2)</sup> |
| <b>Economie avanzate</b>                       | <b>1,4</b>  | <b>1,8</b>          | <b>2,4</b>          | <b>2,4</b>          | <b>43,8</b>   | <b>43,1</b>         | <b>42,7</b>         | <b>42,2</b>         | <b>0,3</b>  | <b>0,4</b>          | <b>0,6</b>          | <b>0,4</b>          |
| <i>Stati Uniti</i>                             | 2,2   | 2,4                 | 3,1                 | 3,1                 | 16,3  | 16,1                | 16,1                | 16,0                | -2,4  | -2,4                | -2,3                | -2,4                |
| <i>Giappone</i>                                | 1,6   | -0,1                | 1,0                 | 1,2                 | 4,6   | 4,4                 | 4,3                 | 4,2                 | 0,7   | 0,5                 | 1,9                 | 2,0                 |
| Area dell'euro                                 | -0,5  | 0,9                 | 1,5                 | 1,7                 | 12,4  | 12,1                | 11,9                | 11,7                | 2,2   | 2,3                 | 3,3                 | 3,1                 |
| <b>Economie emergenti e in via di sviluppo</b> | <b>5,0</b>  | <b>4,6</b>          | <b>4,3</b>          | <b>4,7</b>          | <b>56,2</b>   | <b>56,9</b>         | <b>57,3</b>         | <b>57,8</b>         | <b>0,7</b>  | <b>0,7</b>          | <b>0,1</b>          | <b>0,4</b>          |
| Europa centrale e orientale                    | 2,9   | 2,8                 | 2,9                 | 3,2                 | 3,3   | 3,3                 | 3,3                 | 3,2                 | -3,8  | -2,9                | -2,4                | -3,0                |
| Comunità degli Stati Indipendenti              | 2,2   | 1,0                 | -2,6                | 0,3                 | 4,8   | 4,7                 | 4,4                 | 4,3                 | 0,6   | 2,2                 | 2,5                 | 3,7                 |
| <i>Russia</i>                                  | 1,3   | 0,6                 | -3,8                | -1,1                | 3,4   | 3,3                 | 3,1                 | 2,9                 | 1,6   | 3,1                 | 5,4                 | 6,3                 |
| Paesi asiatici emergenti                       | 7,0   | 6,8                 | 6,6                 | 6,4                 | 28,6  | 29,5                | 30,5                | 31,2                | 1,0   | 1,3                 | 2,1                 | 2,0                 |
| <i>Cina</i>                                    | 7,8   | 7,4                 | 6,8                 | 6,3                 | 15,7  | 16,3                | 16,9                | 17,3                | 1,9   | 2,0                 | 3,2                 | 3,2                 |
| <i>India</i>                                   | 6,9   | 7,2                 | 7,5                 | 7,5                 | 6,6   | 6,8                 | 7,1                 | 7,4                 | -1,7  | -1,4                | -1,3                | -1,6                |
| America centro-meridionale                     | 2,9   | 1,3                 | 0,9                 | 2,0                 | 8,8   | 8,7                 | 8,4                 | 8,3                 | -2,8  | -2,8                | -3,2                | -3,0                |
| <i>Brasile</i>                                 | 2,7   | 0,1                 | -1,0                | 1,0                 | 3,1   | 3,0                 | 2,9                 | 2,8                 | -3,4  | -3,9                | -3,7                | -3,4                |
| Medio Oriente e Africa settentrionale          | 2,3   | 2,4                 | 2,7                 | 3,7                 | 6,8   | 6,8                 | 6,7                 | 6,7                 | 10,7  | 7,0                 | -2,0                | 0,0                 |
| Africa sub-sahariana                           | 5,2   | 5,0                 | 4,5                 | 5,1                 | 3,0   | 3,1                 | 3,1                 | 3,2                 | -2,5  | -3,3                | -4,6                | -4,1                |
| <i>Sudafrica</i>                               | 2,2   | 1,5                 | 2,0                 | 2,1                 | 0,7   | 0,7                 | 0,67                | 0,6                 | -5,8  | -5,4                | -4,6                | -4,7                |
| <b>Mondo</b>                                   | <b>3,4</b>  | <b>3,4</b>          | <b>3,5</b>          | <b>3,8</b>          | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b>        | <b>100,0</b>        | <b>100,0</b>        | <b>-</b>  | <b>-</b>            | <b>-</b>            | <b>-</b>            |

(1) A prezzi costanti e tassi di cambio basati sulle parità dei poteri d'acquisto.

(2) Stime e previsioni.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi, World Economic Outlook, aprile 2015

<sup>1</sup> Imf (2015), *Uneven Growth, Short- and Long-Term Factors*, World Economic Outlook, April 2015 <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/pdf/text.pdf>

\* Redatto da Leopoldo Gudas (Ice) e Michele Repole (Ice) con la supervisione di Giorgia Giovannetti (Università di Firenze)

Sia pure con alcune differenziazioni tra aree e singoli paesi, la crescita dovrebbe consolidarsi nelle economie avanzate, salendo dall'1,8 per cento nel 2014 al 2,4 per cento nel 2015, a fronte di un ulteriore rallentamento per le economie emergenti e in via di sviluppo, che passerebbero dal 4,6 per cento del 2014 al 4,3 per cento del 2015.

I principali motivi di incertezza su queste stime sono legati all'andamento del prezzo del petrolio, alle prospettive di rialzo dei tassi d'interesse americani, a un ulteriore rafforzamento del dollaro, alla volatilità dei flussi di capitali, al protrarsi di una bassa inflazione e, infine, alle continue tensioni geopolitiche.

Nell'ambito delle economie avanzate, nel 2015 la crescita del Pil dovrebbe essere il risultato di una variazione più sostenuta negli Stati Uniti (+3,1 per cento) e più moderata nell'Area dell'euro (+1,5 per cento) e in Giappone (+1 per cento). La ripresa negli Stati Uniti si è confermata solida: i consumi hanno beneficiato della creazione di nuovi posti di lavoro e dell'aumento dei salari, che hanno generato un miglioramento nella fiducia delle famiglie. Nonostante la Federal Reserve (Fed) abbia smesso di acquistare titoli nell'ottobre 2014, per il momento non è prevista una politica monetaria diversa rispetto a quella dei tassi zero. Inoltre la Fed ha comunicato che ogni eventuale modifica sarà subordinata a obiettivi definiti sia in termini di occupazione che di inflazione. Oltre che su questo orientamento accomodante della politica monetaria, le previsioni di crescita si basano su ipotesi di andamento al ribasso dei prezzi dell'energia, inflazione contenuta, condizioni finanziarie favorevoli, ridotto drenaggio fiscale e miglioramento della situazione del mercato immobiliare. Questi aspetti dovrebbero compensare gli effetti derivanti dal rafforzamento del dollaro.

In Giappone, il Pil dovrebbe crescere dell'1 per cento nel 2015, sorretto da una politica monetaria espansiva, da più elevati salari reali e dal costo ridotto delle materie prime. Nell'Area dell'euro l'attività economica ha ripreso a crescere nel 2014, sia pure frenata da investimenti privati ancora deboli, ad eccezione dei casi della Germania, della Spagna e dell'Irlanda. Il 2015 dovrebbe confermare la conclusione del ciclo negativo che ha interessato l'area a partire dalla fine del 2011. L'andamento del Pil, per la prima volta dall'inizio della crisi, dovrebbe risultare positivo per tutti i paesi membri. Il tasso di crescita dell'area dovrebbe ulteriormente consolidarsi nel 2016, attestandosi sull'1,7 per cento. La ripresa continuerà a essere sostenuta dal programma di acquisto dei titoli da parte della Banca centrale europea (Bce), che ha contribuito al deprezzamento dell'euro e mira a stabilizzare il livello dell'inflazione. I fattori di rischio riguardano la dinamica rallentata dei prezzi, che potrebbe sfavorire i paesi più indebitati, e gli effetti della crisi greca sui mercati finanziari.

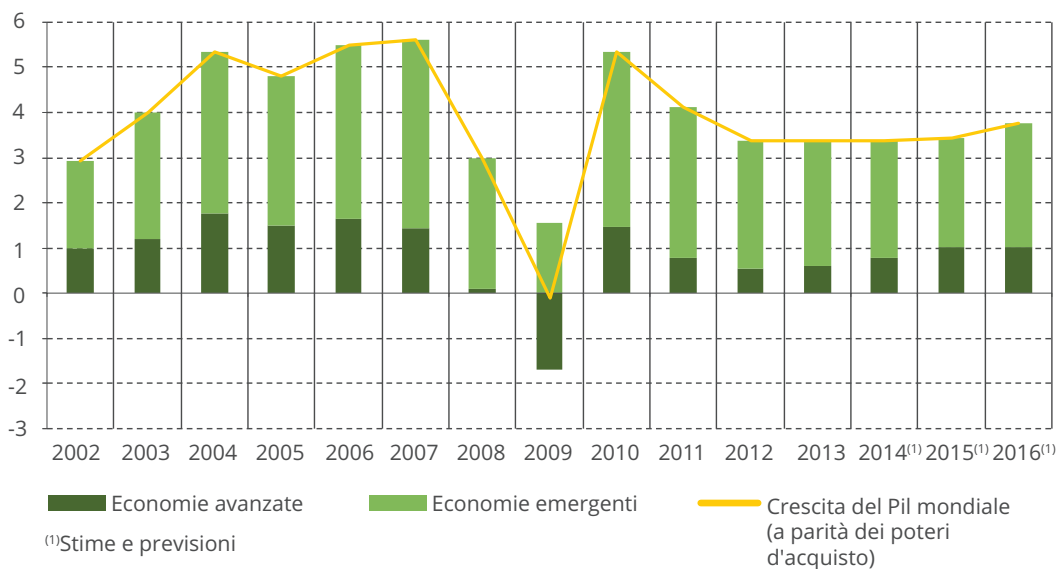
Come anticipato, le economie emergenti e in via di sviluppo hanno subito un rallentamento nel loro percorso di espansione. In Cina, l'abbassamento della crescita dovrebbe protrarsi nel medio termine, con tassi del 6,8 per cento nel 2015 e del 6,3 per cento nel 2016. Le cause principali vanno ricercate nelle difficoltà del settore bancario, legate alle ampie dimensioni del debito pubblico e privato, e nel rallentamento del mercato immobiliare. Al contrario, l'economia indiana, dopo una fase di accelerazione, dovrebbe far registrare un tasso di crescita del 7,5 per cento sia nel 2015 sia nell'anno successivo. Le previsioni sull'attività economica nel continente africano e nell'area mediorientale individuano nel 2015 un anno di marcato rallentamento, dovuto al contesto di forte instabilità geopolitica e al calo delle quotazioni delle materie prime, mentre nel 2016 fanno intravedere una possibile ripresa. Le stime per l'anno in corso vedono un crollo dell'attività produttiva in Russia (-3,8 per cento), che potrebbe protrarsi nel 2016 (-1,1 per cento). Sull'economia del paese continuano a pesare i problemi legati alla sua dipendenza dal comparto energetico, alla crisi dei consumi frenati dall'inflazione, alle incertezze riguardanti l'evoluzione della crisi ucraina e alle sanzioni economiche a essa collegate. Infine, in America centro-meridionale le previsioni mostrano un rallentamento nel 2015, dovuto in buona parte alle difficoltà economica del Brasile (-1 per cento), dovute all'orientamento restrittivo delle politiche macroeconomiche e alla crisi di fiducia del settore privato,



anche in relazione agli irrisolti problemi strutturali del sistema. Nel complesso, secondo le stime del Fmi, il gruppo delle economie emergenti e in via di sviluppo ha ulteriormente ampliato la sua quota sul Pil mondiale, giunta oltre il 57 per cento. Malgrado il rallentamento subito nel 2014, il suo contributo alla crescita dell'economia mondiale rimane largamente superiore a quello delle economie avanzate (grafico 1.1).

**Grafico 1.1 - Contributi alla crescita del Pil mondiale**

Variazioni percentuali



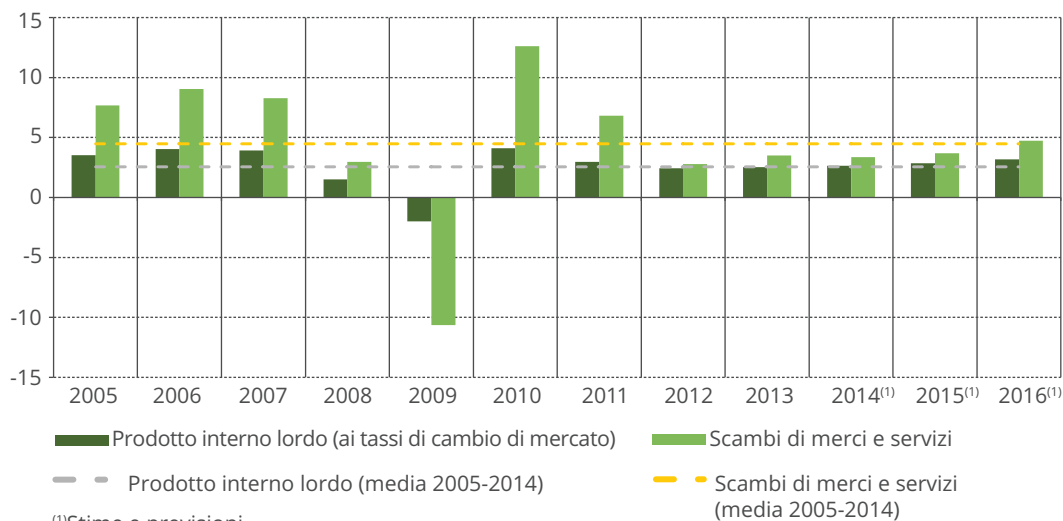
Gli effetti della crisi economica, che avevano concorso ad attenuare i principali squilibri nei conti correnti di bilancia dei pagamenti, stanno iniziando a venir meno. Da un lato, i deficit degli Stati Uniti e dell'India si sono stabilizzati e le previsioni per il 2016 sembrerebbero indicare un nuovo ampliamento; dall'altro, il ridimensionamento dei surplus della Cina, del Giappone e della Russia sembra aver ceduto il passo a un nuovo aumento dei loro saldi positivi. Inoltre, prosegue l'espansione del saldo positivo dell'Area dell'euro, mentre il tradizionale surplus del Medio Oriente e Nord Africa tende ad annullarsi.

Le stime sugli scambi internazionali di beni e servizi indicano una crescita del commercio del 3,7 per cento per il 2015 e del 4,7 per cento per il 2016 (grafico 1.2). Si tratta di un incremento lievemente superiore a quello registrato nel 2014, ma comunque al di sotto della media del periodo precedente alla crisi. Si intensificano quindi i dubbi sulla capacità degli scambi di tornare a espandersi a un tasso molto superiore rispetto alla crescita del Pil.



**Grafico 1.2 - Produzione e commercio mondiali**

Variazioni percentuali in volume



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

## Il rallentamento del commercio mondiale

di Michele Repole\*

La riduzione del divario tra la crescita del commercio mondiale e quella dell'attività produttiva è un fenomeno in atto a partire dagli anni 2000, acuitosi dopo la crisi del 2009: l'elasticità degli scambi rispetto al Pil, che aveva raggiunto un livello pari a circa 2 negli anni novanta, dal 2011 si è ridotta poco al di sopra dell'unità.

Il rallentamento del commercio mondiale può essere spiegato sia da fattori congiunturali che da fattori strutturali. Le cause congiunturali sono attribuibili alla debolezza della domanda aggregata (dopo la crisi il Pil mondiale ha perso circa il 4,5 per cento di crescita rispetto al trend precedente) e ai cambiamenti nella sua composizione geografica e settoriale. La caduta degli investimenti durante la crisi e la loro persistente debolezza negli anni successivi, in particolare per le economie avanzate, hanno sicuramente influito sull'andamento del commercio mondiale. Infatti, gli investimenti costituiscono la componente di domanda a maggiore contenuto di importazioni (*import-intensive*). Questi fattori hanno influito in misura considerevole sull'attuale debolezza del commercio, ma non possono spiegarne pienamente il rallentamento, in particolare dal 2012.<sup>1</sup> La dinamica di sviluppo delle catene globali del valore (Cgv), prima e dopo la crisi, rappresenta uno dei fattori strutturali che possono aver contribuito al fenomeno. La crescita dell'elasticità degli scambi negli anni novanta è riconducibile all'intensificarsi della frammentazione internazionale dei processi produttivi, a seguito delle politiche di liberalizzazione commerciale, del calo dei tempi e dei costi di consegna delle merci, nonché della diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Ict) e delle modalità di produzione *just-in-time*. Lo sviluppo delle reti produttive internazionali potrebbe verosimilmente essere il motivo della forte espansione del commercio globale in quel periodo, grazie alla crescita degli scambi di beni intermedi all'interno di tali reti. In maniera speculare, l'esaurirsi della fase più dinamica delle Cgv in alcuni dei principali

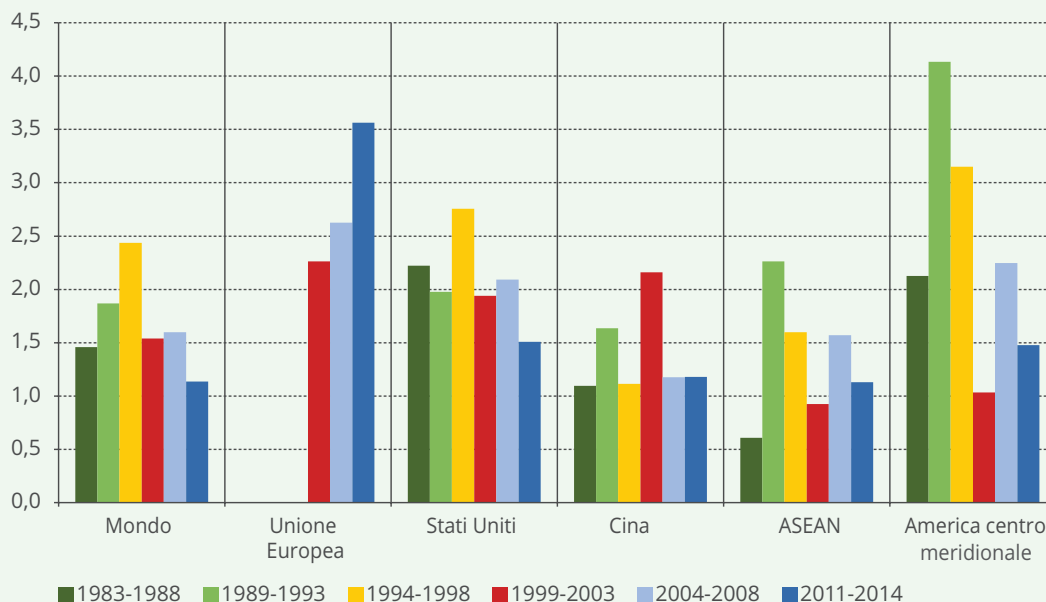
\* Ice.

<sup>1</sup> Costantinescu C., Mattoo A. e Ruta M. (2015) *The Global Trade Slowdown: Cyclical or Structural?* World Bank Group, "Policy Research Working Paper", n.7158.

paesi coinvolti potrebbe spiegare il decremento dell'elasticità del commercio successivo agli anni 2000. Un ulteriore fattore rilevante è rintracciabile nei recenti indirizzi delle politiche commerciali. Le difficoltà dei negoziati multilaterali per la liberalizzazione degli scambi e le nuove spinte protezionistiche affiorate dopo la crisi hanno contribuito a rallentare la crescita del commercio.<sup>2</sup> La dinamica degli scambi rispetto al Pil ha assunto dimensioni differenti tra i diversi paesi e aree.<sup>3</sup> L'elasticità è diminuita maggiormente in America Latina, mentre l'Unione Europea risulterebbe in controtendenza (grafico 1). In Cina l'elasticità è in declino dalla metà degli anni 2000, presumibilmente per effetto del processo di sostituzione dei componenti importati con input prodotti internamente. Negli Stati Uniti l'elasticità si è ridotta negli ultimi anni, da quando il paese ha avviato un processo tendente all'autosufficienza energetica e il grado di frammentazione produttiva internazionale delle sue imprese ha dato segni di rallentamento.

### Grafico 1 - Elasticità del commercio rispetto alla produzione

Rapporto tra il tasso di crescita medio annuo delle importazioni di beni e servizi e del prodotto interno lordo



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e Fmi.

Lo scenario dei prossimi anni prevede un modesto recupero dell'elasticità del commercio, che tuttavia, nonostante la ripresa, potrebbe non tornare ai livelli raggiunti negli anni novanta. Pesa negativamente, tra l'altro, la persistente debolezza del ciclo relativo dell'Unione Europea, che resta una delle regioni con il più alto grado di apertura agli scambi internazionali. Inoltre appare incerto il ruolo della domanda nelle economie emergenti. Da una parte, è possibile che la riduzione della propensione all'investimento e l'indebolimento della domanda di beni intermedi mantengano bassa la dinamica del commercio; dall'altra, l'estensione della divisione internazionale della produzione verso regioni ancora relativamente chiuse (Africa sub-sahariana e America meridionale) potrebbe restituire vivacità agli scambi.

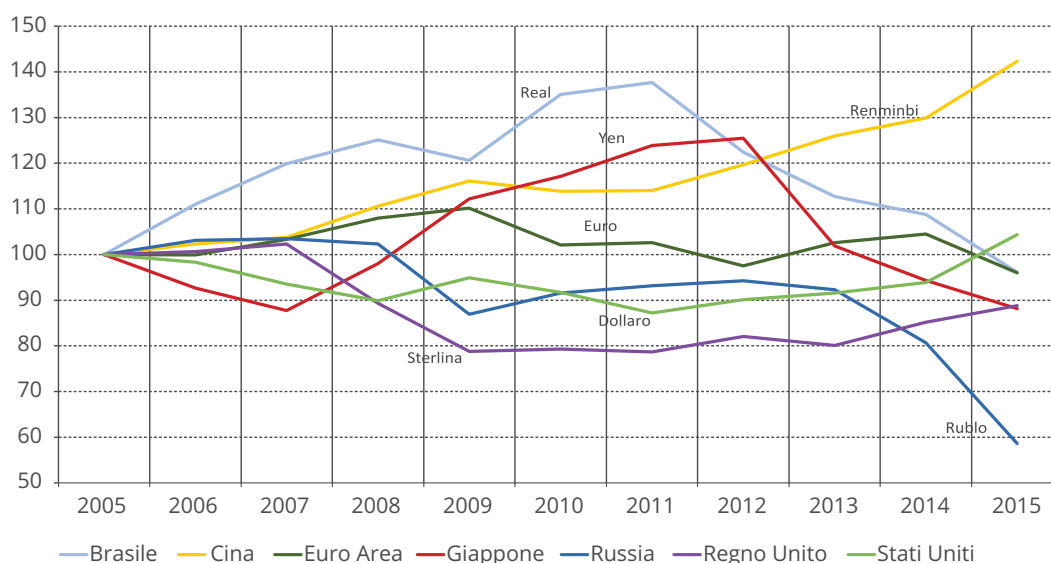
<sup>2</sup> Dall'ottobre 2008 le misure restrittive del commercio sono aumentate, raggiungendo il numero di 1.244, di cui 962 ancora in vigore. Fonte: Wto (2014), *Report on G-20 Trade Measures*.

<sup>3</sup> European Commission – Directorate-General for Economic and Financial Affairs (2015), *European Economic Forecast, Winter 2015*, n.1.

La dinamica calante dei prezzi delle materie prime riflette, tra l'altro, la persistente debolezza della domanda (grafico 1.4). Questo fenomeno riguarda in particolare il settore energetico, dove il prezzo del petrolio ha subito un declino molto più rapido rispetto alle altre materie prime, facendo segnare un calo di circa il 45 per cento del suo valore dal settembre 2014. La discesa dei prezzi dell'energia è attribuibile, dal lato della domanda, al calo delle importazioni provenienti dalle maggiori economie globali, in particolare da quelle emergenti e, dal lato dell'offerta, alla scelta dell'Organizzazione dei paesi esportatori di petrolio (Opec) di mantenere invariati i livelli di attività, nonostante la flessione dei prezzi, in un quadro di recupero della produzione di alcuni membri (Iraq) e di aumento di quella dei paesi extra Opec.

**Grafico 1.3 - Tassi di cambio effettivi nominali**

Indici 2005=100

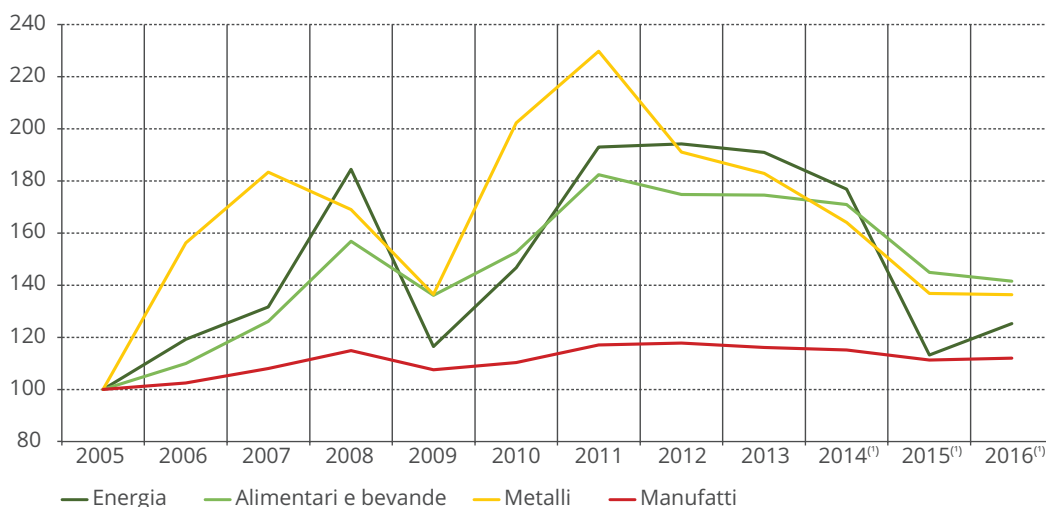


(<sup>1</sup>) Il dato del 2015 è riferito al periodo gennaio-aprile

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi

**Grafico 1.4 - Prezzi in dollari del commercio internazionale**

Indici 2005=100



(<sup>1</sup>) Stime e previsioni

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi



## L'andamento del prezzo del petrolio

di Leopoldo Gudas\*

L'aumento della domanda di materie prime conseguente alla rapida crescita della Cina e delle altre economie emergenti a partire dalla fine degli anni novanta diede inizio al super-ciclo di ascesa del prezzo del petrolio, interrotto dalle brusche fluttuazioni che caratterizzarono l'esordio della crisi globale. Dopo quattro anni di relativa stabilità, intorno ai 100 dollari al barile (bbl), il prezzo del greggio è sceso bruscamente nella seconda metà del 2014, giungendo a segnare valori minimi poco superiori ai 40 dollari bbl (grafico 1) prima di risalire leggermente negli ultimi mesi.

**Grafico 1 - Andamento del prezzo del petrolio, 2005-2015**

Valori in dollari a barile



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eia

Il rapido crollo del prezzo del petrolio sembra essere la conseguenza di diversi fattori: la lunga eredità degli effetti della crisi economica del 2009, l'aumento delle forme di produzione non convenzionale, il cambiamento delle politiche perseguite dall'Opec e il rafforzamento del dollaro statunitense.<sup>1</sup>

\* Ice.

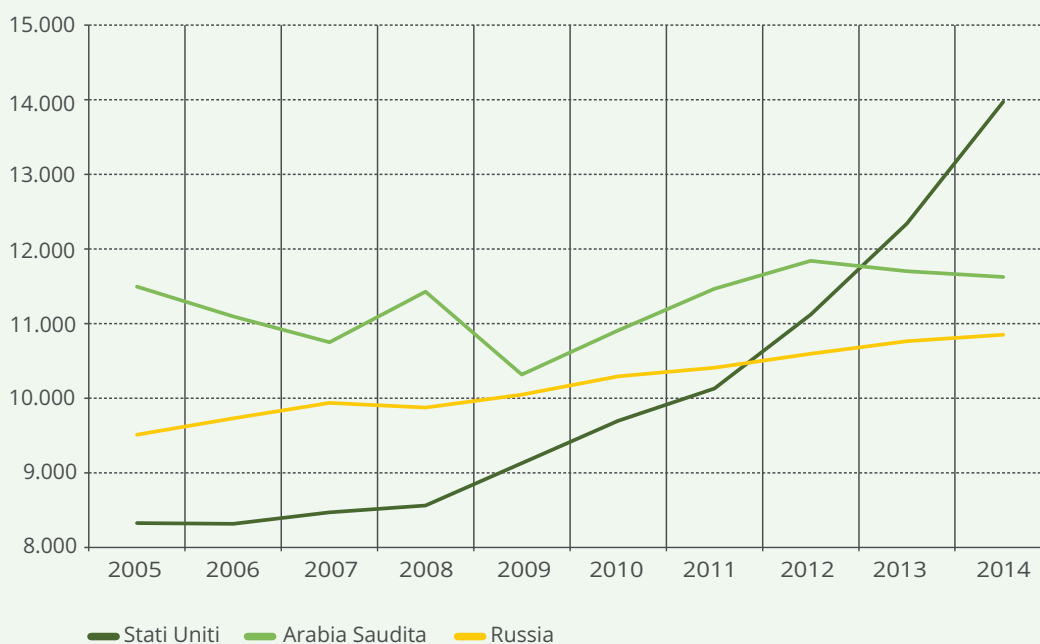
<sup>1</sup> Baffes J., Kose M.A., Ohnsorge F. e Stocker M. (2015), *The Great Plunge in Oil Prices: Causes, Consequences, and Policy Responses*, World Bank Group, "Policy Research Note", n. 1.

Il rallentamento della crescita economica globale sembra destinato a perdurare nel breve periodo, non solo a causa delle conseguenze della crisi, ma anche di fattori strutturali. Da un lato, alcune delle economie emergenti che avevano innescato la dinamica del super-ciclo delle materie prime, come la Cina, hanno raggiunto un livello di maturazione che difficilmente permetterà loro di mantenere i recenti tassi di crescita nel prossimo futuro. Dall'altro, molte economie avanzate, e anche alcune emergenti, hanno delle problematiche legate alle proprie strutture demografiche.

In questo quadro si è inserito negli ultimi anni l'aumento costante della produzione petrolifera, grazie all'utilizzo di procedure non convenzionali come il *fracking* e le trivellazioni orizzontali. Proprio grazie allo stabilizzarsi del prezzo del petrolio sopra i 100 dollari al barile è stato possibile fare forti investimenti in queste tecniche estrattive alternative, avendone poi un ritorno economico. Lo *shale oil* ha permesso agli Stati Uniti di aumentare la propria produzione giornaliera, nell'arco di soli sette anni, da poco sopra ai 7 milioni di barili agli oltre 13 milioni attuali, diventando il primo produttore mondiale a scapito dell'Arabia Saudita. Anche le tecniche di estrazione di petrolio dalle sabbie bituminose hanno permesso in questi anni un aumento della produzione, come dimostra il caso del Canada, dove il 60 per cento della produzione attualmente deriva da questa fonte.

**Grafico 2 - Andamento della produzione di petrolio dei principali produttori mondiali**

Valori in migliaia di barili giornalieri



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eia

L'aumento della produzione di petrolio da parte dei paesi esterni all'Opec ha comportato un innalzamento dell'offerta globale, che non è stato accompagnato da un'altrettanto rapida crescita della domanda. Ne è derivato un crollo del prezzo, favorito anche dalla scelta dell'Opec di cambiare la propria politica, passando dal perseguimento dell'obiettivo della difesa dei prezzi a quello della difesa delle quote.

Gli effetti di questi eventi dovrebbero comportare un abbassamento dell'inflazione a livello globale e contribuire alla diminuzione dei prezzi delle altre *commodities*, come il gas naturale o i prodotti agricoli. L'abbassamento dei costi dell'energia dovrebbe inoltre sostenere la ripresa all'interno dei paesi importatori, liberandone parte delle risorse, anche se in alcuni di essi, come il Giappone e l'Italia, esistono ancora rischi di spinte deflative che potrebbero comprometterla.

Più fosco è lo scenario che si prospetta per quei paesi produttori di petrolio che, dopo aver fatto le proprie previsioni di bilancio basandosi sulla vendita del petrolio sopra i 100 dollari a barile, si sono trovati a dover apportare sostanziosi tagli. In particolare la situazione è più rischiosa per quei paesi, come la Libia e lo Yemen, che non possono mitigare queste perdite attraverso l'utilizzo di propri fondi sovrani o *assets* alternativi.

Nel breve periodo le previsioni rimangono incerte. Il perdurare di una politica di difesa delle quote da parte dei paesi dell'Opec potrebbe mantenere il prezzo del petrolio stabilmente sotto la soglia dei 100 dollari bbl, comportando un rallentamento degli investimenti nelle estrazioni di tipo non convenzionale e riducendo l'offerta, nonostante le ultime dichiarazioni di alcuni produttori suggeriscano che l'estrazione statunitense possa mantenersi proficua anche a queste condizioni di prezzo.

Tuttavia, alcuni dei fattori scatenanti di questo crollo del prezzo non sembrano destinati a protrarsi nel breve periodo. Il lato della domanda, in particolare delle economie emergenti, potrebbe ritrovare maggiore slancio nei prossimi anni, poiché, nonostante i progressi recenti, esse non hanno ancora esaurito i propri margini di sviluppo. Ad esempio, in Cina solo il 55 per cento della popolazione vive oggi in aree urbane, contro una quota dell'80 per cento in aree quali il Nord America o il Giappone.

L'effetto depressivo derivante dall'apprezzamento del dollaro potrebbe mitigarsi, qualora un accordo interno all'Eurozona sulla crisi greca favorisca il recupero dell'euro.<sup>2</sup>

Un ulteriore elemento di incertezza potrebbe infine derivare da un'eventuale rimozione del divieto di esportazione del petrolio da parte degli Stati Uniti, attualmente al vaglio del Senato.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> A questo proposito, suscita interesse una notizia su GazpromNeft che, dal 2015, ha iniziato a regolare le proprie esportazioni di petrolio verso la Cina in renminbi piuttosto che in dollari. Per un approfondimento si veda l'articolo: *Gazprom Neft sells oil to China in renminbi rather than dollars*, Financial Times, 1 giugno 2015.

<sup>3</sup> Per un approfondimento si veda: Congresso degli Stati Uniti, S.131, *Energy Supply and Distribution Act of 2015*.

<https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/1312>

### 1.1.2 Scambi di merci

L'andamento degli scambi mondiali di merci nel corso del 2014 non ha fatto segnare miglioramenti rispetto ai risultati raggiunti nell'anno precedente, attestandosi su una crescita in valore di appena lo 0,6 per cento. La variazione positiva delle quantità è risultata pari al 2,7 per cento, identica a quella realizzata nel 2013, mentre i prezzi, misurati dai valori medi unitari in dollari, hanno segnato una flessione del 2 per cento (tavola 1.2).

**Tavola 1.2 - Esportazioni mondiali di merci**

Valori in miliardi di dollari correnti e variazioni in percentuale<sup>(1)</sup>

|                               | 2005          | 2006          | 2007          | 2008          | 2009          | 2010          | 2011          | 2012          | 2013          | 2014          |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Valori</b>                 | <b>10.509</b> | <b>12.131</b> | <b>14.023</b> | <b>16.160</b> | <b>12.555</b> | <b>15.301</b> | <b>18.333</b> | <b>18.408</b> | <b>18.826</b> | <b>18.935</b> |
| <b>Variazioni percentuali</b> |               |               |               |               |               |               |               |               |               |               |
| Valori                        | 13,9          | 15,4          | 15,6          | 15,2          | -22,3         | 21,9          | 19,8          | 0,4           | 2,3           | 0,6           |
| Quantità                      | 6,4           | 8,7           | 6,5           | 2,0           | -12,2         | 14,1          | 5,4           | 2,2           | 2,7           | 2,7           |
| Valori medi unitari           | 7,1           | 6,3           | 8,6           | 13,1          | -11,8         | 6,7           | 13,8          | -2,0          | -0,6          | -2,0          |

(1) Compresa le riesportazioni di Hong Kong.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Alcuni tra i settori principali hanno contribuito positivamente alla crescita degli scambi, grazie un andamento in ripresa rispetto agli anni precedenti: il comparto dell'elettronica, che copre il 12 per cento del totale delle merci esportate, è cresciuto del 4 per cento, segnando il maggior contributo alla crescita tra tutti i settori; la meccanica ha registrato un aumento del 3,1 per cento. La crescita degli scambi è stata tuttavia rallentata dalla caduta dei settori più strettamente legati ai corsi delle materie prime: i prodotti dell'industria estrattiva (-6,6 per cento), la metallurgia (-4,2 per cento) e i derivati del petrolio (-5,5 per cento). Il settore degli autoveicoli, invece, ha confermato il buon andamento dell'anno precedente e anche i settori tradizionali dell'industria alimentare e dei prodotti tessili hanno mantenuto tassi di variazione al di sopra della media, sebbene inferiori a quelli dell'anno precedente.

**Tavola 1.3 - Scambi mondiali di merci per settori (1)**

Elaborazioni su valori in miliardi di dollari

| Settori   | Composizione percentuale |              |              |              | Var. %     |            | Contributo alla crescita (2) |            |            |
|---|--------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|------------------------------|------------|------------|
|   | 2008-12                  | 2012         | 2013         | 2014         | 2013       | 2014       | 2008-12                      | 2012-13    | 2013-14    |
| Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca   | 2,8                      | 2,9          | 3,0          | 2,9          | 3,9        | 0,1        | 0,3                          | 0,1        | 0,0        |
| Prodotti dell'industria estrattiva  | 11,9                     | 12,8         | 12,1         | 11,1         | -4,0       | -6,6       | 1,4                          | -0,5       | -0,8       |
| Prodotti alimentari, bevande e tabacco  | 5,4                      | 5,3          | 5,5          | 5,6          | 5,5        | 3,4        | 0,4                          | 0,3        | 0,2        |
| Prodotti tessili e articoli d'abbigliamento   | 4,2                      | 4,0          | 4,3          | 4,5          | 7,4        | 6,0        | 0,2                          | 0,3        | 0,3        |
| Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili  | 1,1                      | 1,2          | 1,2          | 1,3          | 8,4        | 8,0        | 0,1                          | 0,1        | 0,1        |
| Legno e prodotti in legno; carta e stampa   | 2,0                      | 1,8          | 1,8          | 1,9          | 4,7        | 3,6        | 0,0                          | 0,1        | 0,1        |
| Coke e prodotti petroliferi raffinati   | 4,7                      | 5,4          | 5,4          | 5,0          | 2,0        | -5,5       | 0,7                          | 0,1        | -0,3       |
| Sostanze e prodotti chimici   | 7,6                      | 7,5          | 7,5          | 7,5          | 1,4        | 1,4        | 0,5                          | 0,1        | 0,1        |
| Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici  | 3,4                      | 3,2          | 3,3          | 3,4          | 4,0        | 5,2        | 0,2                          | 0,1        | 0,2        |
| Articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi | 3,5                      | 3,6          | 3,6          | 3,7          | 4,4        | 3,7        | 0,2                          | 0,2        | 0,1        |
| Metalli di base e prodotti in metallo   | 8,6                      | 8,5          | 8,6          | 8,1          | 2,9        | -4,2       | 0,4                          | 0,2        | -0,4       |
| Computer, apparecchi elettronici e ottici   | 12,0                     | 11,7         | 11,7         | 12,0         | 2,2        | 4,0        | 0,6                          | 0,3        | 0,5        |
| Apparecchi elettrici  | 4,5                      | 4,4          | 4,5          | 4,7          | 4,7        | 5,4        | 0,3                          | 0,2        | 0,2        |
| Macchinari ed apparecchi n.c.a.   | 9,1                      | 8,8          | 8,6          | 8,8          | 0,0        | 3,1        | 0,4                          | 0,0        | 0,3        |
| Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi  | 7,7                      | 7,7          | 7,9          | 8,1          | 4,2        | 4,0        | 0,3                          | 0,3        | 0,3        |
| Altri mezzi di trasporto  | 3,3                      | 3,3          | 3,3          | 3,3          | 3,1        | 1,9        | 0,2                          | 0,1        | 0,1        |
| Altri prodotti delle industrie manifatturiere (compresi i mobili)                                   | 3,5                      | 3,5          | 3,6          | 3,9          | 6,6        | 9,0        | 0,2                          | 0,2        | 0,3        |
| Altri prodotti n.c.a.   | 4,6                      | 4,4          | 4,1          | 4,1          | -5,7       | 3,1        | 0,3                          | -0,3       | 0,1        |
| <b>Totale</b>   | <b>100,0</b>             | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>2,0</b> | <b>1,4</b> | <b>6,6</b>                   | <b>2,0</b> | <b>1,4</b> |

(1) Il commercio mondiale è approssimato, in mancanza di dati ufficiali aggiornati, sommando alle esportazioni di 49 paesi (quelli dell'Ue a 27 più Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cile, Cina, Colombia, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, Indonesia, Malaysia, Messico, Norvegia, Nuova Zelanda, Perù, Stati Uniti, Sud Africa, Svizzera, Taiwan e Turchia) le loro importazioni dal resto del mondo. Il dato totale copre circa il 92 per cento del commercio mondiale.

(2) Rapporto percentuale tra la variazione delle esportazioni di ogni settore e il valore delle esportazioni totali nell'anno precedente.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica



**Tavola 1.4 - Scambi di merci per aree geografiche**  
Pesi percentuali sui valori a prezzi correnti

|  | Esportazioni |              |              | Importazioni |              |              |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|  | 2012         | 2013         | 2014         | 2012         | 2013         | 2014         |
| <b>Unione Europea</b>                    | <b>31,6</b>  | <b>32,3</b>  | <b>32,5</b>  | <b>32,0</b>  | <b>31,8</b>  | <b>32,2</b>  |
| Area dell'euro                           | 24,4         | 24,7         | 25,0         | 23,3         | 23,2         | 23,3         |
| <b>Paesi europei non UE</b>              | <b>3,1</b>   | <b>3,0</b>   | <b>3,0</b>   | <b>3,1</b>   | <b>3,1</b>   | <b>3,1</b>   |
| <b>Comunità degli Stati Indipendenti</b> | <b>4,3</b>   | <b>4,1</b>   | <b>3,9</b>   | <b>3,1</b>   | <b>3,0</b>   | <b>2,7</b>   |
| <b>Africa</b>                            | <b>3,5</b>   | <b>3,2</b>   | <b>2,9</b>   | <b>3,3</b>   | <b>3,4</b>   | <b>3,4</b>   |
| <b>America settentrionale</b>            | <b>12,9</b>  | <b>12,8</b>  | <b>13,2</b>  | <b>17,2</b>  | <b>16,9</b>  | <b>17,3</b>  |
| <b>America centro-meridionale</b>        | <b>4,1</b>   | <b>3,9</b>   | <b>3,7</b>   | <b>4,1</b>   | <b>4,1</b>   | <b>3,9</b>   |
| <b>Medio Oriente</b>                     | <b>7,3</b>   | <b>7,2</b>   | <b>6,8</b>   | <b>4,0</b>   | <b>4,1</b>   | <b>4,2</b>   |
| <b>Asia e Oceania</b>                    | <b>33,2</b>  | <b>33,4</b>  | <b>33,9</b>  | <b>33,4</b>  | <b>33,5</b>  | <b>33,2</b>  |
| <b>Mondo</b>                             | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

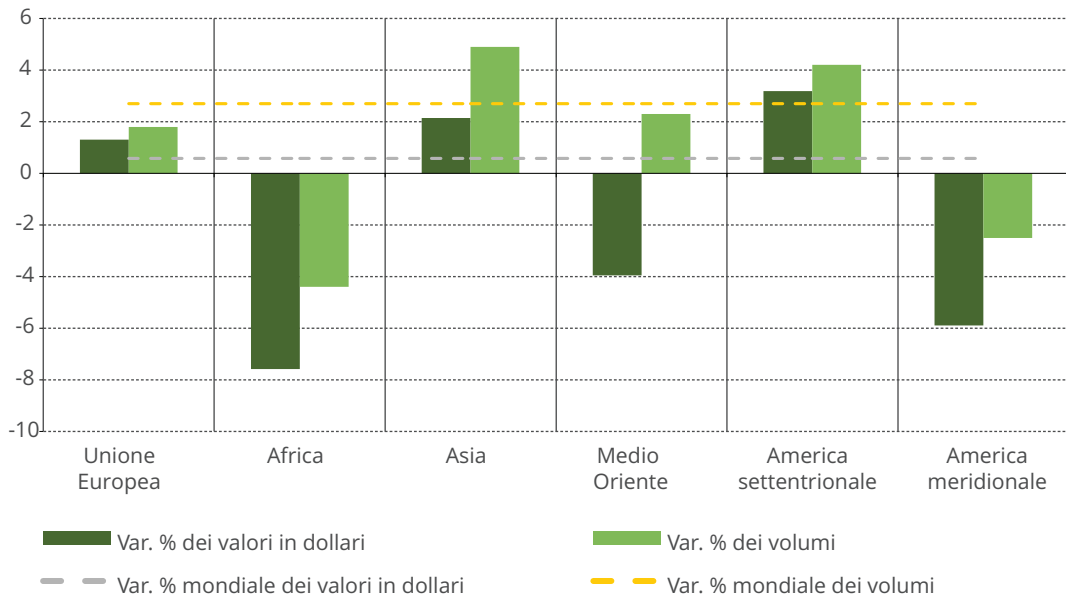
Fonte: elaborazioni Ices su dati Omc

L'Asia si è confermata l'area con il maggiore incremento nel volume delle esportazioni di merci (+4,9 per cento), ma anche l'America settentrionale (+4,2 per cento) ha guadagnato quota sul commercio mondiale (grafico 1.5). Sono invece cresciute meno della media le esportazioni del Medio Oriente (+2,3 per cento) e dell'Unione Europea (+1,8 per cento), mentre sono nettamente diminuite quelle dell'Africa (-4,4 per cento) e dell'America centro-meridionale (-2,5 per cento).

In termini di valore, l'aumento più elevato è stato realizzato dall'America settentrionale (+3,2 per cento), favorito anche dall'impatto nominale del rafforzamento del dollaro, seguita dall'Asia (+2,1 per cento) e dall'Unione Europea (+1,3 per cento). D'altro canto, è proseguita la perdita di quota delle esportazioni dell'Africa (-7,6 per cento), dell'America centro-meridionale (-5,9 per cento) e del Medio Oriente (-4 per cento), penalizzate dall'abbassamento dei prezzi delle materie prime.

### Grafico 1.5 - Esportazioni di merci per area geografica nel 2014

Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

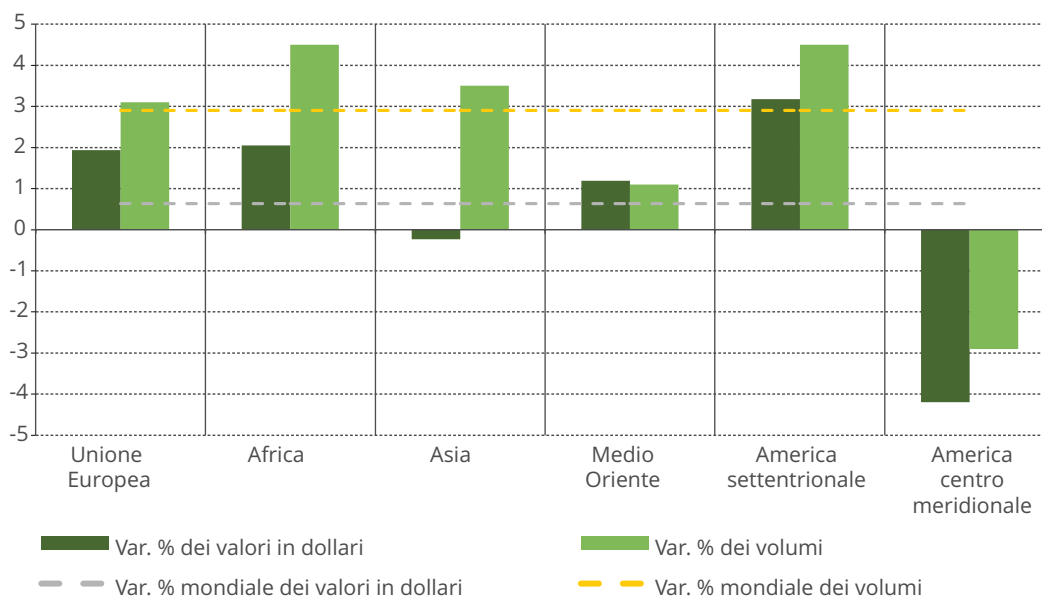


Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Considerando le importazioni di merci (grafico 1.6), si nota che l'America settentrionale ha conseguito le maggiori variazioni sia in volume (+4,5 per cento) che in valore (+3,2 per cento). In termini di volumi, hanno fatto registrare un buon andamento anche l'Africa (+4,5 per cento), l'Asia (+3,5 per cento), l'Unione Europea (+3,1 per cento) e il Medio Oriente (+1,1 per cento). Le variazioni delle importazioni in valore sono state di segno positivo in Africa (+2 per cento), nell'Unione Europea (+1,9 per cento) e nel Medio Oriente (+1,2 per cento). L'Asia ha invece fatto segnare una lieve flessione (-0,2 per cento). L'unica area che ha registrato una caduta sia in termini di volumi (-2,9 per cento) che di valori (-4,2 per cento) è stata l'America centro-meridionale.

### Grafico 1.6 - Importazioni di merci per area geografica nel 2014

Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Nella graduatoria dei principali paesi esportatori assume un particolare rilievo il recupero compiuto dall'Italia, che nell'ultimo anno è passata dall'undicesima all'ottava posizione, superando il Regno Unito, Hong Kong e la Russia. La Cina, il Messico e la Germania si caratterizzano come i paesi con le esportazioni più dinamiche, mentre il Regno Unito, l'Arabia Saudita, gli Emirati Arabi Uniti, la Russia e il Giappone hanno subito rilevanti flessioni (tavola 1.5).

**Tavola 1.5 - I primi 20 esportatori mondiali di merci**

Valori in miliardi di dollari correnti

| Graduatorie |           |          | Paesi                     | Valori        |               | Variazioni percentuali |            | Quote percentuali |              |              |
|-------------|-----------|----------|---------------------------|---------------|---------------|------------------------|------------|-------------------|--------------|--------------|
| 2010        | 2013      | 2014     |                           | 2013          | 2014          | 2010-14 <sup>(1)</sup> | 2013-14    | 2010              | 2013         | 2014         |
| 1           | 1         | 1        | Cina                      | 2.209         | 2.343         | 10,4                   | 6,1        | 10,3              | 11,7         | 12,4         |
| 2           | 2         | 2        | Stati Uniti               | 1.580         | 1.623         | 6,1                    | 2,8        | 8,4               | 8,4          | 8,6          |
| 3           | 3         | 3        | Germania                  | 1.452         | 1.511         | 4,7                    | 4,1        | 8,2               | 7,7          | 8,0          |
| 4           | 4         | 4        | Giappone                  | 715           | 684           | -2,9                   | -4,4       | 5,0               | 3,8          | 3,6          |
| 5           | 5         | 5        | Paesi Bassi               | 672           | 672           | 4,0                    | 0,1        | 3,8               | 3,6          | 3,6          |
| 6           | 6         | 6        | Francia                   | 581           | 583           | 2,7                    | 0,4        | 3,4               | 3,1          | 3,1          |
| 7           | 7         | 7        | Corea del Sud             | 560           | 573           | 5,3                    | 2,3        | 3,0               | 3,0          | 3,0          |
| <b>8</b>    | <b>11</b> | <b>8</b> | <b>Italia</b>             | <b>518</b>    | <b>529</b>    | <b>4,3</b>             | <b>2,0</b> | <b>2,9</b>        | <b>2,8</b>   | <b>2,8</b>   |
| 11          | 9         | 9        | Hong Kong                 | 535           | 524           | 6,9                    | -2,1       | 2,6               | 2,8          | 2,8          |
| 9           | 8         | 10       | Regno Unito               | 541           | 507           | 5,1                    | -6,3       | 2,7               | 2,9          | 2,7          |
| 12          | 10        | 11       | Russia                    | 523           | 497           | 5,5                    | -5,1       | 2,6               | 2,8          | 2,6          |
| 13          | 13        | 12       | Canada                    | 458           | 474           | 5,2                    | 3,5        | 2,5               | 2,4          | 2,5          |
| 10          | 12        | 13       | Belgio                    | 469           | 469           | 3,6                    | 0,1        | 2,7               | 2,5          | 2,5          |
| 14          | 14        | 14       | Singapore                 | 410           | 410           | 3,9                    | -0,1       | 2,3               | 2,2          | 2,2          |
| 15          | 15        | 15       | Messico                   | 380           | 398           | 7,4                    | 4,6        | 1,9               | 2,0          | 2,1          |
| 20          | 16        | 16       | Emirati Arabi Uniti       | 379           | 359           | 13,8                   | -5,3       | 1,4               | 2,0          | 1,9          |
| 18          | 17        | 17       | Arabia Saudita            | 376           | 354           | 8,9                    | -6,0       | 1,6               | 2,0          | 1,9          |
| 17          | 18        | 18       | Spagna                    | 318           | 323           | 6,1                    | 1,5        | 1,7               | 1,7          | 1,7          |
| 19          | 19        | 19       | India                     | 315           | 317           | 8,8                    | 0,8        | 1,5               | 1,7          | 1,7          |
| 16          | 20        | 20       | Taiwan                    | 305           | 314           | 3,4                    | 2,7        | 1,8               | 1,6          | 1,7          |
|             |           |          | <b>Somma dei 20 paesi</b> | <b>13.296</b> | <b>13.462</b> | <b>5,7</b>             | <b>1,3</b> | <b>70,5</b>       | <b>70,6</b>  | <b>71,1</b>  |
|             |           |          | <b>Mondo</b>              | <b>18.826</b> | <b>18.935</b> | <b>5,5</b>             | <b>0,6</b> | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

**Tavola 1.6 - I primi 20 importatori mondiali di merci**

Valori in miliardi di dollari correnti

| Graduatorie |           |           | Paesi                     | Valori        |               | Variazioni percentuali |             | Quote percentuali |              |              |
|-------------|-----------|-----------|---------------------------|---------------|---------------|------------------------|-------------|-------------------|--------------|--------------|
| 2010        | 2013      | 2014      |                           | 2013          | 2014          | 2010-14 <sup>(1)</sup> | 2013-14     | 2010              | 2013         | 2014         |
| 1           | 1         | 1         | Stati Uniti               | 2.329         | 2.409         | 5,2                    | 3,4         | 12,7              | 12,3         | 12,7         |
| 2           | 2         | 2         | Cina                      | 1.950         | 1.960         | 8,9                    | 0,5         | 9,0               | 10,3         | 10,3         |
| 3           | 3         | 3         | Germania                  | 1.192         | 1.217         | 3,6                    | 2,2         | 6,8               | 6,3          | 6,4          |
| 4           | 4         | 4         | Giappone                  | 833           | 822           | 4,3                    | -1,3        | 4,5               | 4,4          | 4,3          |
| 6           | 6         | 5         | Regno Unito               | 656           | 683           | 3,7                    | 4,1         | 3,8               | 3,5          | 3,6          |
| 5           | 5         | 6         | Francia                   | 681           | 679           | 2,7                    | -0,3        | 3,9               | 3,6          | 3,6          |
| 9           | 7         | 7         | Hong Kong                 | 621           | 601           | 8,0                    | -3,3        | 2,8               | 3,3          | 3,2          |
| 7           | 8         | 8         | Paesi Bassi               | 590           | 587           | 3,2                    | -0,5        | 3,3               | 3,1          | 3,1          |
| 10          | 9         | 9         | Corea del Sud             | 516           | 526           | 5,4                    | 1,9         | 2,7               | 2,7          | 2,8          |
| 11          | 11        | 10        | Canada                    | 474           | 475           | 4,2                    | 0,1         | 2,6               | 2,5          | 2,5          |
| <b>8</b>    | <b>10</b> | <b>11</b> | <b>Italia</b>             | <b>479</b>    | <b>472</b>    | <b>-0,8</b>            | <b>-1,6</b> | <b>3,1</b>        | <b>2,5</b>   | <b>2,5</b>   |
| 13          | 12        | 12        | India                     | 465           | 460           | 7,1                    | -1,1        | 2,3               | 2,5          | 2,4          |
| 12          | 13        | 13        | Belgio                    | 452           | 451           | 3,6                    | -0,1        | 2,5               | 2,4          | 2,4          |
| 16          | 14        | 14        | Messico                   | 391           | 412           | 7,3                    | 5,3         | 2,0               | 2,1          | 2,2          |
| 15          | 15        | 15        | Singapore                 | 373           | 366           | 4,2                    | -1,8        | 2,0               | 2,0          | 1,9          |
| 14          | 17        | 16        | Spagna                    | 341           | 356           | 2,1                    | 4,5         | 2,1               | 1,8          | 1,9          |
| 18          | 16        | 17        | Russia                    | 341           | 308           | 5,5                    | -9,8        | 1,6               | 1,8          | 1,6          |
| 17          | 18        | 18        | Taiwan                    | 270           | 274           | 2,2                    | 1,5         | 1,6               | 1,4          | 1,4          |
| 25          | 20        | 19        | Emirati Arabi Uniti       | 251           | 262           | 12,3                   | 4,4         | 1,1               | 1,3          | 1,4          |
| 21          | 19        | 20        | Turchia                   | 252           | 242           | 6,9                    | -3,8        | 1,2               | 1,3          | 1,3          |
|             |           |           | <b>Somma dei 20 paesi</b> | <b>13.457</b> | <b>13.562</b> | <b>5,1</b>             | <b>0,8</b>  | <b>71,7</b>       | <b>71,2</b>  | <b>71,3</b>  |
|             |           |           | <b>Mondo</b>              | <b>18.890</b> | <b>19.024</b> | <b>5,2</b>             | <b>0,6</b>  | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

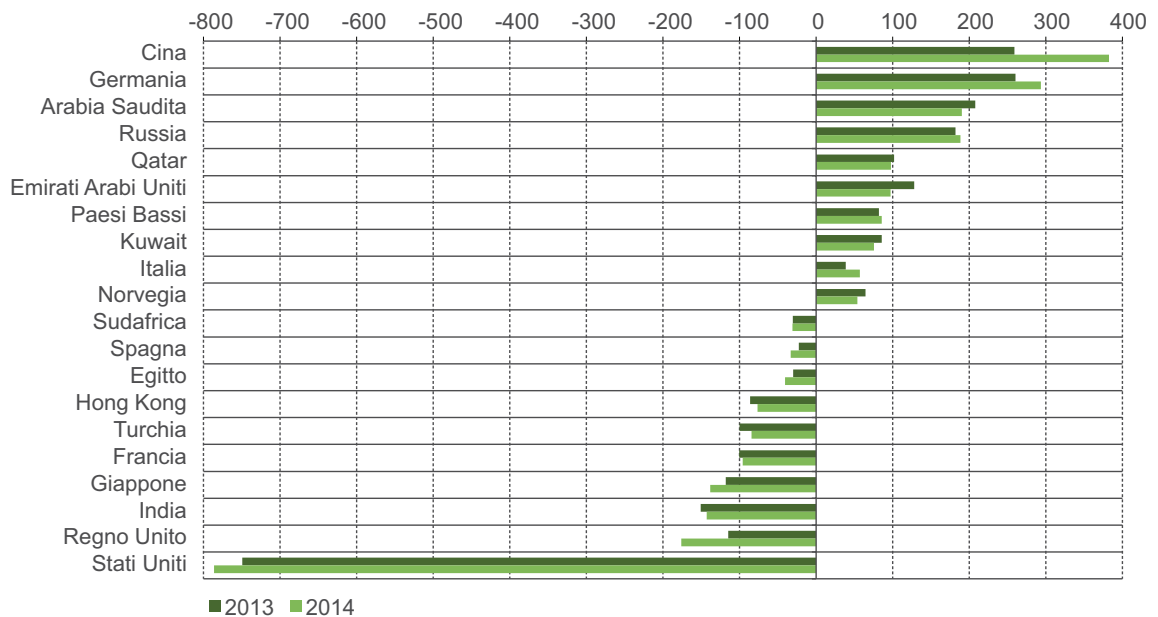
Con riferimento alle importazioni, gli Stati Uniti hanno mantenuto la prima posizione con una quota del 12,7 per cento, registrando un buon risultato in un contesto di rallentamento generalizzato tra i principali importatori mondiali. Tra questi, la Cina ha fatto segnare una marcata frenata degli acquisti (+0,5 per cento) rispetto alla media dell'ultimo quinquennio. Le flessioni più forti sono state registrate da Russia, Turchia e Hong Kong, ma le importazioni sono diminuite anche in altri paesi asiatici e nei principali paesi dell'Area dell'euro, con l'eccezione di Spagna e Germania. Si segnala in particolare il decremento dell'Italia, unico caso tra i paesi considerati a far registrare una flessione nell'ultimo quadriennio, a conferma della gravità della recessione (tavola 1.6).

La distribuzione dei principali saldi commerciali nel 2014 non mostra particolari novità. Spicca, tuttavia, il nuovo rilevante aumento del surplus della Cina (grafico 1.7).



**Grafico 1.7 - Principali surplus e deficit commerciali nel 2014**

Miliardi di dollari



Fonte: elaborazioni Ices su dati Omc

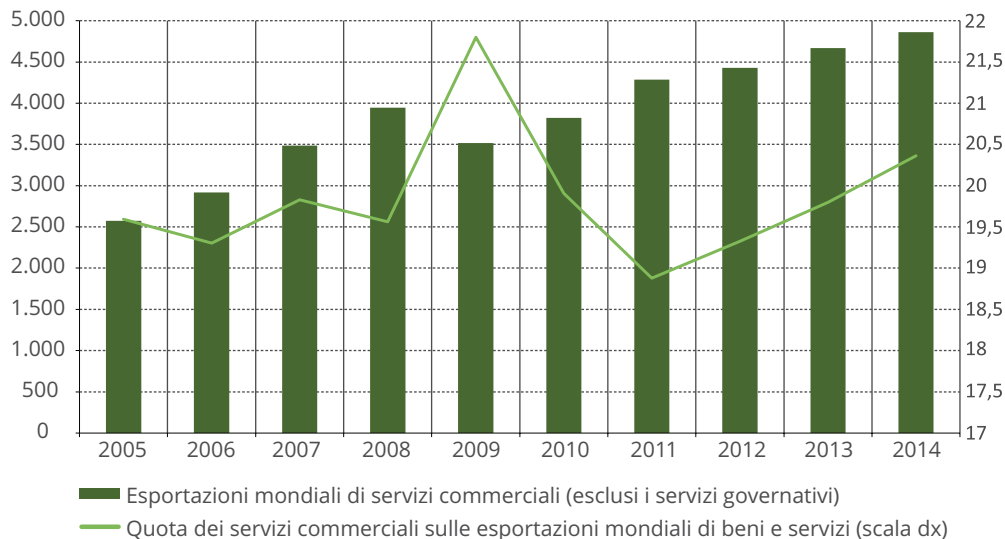
### 1.1.3 Scambi di servizi

I dati dell'Organizzazione mondiale del commercio mostrano che il valore delle esportazioni di servizi nel 2014 è stato pari a 4.862 miliardi di dollari, con un incremento del 4,2 per cento rispetto al 2013, che ha consentito di superare la quota del 20 per cento sul totale delle esportazioni di merci e servizi (grafico 1.8). La composizione dei flussi nell'ultimo decennio ha mostrato un ridimensionamento di incidenza dei settori dei trasporti e dei viaggi. Al contempo è cresciuto il peso del gruppo degli "altri servizi commerciali", che è giunto a una quota superiore al 50 per cento del totale (grafico 1.9).

Nel 2014, all'interno della graduatoria dei maggiori paesi esportatori di servizi si segnalano i forti aumenti di Giappone (+19,2 per cento), Paesi Bassi (+10,5 per cento) e Irlanda (+9,3 per cento) (tabella 1.7). Nell'ultimo quinquennio le modifiche più rilevanti sono riconducibili alla crescita dell'Irlanda, appena entrata tra i primi dieci esportatori mondiali, e alla perdita di terreno dell'Italia.

**Grafico 1.8 - Il commercio mondiale di servizi <sup>(1)</sup>**

Valori in miliardi di dollari correnti e pesi in percentuale

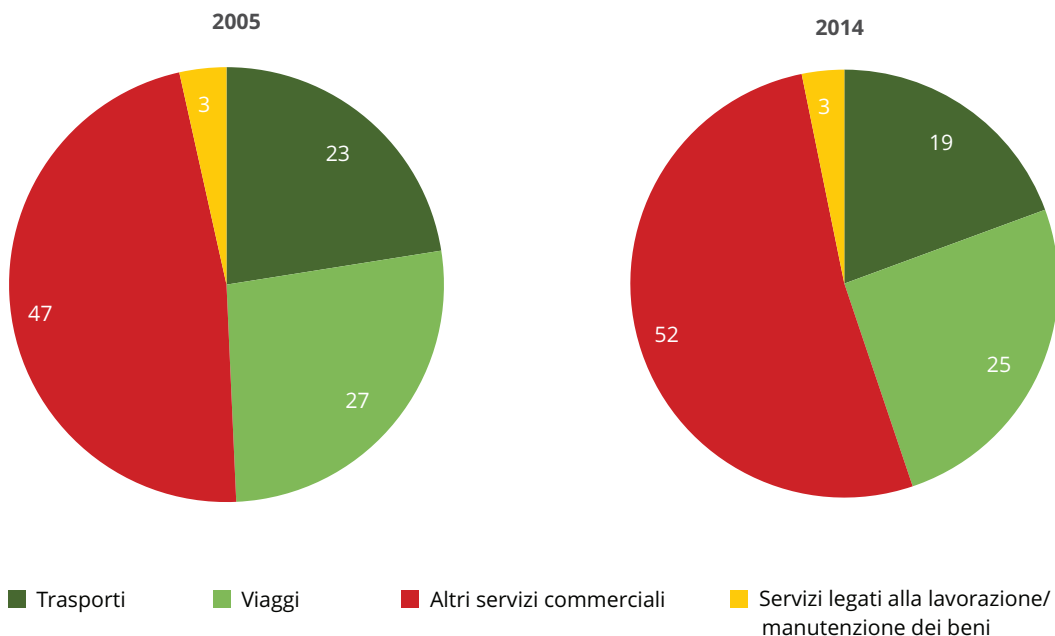


<sup>(1)</sup> Sesto manuale di bilancia dei pagamenti

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

**Grafico 1.9 - Esportazioni mondiali di servizi commerciali**

Composizione percentuale



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

**Tavola 1.7 - I primi 20 esportatori mondiali di servizi commerciali**

Valori in miliardi di dollari correnti

| Graduatorie |           |           | Paesi                     | Valori       |              | Variazioni percentuali |            | Quote percentuali |              |              |
|-------------|-----------|-----------|---------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------|-------------------|--------------|--------------|
| 2010        | 2013      | 2014      |                           | 2013         | 2014         | 2010-14 <sup>(1)</sup> | 2013-14    | 2010              | 2013         | 2014         |
| 1           | 1         | 1         | Stati Uniti               | 663          | 686          | 6,0                    | 3,4        | 14,2              | 14,2         | 14,1         |
| 2           | 2         | 2         | Regno Unito               | 315          | 329          | 5,2                    | 4,3        | 7,0               | 6,8          | 6,8          |
| 3           | 3         | 3         | Germania                  | 255          | 267          | 5,0                    | 4,6        | 5,8               | 5,5          | 5,5          |
| 4           | 4         | 4         | Francia                   | 254          | 263          | 7,0                    | 3,7        | 5,3               | 5,4          | 5,4          |
| 5           | 5         | 5         | Cina                      | 207          | 222          | 6,8                    | 7,6        | 4,5               | 4,4          | 4,6          |
| 6           | 8         | 6         | Giappone                  | 133          | 158          | 5,3                    | 19,2       | 3,4               | 2,8          | 3,3          |
| 7           | 7         | 7         | Paesi Bassi               | 141          | 156          | 5,9                    | 10,5       | 3,2               | 3,0          | 3,2          |
| 8           | 6         | 8         | India                     | 148          | 154          | 7,2                    | 4,0        | 3,1               | 3,2          | 3,2          |
| 9           | 10        | 9         | Spagna                    | 128          | 135          | 4,8                    | 5,5        | 2,9               | 2,7          | 2,8          |
| 14          | 11        | 10        | Irlanda                   | 122          | 133          | 10,4                   | 9,3        | 2,4               | 2,6          | 2,7          |
| 10          | 9         | 11        | Singapore                 | 130          | 133          | 7,2                    | 2,4        | 2,6               | 2,8          | 2,7          |
| 12          | 13        | 12        | Belgio                    | 112          | 117          | 4,8                    | 4,4        | 2,5               | 2,4          | 2,4          |
| 13          | 14        | 13        | Svizzera                  | 111          | 114          | 5,2                    | 2,1        | 2,4               | 2,4          | 2,3          |
| <b>11</b>   | <b>12</b> | <b>14</b> | <b>Italia</b>             | <b>112</b>   | <b>114</b>   | <b>3,5</b>             | <b>1,6</b> | <b>2,6</b>        | <b>2,4</b>   | <b>2,3</b>   |
| 16          | 15        | 15        | Honk Kong                 | 105          | 107          | 7,4                    | 1,5        | 2,1               | 2,3          | 2,2          |
| 15          | 16        | 16        | Corea del Sud             | 103          | 106          | 6,5                    | 3,1        | 2,2               | 2,2          | 2,2          |
| 18          | 18        | 17        | Lussemburgo               | 88           | 98           | 11,6                   | 11,4       | 1,6               | 1,9          | 2,0          |
| 17          | 17        | 18        | Canada                    | 88           | 85           | 3,0                    | -4,2       | 2,0               | 1,9          | 1,7          |
| 20          | 19        | 19        | Svezia                    | 73           | 75           | 8,6                    | 2,7        | 1,4               | 1,6          | 1,5          |
| 19          | 20        | 20        | Danimarca                 | 70           | 72           | 4,2                    | 2,3        | 1,6               | 1,5          | 1,5          |
|             |           |           | <b>Somma dei 20 paesi</b> | <b>3.359</b> | <b>3.523</b> | <b>6,1</b>             | <b>4,9</b> | <b>72,8</b>       | <b>72,0</b>  | <b>72,5</b>  |
|             |           |           | <b>Mondo</b>              | <b>4.666</b> | <b>4.861</b> | <b>6,2</b>             | <b>4,2</b> | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Nella classifica degli importatori mondiali di servizi, la Cina si è confermata al secondo posto (+15,8 per cento), riducendo la distanza dagli Stati Uniti e distaccandosi ulteriormente dalla Germania. Incrementi molto elevati sono stati registrati anche dall'Irlanda (+16 per cento) e dal Giappone (+12,4 per cento).



**Tavola 1.8 - I primi 20 importatori mondiali di servizi commerciali**

Valori in miliardi di dollari correnti

| Graduatorie |           |           | Paesi                     | Valori       |              | Variazioni percentuali |            | Quote percentuali |              |              |
|-------------|-----------|-----------|---------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------|-------------------|--------------|--------------|
| 2010        | 2013      | 2014      |                           | 2013         | 2014         | 2010-14 <sup>(1)</sup> | 2013-14    | 2010              | 2013         | 2014         |
| 1           | 1         | 1         | Stati Uniti               | 437          | 454          | 4,8                    | 4,1        | 10,2              | 9,6          | 9,6          |
| 3           | 2         | 2         | Cina                      | 330          | 382          | 18,6                   | 15,8       | 5,2               | 7,3          | 8,1          |
| 2           | 3         | 3         | Germania                  | 323          | 327          | 5,7                    | 1,1        | 7,1               | 7,1          | 6,9          |
| 4           | 4         | 4         | Francia                   | 230          | 244          | 7,7                    | 6,0        | 4,9               | 5,1          | 5,1          |
| 6           | 6         | 5         | Giappone                  | 169          | 190          | 3,9                    | 12,4       | 4,4               | 3,7          | 4,0          |
| 5           | 5         | 6         | Regno Unito               | 191          | 189          | 2,3                    | -1,2       | 4,7               | 4,2          | 4,0          |
| 7           | 7         | 7         | Paesi Bassi               | 153          | 165          | 5,4                    | 8,3        | 3,6               | 3,4          | 3,5          |
| 10          | 11        | 8         | Irlanda                   | 122          | 142          | 7,1                    | 16,0       | 2,9               | 2,7          | 3,0          |
| 11          | 8         | 9         | Singapore                 | 129          | 130          | 6,4                    | 0,4        | 2,7               | 2,8          | 2,7          |
| 8           | 10        | 10        | India                     | 125          | 124          | 2,1                    | -0,9       | 3,1               | 2,8          | 2,6          |
| 15          | 9         | 11        | Russia                    | 126          | 119          | 12,9                   | -5,4       | 2,0               | 2,8          | 2,5          |
| 13          | 13        | 12        | Corea del Sud             | 109          | 114          | 4,2                    | 4,4        | 2,6               | 2,4          | 2,4          |
| <b>9</b>    | <b>14</b> | <b>13</b> | <b>Italia</b>             | <b>108</b>   | <b>112</b>   | <b>0,2</b>             | <b>3,5</b> | <b>3,0</b>        | <b>2,4</b>   | <b>2,4</b>   |
| 14          | 15        | 14        | Belgio                    | 104          | 108          | 5,5                    | 4,4        | 2,4               | 2,3          | 2,3          |
| 12          | 12        | 15        | Canada                    | 111          | 106          | 2,1                    | -4,9       | 2,6               | 2,4          | 2,2          |
| 17          | 16        | 16        | Svizzera                  | 92           | 93           | 7,6                    | 1,6        | 1,9               | 2,0          | 2,0          |
| 19          | 17        | 17        | Brasile                   | 83           | 87           | 9,9                    | 4,5        | 1,6               | 1,8          | 1,8          |
| 16          | 18        | 18        | Hong Kong                 | 77           | 78           | 2,7                    | 1,7        | 1,9               | 1,7          | 1,6          |
| 18          | 21        | 19        | Spagna                    | 64           | 72           | 1,4                    | 11,5       | 1,8               | 1,4          | 1,5          |
| 26          | 24        | 20        | Lussemburgo               | 59           | 67           | 12,4                   | 12,8       | 1,1               | 1,3          | 1,4          |
|             |           |           | <b>Somma dei 20 paesi</b> | <b>3.142</b> | <b>3.302</b> | <b>6,4</b>             | <b>5,1</b> | <b>69,8</b>       | <b>69,3</b>  | <b>69,7</b>  |
|             |           |           | <b>Mondo</b>              | <b>4.536</b> | <b>4.740</b> | <b>6,4</b>             | <b>4,5</b> | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

<sup>(1)</sup> Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

### 1.1.4 - Investimenti diretti esteri

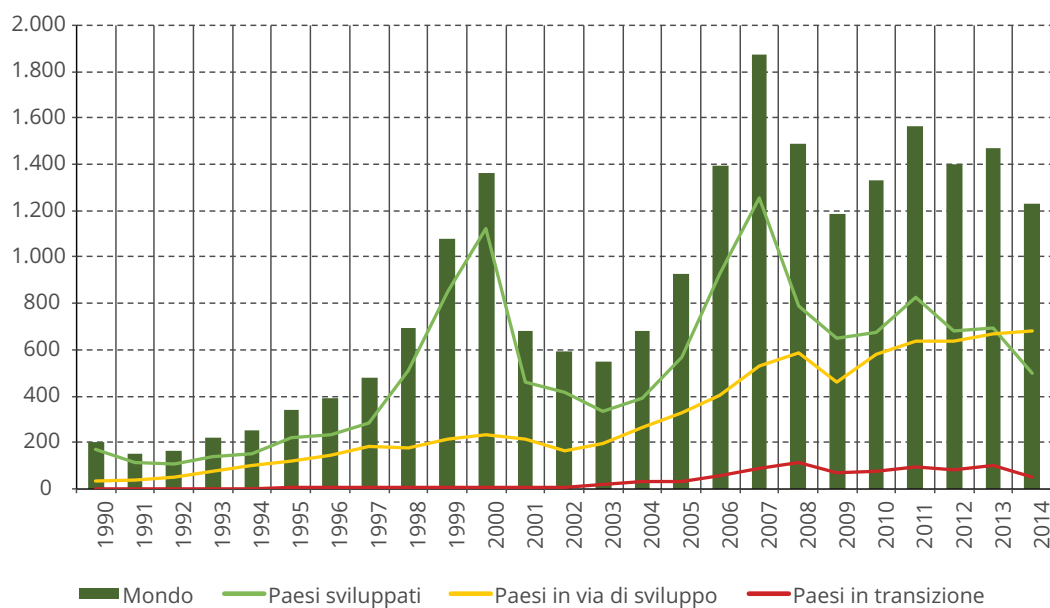
Secondo i dati riportati nel World Investment Report 2015 dell'Unctad, i flussi in entrata degli investimenti diretti esteri (Ide) hanno subito un calo del 16 per cento nel 2014, essendo passati da 1.467 a 1.228 miliardi di dollari (grafico 1.10). Nonostante le aspettative favorevoli, hanno inciso alcuni fattori di freno quali la fragilità dell'economia globale, l'incertezza delle politiche per gli investitori e gli elevati rischi geopolitici.

I flussi in entrata verso le economie in via di sviluppo (681 miliardi) hanno superato quelli verso le economie avanzate (499 miliardi), arrivando a segnare il 55,5 per cento del totale mondiale, mentre si sono dimezzati i flussi diretti verso i paesi in transizione (tavola 1.9). Se ne ha riscontro anche nella graduatoria dei primi dieci paesi per capacità di attrazione di Ide (tavola 1.10), che vede al suo interno ben cinque paesi in via di sviluppo ed è guidata dalla Cina (129 miliardi) e da Hong Kong (103 miliardi), seguiti dagli Stati Uniti (92 miliardi).



**Grafico 1.10 - Investimenti diretti esteri in entrata**

Flussi, valori in miliardi di dollari

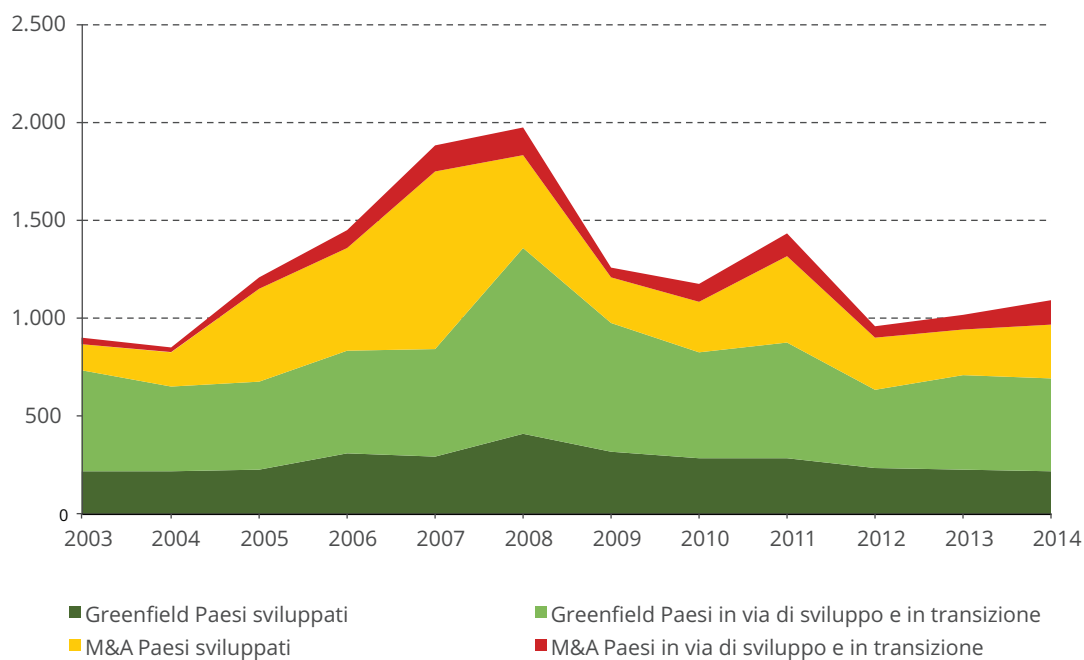


Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Dati parziali relativi alla distribuzione degli Ide per tipo di operazione mostrano che i progetti *greenfield*, in gran parte destinati ai paesi in via di sviluppo, sono diminuiti del 2 per cento nel 2014, mentre le operazioni internazionali relative a fusioni e acquisizioni, che coinvolgono prevalentemente paesi sviluppati, sono salite del 28 per cento (grafico 1.11).

**Grafico 1.11 - Composizione degli Ide in entrata**

Flussi, valori in miliardi di dollari



Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

I flussi di investimenti in entrata diretti verso le economie in via di sviluppo hanno seguito un andamento differenziato tra le diverse aree geografiche (tavola 1.9).

**Tavola 1.9 - Investimenti diretti esteri: flussi in entrata e in uscita per aree geografiche**

Valori in miliardi di dollari a prezzi correnti

|                                      | Flussi in entrata |              |              |                  | Composizione % |              |              | Flussi in uscita |              |              |                  | Composizione % |              |              |
|--------------------------------------|-------------------|--------------|--------------|------------------|----------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|------------------|----------------|--------------|--------------|
|                                      | 2012              | 2013         | 2014         | var %<br>2014-13 | 2012           | 2013         | 2014         | 2012             | 2013         | 2014         | var %<br>2014-13 | 2012           | 2013         | 2014         |
| <b>Paesi sviluppati</b>              | <b>679</b>        | <b>697</b>   | <b>499</b>   | <b>-28,4</b>     | <b>48,4</b>    | <b>47,5</b>  | <b>40,6</b>  | <b>873</b>       | <b>834</b>   | <b>823</b>   | <b>-1,3</b>      | <b>68,0</b>    | <b>63,8</b>  | <b>60,8</b>  |
| Unione Europea                       | 365               | 333          | 258          | -22,7            | 26,0           | 22,7         | 21,0         | 317              | 285          | 280          | -1,8             | 24,7           | 21,8         | 20,7         |
| Altri paesi europei                  | 36                | -8           | 31           | 513,2            | 2,6            | -0,5         | 2,5          | 60               | 32           | 36           | 13,0             | 4,6            | 2,4          | 2,6          |
| America settentrionale               | 209               | 301          | 146          | -51,5            | 14,9           | 20,5         | 11,9         | 365              | 379          | 390          | 2,8              | 28,5           | 29,0         | 28,8         |
| Altri paesi sviluppati               | 69                | 70           | 64           | -8,9             | 4,9            | 4,8          | 5,2          | 131              | 138          | 117          | -14,9            | 10,2           | 10,6         | 8,7          |
| <b>Paesi in via di sviluppo</b>      | <b>639</b>        | <b>671</b>   | <b>681</b>   | <b>1,6</b>       | <b>45,6</b>    | <b>45,7</b>  | <b>55,5</b>  | <b>357</b>       | <b>381</b>   | <b>468</b>   | <b>22,9</b>      | <b>27,8</b>    | <b>29,2</b>  | <b>34,6</b>  |
| Europa sud-orientale                 | 4                 | 5            | 5            | -0,9             | 0,3            | 0,3          | 0,4          | 0                | 0            | 0            | 13,3             | 0,0            | 0,0          | 0,0          |
| America centro-meridionale e Caraibi | 178               | 186          | 159          | -14,4            | 12,7           | 12,7         | 13,0         | 44               | 28           | 23           | -18,1            | 3,4            | 2,2          | 1,7          |
| Asia centrale e orientale            | 357               | 386          | 425          | 10,1             | 25,4           | 26,3         | 34,6         | 278              | 296          | 393          | 33,1             | 21,7           | 22,6         | 29,1         |
| Medio Oriente                        | 48                | 45           | 43           | -3,7             | 3,4            | 3,0          | 3,5          | 23               | 41           | 38           | -6,0             | 1,8            | 3,1          | 2,8          |
| Africa                               | 56                | 54           | 54           | -0,1             | 4,0            | 3,7          | 4,4          | 12               | 16           | 13           | -18,0            | 1,0            | 1,2          | 1,0          |
| <b>Paesi in transizione</b>          | <b>85</b>         | <b>100</b>   | <b>48</b>    | <b>-51,7</b>     | <b>6,1</b>     | <b>6,8</b>   | <b>3,9</b>   | <b>54</b>        | <b>91</b>    | <b>63</b>    | <b>-31,1</b>     | <b>4,2</b>     | <b>7,0</b>   | <b>4,7</b>   |
| Comunità degli Stati Indipendenti    | 82                | 95           | 43           | -54,2            | 5,8            | 6,5          | 3,5          | 53               | 91           | 63           | -31,3            | 4,1            | 7,0          | 4,6          |
| <b>Mondo</b>                         | <b>1.403</b>      | <b>1.467</b> | <b>1.228</b> | <b>-16,3</b>     | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>1.284</b>     | <b>1.306</b> | <b>1.354</b> | <b>3,7</b>       | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

In Africa gli Ide sono rimasti complessivamente stazionari, ma con ampie differenze tra le aree interne al continente. Nel Nord Africa, colpito da conflitti in molti paesi, sono diminuiti del 15 per cento, nonostante l'aumento del 14 per cento realizzato dall'Egitto (4,8 miliardi). In Africa occidentale si è osservato un calo del 10 per cento, dovuto a diversi fattori tra i quali l'epidemia di Ebola, i problemi di sicurezza e il crollo dei prezzi delle materie prime. L'Africa orientale e quella centrale hanno registrato entrambe un aumento, rispettivamente dell'11 e del 33 per cento. Infine, l'Africa meridionale ha segnato un calo del 2,4 per cento, derivante in gran parte dal crollo avvenuto in Sud Africa (-31 per cento), che tuttavia rimane il maggiore destinatario di investimenti dell'area (5,7 miliardi).

L'Asia centrale e orientale, con un aumento del 10,1 per cento, ha consolidato la propria posizione di principale polo di attrazione di Ide nel mondo, grazie soprattutto agli investimenti infrastrutturali. La crescita della regione è stata trainata dalle prestazioni della Cina, di Hong Kong e di Singapore.

In America centro-meridionale gli Ide sono diminuiti del 14 per cento, raggiungendo i 159 miliardi nel 2014 confronto ai 186 del 2013. Vi hanno contribuito il crollo delle acquisizioni transnazionali e la riduzione degli investimenti legati all'industria estrattiva. Solo il Cile è risultato in crescita (da 17 a 23 miliardi).



Nella Comunità degli Stati Indipendenti le sanzioni legate ai conflitti regionali e la caduta del prezzo del petrolio hanno allontanato gli investitori internazionali. La Russia ha visto crollare del 70 per cento la propria capacità attrattiva, scendendo da 69 a 21 miliardi.

I flussi di Ide verso le economie sviluppate si sono contratti del 28,4 per cento nel 2014, facendo segnare il livello più basso dal 2004. Gli Ide verso l'Unione Europea si sono ridotti nel complesso del 22,7 per cento; le principali eccezioni sono state il Regno Unito, la Finlandia e la Polonia. All'interno dell'Area dell'euro i Paesi Bassi sono diventati la prima economia destinataria, seguiti da Spagna, Finlandia e Francia. L'Italia, dopo il recupero del 2013, ha visto più che dimezzarsi gli Ide in entrata, passati da 25 a 11 miliardi.

Gli investimenti diretti in America settentrionale si sono ridotti a 146 miliardi di dollari, in larga parte destinati verso gli Stati Uniti (92 miliardi).<sup>2</sup> Anche gli Ide verso il Canada hanno subito una forte flessione.

**Tavola 1.10 - Investimenti diretti esteri in entrata: principali paesi destinatari**

Valori in miliardi di dollari a prezzi correnti

| Graduatoria <sup>(1)</sup> | Paesi        | Flussi       |              |              |                |              |              | Consistenze <sup>(2)</sup> |              |               |                |              |              |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------------------|--------------|---------------|----------------|--------------|--------------|
|                            |              | Valori       |              |              | Composizione % |              |              | Valori                     |              |               | Composizione % |              |              |
|                            |              | 2012         | 2013         | 2014         | 2012           | 2013         | 2014         | 1990                       | 2000         | 2014          | 1990           | 2000         | 2014         |
| 1                          | Cina         | 121          | 124          | 129          | 8,6            | 8,4          | 10,5         | 21                         | 193          | 1.085         | 0,9            | 2,7          | 4,2          |
| 2                          | Hong Kong    | 70           | 74           | 103          | 5,0            | 5,1          | 8,4          | 202                        | 435          | 1.550         | 9,2            | 6,0          | 6,0          |
| 3                          | Stati Uniti  | 170          | 231          | 92           | 12,1           | 15,7         | 7,5          | 540                        | 2.783        | 5.410         | 24,6           | 38,6         | 20,8         |
| 4                          | Regno Unito  | 59           | 48           | 72           | 4,2            | 3,2          | 5,9          | 204                        | 463          | 1.663         | 9,3            | 6,4          | 6,4          |
| 5                          | Singapore    | 57           | 65           | 68           | 4,0            | 4,4          | 5,5          | 30                         | 111          | 912           | 1,4            | 1,5          | 3,5          |
| 6                          | Brasile      | 65           | 64           | 62           | 4,7            | 4,4          | 5,1          | 37                         | 122          | 755           | 1,7            | 1,7          | 2,9          |
| 7                          | Canada       | 39           | 71           | 54           | 2,8            | 4,8          | 4,4          | 113                        | 213          | 631           | 5,1            | 3,0          | 2,4          |
| 8                          | Australia    | 56           | 54           | 52           | 4,0            | 3,7          | 4,2          | 80                         | 122          | 565           | 3,7            | 1,7          | 2,2          |
| 9                          | India        | 24           | 28           | 34           | 1,7            | 1,9          | 2,8          | 2                          | 16           | 252           | 0,1            | 0,2          | 1,0          |
| 10                         | Paesi Bassi  | 18           | 32           | 30           | 1,3            | 2,2          | 2,5          | 72                         | 244          | 664           | 3,3            | 3,4          | 2,6          |
| 11                         | Cile         | 25           | 17           | 23           | 1,8            | 1,1          | 1,9          | 16                         | 46           | 208           | 0,7            | 0,6          | 0,8          |
| 12                         | Spagna       | 26           | 42           | 23           | 1,8            | 2,8          | 1,9          | 66                         | 156          | 722           | 3,0            | 2,2          | 2,8          |
| 13                         | Messico      | 19           | 45           | 23           | 1,4            | 3,0          | 1,9          | 22                         | 122          | 338           | 1,0            | 1,7          | 1,3          |
| 14                         | Indonesia    | 19           | 19           | 23           | 1,4            | 1,3          | 1,8          | 9                          | 25           | 253           | 0,4            | 0,3          | 1,0          |
| 15                         | Svizzera     | 16           | -23          | 22           | 1,1            | -1,5         | 1,8          | 34                         | 87           | 682           | 1,6            | 1,2          | 2,6          |
| 16                         | Russia       | 51           | 69           | 21           | 3,6            | 4,7          | 1,7          | -                          | 32           | 379           | -              | 0,4          | 1,5          |
| 17                         | Finlandia    | 4            | -5           | 19           | 0,3            | -0,4         | 1,5          | 4                          | 24           | 133           | 0,2            | 0,3          | 0,5          |
| 18                         | Colombia     | 15           | 16           | 16           | 1,1            | 1,1          | 1,3          | 4                          | 11           | 142           | 0,2            | 0,2          | 0,5          |
| 19                         | Francia      | 17           | 43           | 15           | 1,2            | 2,9          | 1,2          | 104                        | 184          | 729           | 4,7            | 2,6          | 2,8          |
| 20                         | Polonia      | 7            | 0            | 14           | 0,5            | 0,0          | 1,1          | 0                          | 34           | 245           | 0,0            | 0,5          | 0,9          |
|                            | <b>Mondo</b> | <b>1.403</b> | <b>1.467</b> | <b>1.228</b> | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>2.198</b>               | <b>7.202</b> | <b>26.039</b> | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) In ordine dei flussi 2014.

(2) Per il limitato flusso registrato nel 2014 in graduatoria non compare l'Italia, la cui consistenza 2014 è pari a 374 miliardi di dollari.

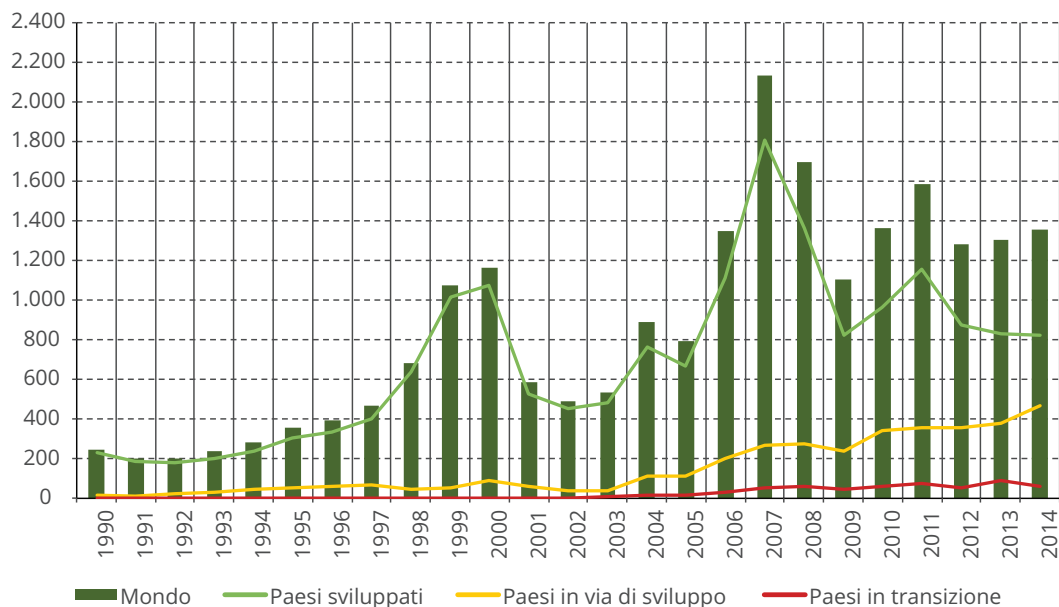
Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

<sup>2</sup> Gran parte della caduta dei flussi in entrata in America settentrionale è dovuta al disinvestimento della Vodafone (Regno Unito) nei confronti di Verizon (Stati Uniti) per circa 130 miliardi di dollari.

La dinamica degli Ide mondiali appare diversa, se vista dalla prospettiva di quelli in uscita, saliti del 3,7 per cento nel 2014. I paesi sviluppati hanno continuato a realizzarne la parte maggiore, con 823 miliardi di dollari di Ide (pari al 60,8 per cento del totale), facendo tuttavia segnare una lieve flessione e restando ancora molto lontani dai livelli del 2007 (tavola 1.9 e grafico 1.12).

**Grafico 1.12 - Investimenti diretti esteri in uscita**

Flussi, valori in miliardi di dollari



Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

Gli Stati Uniti sono rimasti il primo paese investitore, con 337 miliardi di dollari, seguiti da Hong Kong (143 miliardi) e dalla Cina (116 miliardi), ambedue in crescita.

Sono aumentati in misura considerevole anche gli investimenti provenienti dalla Germania, che si è attestata poco al di sotto del Giappone (tavola 1.11). Complessivamente, gli Ide dell'Unione Europea sono rimasti stabili sui 316 miliardi di dollari; tuttavia, oltre alla Germania, anche la Francia ha fatto segnare un aumento rilevante. L'Italia, al contrario, ha visto ridursi fortemente anche i suoi flussi in uscita.

**Tavola 1.11 - Investimenti diretti esteri in uscita: principali paesi di origine**

Valori in miliardi di dollari a prezzi correnti

| Graduatoria <sup>(1)</sup> | Paesi         | Flussi       |              |              |                |              |              | Consistenze  |              |               |                |              |              |
|----------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------------|--------------|--------------|
|                            |               | Valori       |              |              | Composizione % |              |              | Valori       |              |               | Composizione % |              |              |
|                            |               | 2012         | 2013         | 2014         | 2012           | 2013         | 2014         | 1990         | 2000         | 2014          | 1990           | 2000         | 2014         |
| 1                          | Stati Uniti   | 311          | 328          | 337          | 24,3           | 25,1         | 24,9         | 732          | 2.694        | 6.319         | 32,5           | 36,9         | 24,4         |
| 2                          | Hong Kong     | 83           | 81           | 143          | 6,5            | 6,2          | 10,5         | 12           | 379          | 1.460         | 0,5            | 5,2          | 5,6          |
| 3                          | Cina          | 88           | 101          | 116          | 6,8            | 7,7          | 8,6          | 4            | 28           | 730           | 0,2            | 0,4          | 2,8          |
| 4                          | Giappone      | 123          | 136          | 114          | 9,5            | 10,4         | 8,4          | 201          | 278          | 1.193         | 8,9            | 3,8          | 4,6          |
| 5                          | Germania      | 66           | 30           | 112          | 5,1            | 2,3          | 8,3          | 309          | 542          | 1.583         | 13,7           | 7,4          | 6,1          |
| 6                          | Russia        | 49           | 87           | 56           | 3,8            | 6,6          | 4,2          | -            | 20           | 432           | -              | 0,3          | 1,7          |
| 7                          | Canada        | 54           | 51           | 53           | 4,2            | 3,9          | 3,9          | 85           | 238          | 715           | 3,8            | 3,3          | 2,8          |
| 8                          | Francia       | 32           | 25           | 43           | 2,5            | 1,9          | 3,2          | 120          | 366          | 1.279         | 5,3            | 5,0          | 4,9          |
| 9                          | Paesi Bassi   | 5            | 57           | 41           | 0,4            | 4,4          | 3,0          | 105          | 305          | 985           | 4,7            | 4,2          | 3,8          |
| 10                         | Singapore     | 15           | 29           | 41           | 1,2            | 2,2          | 3,0          | 8            | 57           | 576           | 0,3            | 0,8          | 2,2          |
| 11                         | Irlanda       | 15           | 24           | 32           | 1,2            | 1,8          | 2,3          | 15           | 28           | 628           | 0,7            | 0,4          | 2,4          |
| 12                         | Spagna        | -4           | 26           | 31           | -0,3           | 2,0          | 2,3          | 16           | 129          | 674           | 0,7            | 1,8          | 2,6          |
| 13                         | Corea del Sud | 31           | 28           | 31           | 2,4            | 2,2          | 2,3          | 2            | 22           | 259           | 0,1            | 0,3          | 1,0          |
| 14                         | Italia        | 8            | 31           | 23           | 0,6            | 2,4          | 1,7          | 60           | 170          | 548           | 2,7            | 2,3          | 2,1          |
| 15                         | Norvegia      | 20           | 21           | 19           | 1,5            | 1,6          | 1,4          | 11           | 34           | 214           | 0,5            | 0,5          | 0,8          |
| 16                         | Svizzera      | 43           | 10           | 17           | 3,4            | 0,8          | 1,2          | 66           | 232          | 1.131         | 2,9            | 3,2          | 4,4          |
| 17                         | Malaysia      | 17           | 14           | 16           | 1,3            | 1,1          | 1,2          | 1            | 16           | 136           | 0,0            | 0,2          | 0,5          |
| 18                         | Kuwait        | 7            | 17           | 13           | 0,5            | 1,3          | 1,0          | 4            | 1            | 37            | 0,2            | 0,0          | 0,1          |
| 19                         | Cile          | 17           | 8            | 13           | 1,3            | 0,6          | 1,0          | 0            | 11           | 90            | 0,0            | 0,2          | 0,3          |
| 20                         | Taiwan        | 13           | 14           | 13           | 1,0            | 1,1          | 0,9          | 30           | 67           | 259           | 1,3            | 0,9          | 1,0          |
|                            | <b>Mondo</b>  | <b>1.284</b> | <b>1.306</b> | <b>1.354</b> | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>2.254</b> | <b>7.298</b> | <b>25.875</b> | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) In ordine dei flussi 2014.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Unctad

In Asia centro-meridionale gli Ide in uscita, spinti dalla crescita di quelli provenienti dalla Cina e da Hong Kong, sono aumentati di quasi 100 miliardi rispetto all'anno precedente, raggiungendo una quota pari al 29,1 per cento del totale mondiale.

La Russia ha subito una contrazione anche dei flussi in uscita, passati dagli 87 miliardi del 2013 ai 56 miliardi del 2014. Sono inoltre scesi gli Ide provenienti dall'America centro-meridionale dall'Africa e dal Medio Oriente, influenzati dal calo dei proventi ricavati dalla vendita di materie prime.

# Strategie di investimento dei fondi sovrani nel nuovo scenario mondiale: opportunità per l'Europa e l'Italia

di Roberto Pasca di Magliano\* e Daniele Terriaca\*\*

*Lo scenario internazionale va assumendo nel corso degli anni nuovi connotati, diversi dal bipolarismo del ventesimo secolo dominato dai blocchi statunitense ed europeo. Le economie emergenti vanno sempre più assumendo un ruolo di centralità nello stimolo della crescita, rafforzando la loro posizione in termini di ricchezza, scambi internazionali e movimenti di capitale. In questo contesto si trovano a operare i Fondi di ricchezza sovrana (Sovereign Wealth Funds, Swf), investitori ad alto potenziale sia per la diversificazione produttiva dei sistemi nazionali in via di sviluppo, sia per la crescita dei paesi industriali. La loro popolarità è cresciuta notevolmente durante la crisi dei subprime, quando hanno partecipato alla ricapitalizzazione dei principali gruppi bancari occidentali, iniettando capitali freschi in un sistema colpito dalla speculazione e mostrandosi come un canale alternativo per stabilizzare la limitata disponibilità di finanziamenti. Di recente molti fondi sovrani stanno adeguando le proprie strategie di investimento, privilegiando impieghi meno rischiosi, anche più redditizi, e nuovi obiettivi. Diversità che vanno tempestivamente colte da paesi bisognosi di capitali freschi, come l'Italia e gran parte dell'Europa.*

## Definizione, classificazione e dimensione dei Swf

*Anche se l'attenzione verso i fondi sovrani è cresciuta recentemente<sup>1</sup>, il fenomeno ha origine nel 1953 con la creazione della Kuwait Investment Authority (Kia), cui ne sono seguiti altri alimentati dall'impressionante crescita di risorse petrolifere (paesi medio-orientali e Norvegia) e di surplus commerciali (Cina).*

*Solo però nel 2005 Rozanov, con l'espressione Sovereign Wealth Funds, li differenzia sia dai fondi pensione sia dalle riserve ufficiali.<sup>2</sup> Nel 2008 l'International Working Group of Sovereign Wealth Funds (Iwg) li ha definiti "veicoli d'investimento pubblici alimentati da capitali di fonti diverse, gestiti in modo separato dalle risorse delle banche centrali e con obiettivi abbastanza eterogenei".<sup>3</sup>*

*I fondi sovrani, infatti, si discostano sia dalle autorità centrali di politica monetaria, poiché diversificano le attività finanziarie investendo su una varietà di strumenti (ad es. titoli di debito pubblico e corporate bonds.), sia da altre tipologie di fondi presenti sul mercato (private equity e hedge funds), non ricorrendo a un rapporto di indebitamento particolarmente elevato.*

*Dal punto di vista operativo, i Swf nascono dall'esigenza statale di gestire notevoli accumuli di capitale,<sup>4</sup> che non possono essere assorbiti immediatamente nel sistema economico e/o che gli stessi policy makers decidono di utilizzare al fine di ottenere ritorni per le generazioni future.*

\* La Sapienza Università di Roma.

\*\* Sose.

- <sup>1</sup> Nella maggior parte dei casi, i Swf sono un'evoluzione di fondi statali utilizzati per la sterilizzazione della liquidità in eccesso e per la diversificazione delle attività economiche.
- <sup>2</sup> Hanno l'obiettivo di "isolare l'economia domestica dall'eccessiva volatilità, sostenere le autorità monetarie nella sterilizzazione degli eccessi di liquidità, accumulare risparmi per le generazioni future e utilizzare i surplus monetari per lo sviluppo economico e sociale".
- <sup>3</sup> Secondo Quadrio Curzio e Miceli (2010) è possibile però riscontrare alcuni elementi comuni quali la tendenza a investire all'estero, l'orizzonte temporale di lungo periodo e la predilezione al rendimento rispetto alla liquidità.
- <sup>4</sup> Jeanne e Ranciere (2006), Aizenman e Jaewoo (2007) dimostrano che, superata una soglia definita come funzionale, la disponibilità valutaria in eccesso tenderebbe a essere utilizzata per finalità alternative a quelle tradizionali e orientate alla realizzazione di attività maggiormente remunerative.





## APPROFONDIMENTI

*Guardando alle modalità di accumulazione del patrimonio, i Swf si distinguono in commodity, se finanziati dai proventi derivanti dalle esportazioni di beni energetici (petrolio e gas naturali) o altre materie prime (rame, diamanti e fosfati), e in non-commodity, se traggono le loro risorse dagli accumuli di riserve monetarie derivanti da surplus commerciali, da introiti delle privatizzazioni e/o da altri proventi fiscali. Nella letteratura scientifica si possono trovare altre classificazioni in relazione alle strategie di investimento (Klitzing et al., 2010) e agli obiettivi (Kunzel et al., 2011). Secondo il Sovereign Wealth Fund Institute (Swfi), alla fine del 2014 sono operativi oltre 60 fondi sovrani con un patrimonio (Asset under management, Aum) di oltre 7.000 miliardi di dollari (tavola 1).*

*Guardando alle modalità di accumulazione del patrimonio, i Swf si distinguono in commodity, se finanziati dai proventi derivanti dalle esportazioni di beni energetici (petrolio e gas naturali) o altre materie prime (rame, diamanti e fosfati), e in non-commodity, se traggono le loro risorse dagli accumuli di riserve monetarie derivanti da surplus commerciali, da introiti delle privatizzazioni e/o da altri proventi fiscali. Nella letteratura scientifica si possono trovare altre classificazioni in relazione alle strategie di investimento (Klitzing et al., 2010)<sup>5</sup> e agli obiettivi (Kunzel et al., 2011).<sup>6</sup> Secondo il Sovereign Wealth Fund Institute (Swfi), alla fine del 2014 sono operativi oltre 60 fondi sovrani con un patrimonio (Asset under management, Aum) di oltre 7.000 miliardi di dollari<sup>7</sup> (tavola 1).*

<sup>5</sup> *Conservative passive investors, Yield-seeking passive investors e Strategic active investors.*

<sup>6</sup> *Stabilization funds, Savings funds, Pension reserve funds, Reserve investment funds e Development funds.*

<sup>7</sup> Si tratta di una cifra significativa, che ha permesso ai Swf di superare gli *hedge funds* e i fondi di private *equity* e di ridurre la distanza rispetto alle riserve detenute dalle banche ventrali; resta però ancora ampio il differenziale rispetto ai *mutual funds* e ai *pension funds*.

<sup>8</sup> Data la natura di investitori di lungo periodo, i fondi sovrani tendono a detenere un portafoglio prevalentemente azionario e/o focalizzato su attività alternative (ad es. materie prime, infrastrutture, mercato immobiliare, ecc.). Si tratta però di un'indicazione prettamente teorica, infatti sul mercato sono attivi anche Swf che presentano un orizzonte temporale ridotto e che potrebbero effettuare delle scelte allocative sbilanciate sui titoli a reddito fisso.



Tavola 1 - I principali fondi sovrani: dimensione e fonte di finanziamento 2014

|    | Denominazione di fondo                     | Paese            | Origine | Classificazione | Fonte di capitale   | Assets <sup>(1)</sup> | % tot.       | % cum. |
|----|--|------------------|---------|-----------------|---------------------|-----------------------|--------------|--------|
| 1  | Government Pension Fund - Global (Ngpf-g)  | Norvegia         | 2006    | Commodity       | Risorse naturali    | 839                   | 11,7         | 11,7   |
| 2  | Abu Dhabi Investment Authority (Adia)      | Emirati Arabi U. | 1976    | Commodity       | Risorse naturali    | 773                   | 10,8         | 22,5   |
| 3  | Sama Foreign Holdings                      | Arabia Saudita   | -       | Commodity       | Risorse naturali    | 676                   | 9,4          | 31,9   |
| 4  | China Investment Corporation (Cic)         | Cina             | 2007    | Non commodity   | Riserve ufficiali   | 575                   | 8,0          | 40,0   |
| 5  | State Administration of Foreign Exchange   | Cina             | 1997    | Non commodity   | Riserve ufficiali   | 568                   | 7,9          | 47,9   |
| 6  | Kuwait Investment Authority (Kia)          | Kuwait           | 1953    | Commodity       | Risorse naturali    | 410                   | 5,7          | 53,6   |
| 7  | Hong Kong Monetary Authority               | Hong Kong        | 1993    | Non commodity   | Riserve + surplus   | 327                   | 4,6          | 58,2   |
| 8  | Government Investment Corporation (Gic)    | Singapore        | 1981    | Non commodity   | Riserve + surplus   | 320                   | 4,5          | 62,7   |
| 9  | Temasek Holdings                           | Singapore        | 1974    | Non commodity   | Società governativa | 171                   | 2,4          | 65,1   |
| 10 | Qatar Investment Authority (Qia)           | Qatar            | 2005    | Commodity       | Risorse naturali    | 170                   | 2,4          | 67,4   |
| 11 | National Social Security Fund              | Cina             | 2000    | Non commodity   | Surplus fiscali     | 161                   | 2,2          | 69,7   |
| 12 | Future Fund                                | Australia        | 2006    | Non commodity   | Surplus fiscali     | 89                    | 1,2          | 70,9   |
| 13 | National Wealth Fund                       | Russia           | 2008    | Commodity       | Risorse naturali    | 89                    | 1,2          | 72,2   |
| 14 | Reserve Fund                               | Russia           | 2008    | Commodity       | Risorse naturali    | 87                    | 1,2          | 73,4   |
| 15 | Samruk-Kazyna JSC                          | Kazakistan       | 2008    | Non commodity   | Surplus fiscali     | 84                    | 1,2          | 74,5   |
| 16 | Revenue Regulation Fund                    | Algeria          | 2000    | Commodity       | Risorse naturali    | 77                    | 1,1          | 75,6   |
| 17 | Investment Corporation of Dubai            | Emirati Arabi U. | 2006    | Commodity       | Risorse naturali    | 70                    | 1,0          | 76,6   |
| 18 | Kazakhstan National Fund                   | Kazakistan       | 2000    | Commodity       | Risorse naturali    | 69                    | 1,0          | 77,6   |
| 19 | International Petroleum Investment Company | Emirati Arabi U. | 1984    | Commodity       | Risorse naturali    | 63                    | 0,9          | 78,4   |
| 20 | Lybian Investment Authority (Lia)          | Libia            | 2006    | Commodity       | Risorse naturali    | 60                    | 0,8          | 79,3   |
| 21 | National Development Fund                  | Iran             | 2002    | Commodity       | Risorse naturali    | 59                    | 0,8          | 80,1   |
| 22 | Korea Investment Corporation (Kia)         | Corea del Sud    | 2005    | Non commodity   | Riserve ufficiali   | 57                    | 0,8          | 80,9   |
| 23 | Mubadala Development Company               | Emirati Arabi U. | 2002    | Commodity       | Risorse naturali    | 56                    | 0,8          | 81,7   |
| 24 | Alaska Permanent Fund Corporation          | Stati Uniti      | 1976    | Commodity       | Risorse naturali    | 50                    | 0,7          | 82,4   |
| 25 | Khazanah Nasional                          | Malaysia         | 1993    | Non commodity   | Surplus fiscali     | 41                    | 0,6          | 83,0   |
| 26 | Brunei Investment Agency                   | Brunei           | 1983    | Commodity       | Risorse naturali    | 40                    | 0,6          | 83,5   |
| 27 | State Oil Fund (Sofaz)                     | Azerbaijan       | 1999    | Commodity       | Risorse naturali    | 36                    | 0,5          | 84,0   |
| 28 | National Pensions Reserve Fund             | Irlanda          | 2000    | Non commodity   | Surplus fiscali     | 27                    | 0,4          | 84,4   |
| 29 | New Zealand Superannuation Fund            | Nuova Zelanda    | 2003    | Non commodity   | Surplus fiscali     | 21                    | 0,3          | 84,7   |
| 30 | National Investment Corporation            | Kazakistan       | 2012    | Commodity       | Risorse naturali    | 20                    | 0,3          | 85,0   |
|    | Top 30                                     |                  |         |                 |                     | 6.085                 | 85,0         |        |
|    | Altri                                      |                  |         |                 |                     | 1.077                 | 15,0         |        |
|    | <b>Totale</b>                              |                  |         |                 |                     | <b>7.162</b>          | <b>100,0</b> |        |

<sup>(1)</sup> Miliardi di dollari.

Fonte: Istituti nazionali di statistica





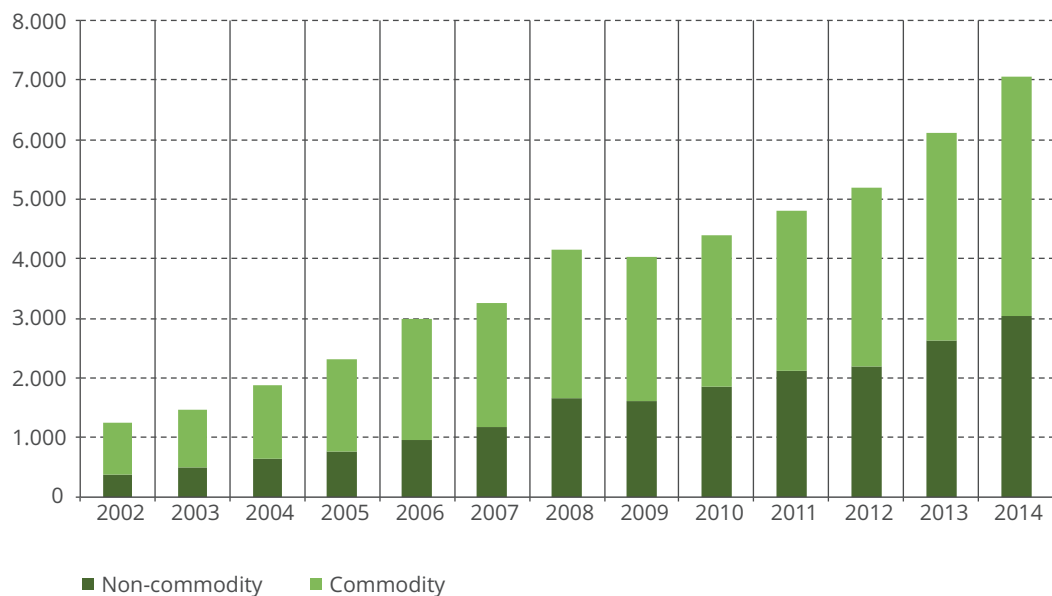
## APPROFONDIMENTI

Gran parte di questa disponibilità finanziaria è concentrata nel continente asiatico e nell'area medio-orientale (rispettivamente il 40 e il 39 per cento del totale) mentre l'Europa ne rappresenta poco più del 17 per cento, di cui gran parte detenuta dal fondo norvegese. Anche l'Aum non è equamente distribuito: i primi cinque fondi detengono circa il 48 per cento del patrimonio totale (quota che supera il 68 per cento considerando i primi dieci). Tra i diversi fondi, sono i commodity a detenere una posizione prevalente (circa 4.000 miliardi di dollari, ovvero il 60 per cento degli asset complessivi).

L'andamento della ricchezza gestita dai Swf ha subito una frenata solo tra il 2008 e il 2009 (grafico 1) per effetto di perdite patrimoniali comprese tra il 5 e il 15 per cento (fino al 30 per cento per quelli con un portafoglio più rischioso) causate dalla volatilità internazionale (Jen, 2010). La stretta dipendenza dalle fluttuazioni cicliche non consente di fare previsioni certe sull'evoluzione del loro patrimonio nel lungo periodo. Probabilmente sarà difficile raggiungere i 15.000 miliardi di dollari stimati dalla Deutsche Bank per il 2015 (Kern, 2008) mentre appaiono plausibili le proiezioni effettuate da Castelli e Tagliapietra (2012) di un valore prossimo ai 10.000 miliardi entro il 2016.

**Grafico 1 - Evoluzione del patrimonio gestito dai fondi sovrani**

Miliardi di dollari



Fonte: Swf Institute; TheCityUK

## Le attività di investimento

*A seguito degli sconvolgimenti generati dalla crisi finanziaria e da eventi politici che hanno modificato gli equilibri globali, la rilevanza dei Swf nel mercato dei capitali è cresciuta esponenzialmente soprattutto dopo aver guadagnato posizioni strategiche nei mercati maturi, in particolare Europa e Stati Uniti.*

*L'elevata disponibilità finanziaria accumulata negli ultimi anni ha, infatti, reso questi strumenti importanti catalizzatori di investimenti diretti esteri (Ide). I dati raccolti dall'Unctad mostrano come nel 2013 tali flussi abbiano raggiunto una quota di oltre 6 miliardi di dollari, a livello cumulato il valore è di 130 miliardi di dollari, di cui circa l'80 per cento deriva da operazioni di tipo brownfield e solo la parte restante da investimenti greenfield.*

*Sulle differenti attività di investimento, la letteratura accademica ha identificato una serie di motivazioni alla base dei processi di selezione dell'impresa target. Dal punto di vista microeconomico, Kotter e LeI (2008) mostrano come spesso, analogamente ai fondi pensione, i Swf tendano a investire in aziende con difficoltà finanziarie e un ridotto cash flow. Tale ipotesi è confermata anche da Boubakri et al. (2011) che sottolineano però come le "impres target", prevalentemente poco innovative e con un assetto proprietario concentrato, debbano possedere delle dimensioni strutturali e livelli di crescita potenziale maggiori rispetto alla media del settore nel quale operano.*

*Dal punto di vista macroeconomico, con riferimento alla trasparenza dei fondi sovrani, Truman (2008) evidenzia come quelli caratterizzati da una maggiore disclosure degli obiettivi tendano a focalizzarsi nei paesi sviluppati, a differenza di quelli più opachi, maggiormente orientati verso i sistemi con una minore tutela giuridica per gli investitori. Chhaochharia e Laeven (2009), invece, sottolineano che questi strumenti, oltre a diversificare gli investimenti nei settori produttivi per i quali non si rileva una specializzazione nazionale, tendono a preferire i paesi caratterizzati da culture e tradizioni similari. Avendano (2010), infine, mostra che, mentre nei mercati domestici le attività si concentrano sulle aziende di dimensioni minori e con un indebitamento ridotto, per gli investimenti all'estero la loro attenzione si rivolge prevalentemente alle imprese più grandi operanti nei settori a elevata intensità di ricerca e sviluppo.*

*Per avere un quadro completo sulle attività di investimento, si è fatto riferimento alle operazioni di M&A presenti nelle banche dati Orbis e Zephyr, di proprietà della Bureau Van Dijk (Bvd)<sup>9</sup>, giungendo alla definizione di un campione di 452 transazioni portate avanti da 25 Swf, tra il 2003 e il 2014.<sup>10</sup>*

*Come evidenziato anche in altri lavori (Bortolotti et al. 2013; Ciarlone e Miceli, 2013), i dati a disposizione mostrano come le attività di investimento, in termini sia di numerosità sia di valore complessivo, abbiano raggiunto il massimo livello nel 2008 per poi rallentare l'anno successivo, parallelamente con la riduzione delle risorse a loro disposizione, e tornare ai livelli pre-crisi nel biennio 2011-2012.*

*Nell'arco temporale considerato, i fondi più attivi sono stati il Temasek e il Government Investment Corporation (Gic) di Singapore (complessivamente oltre il 40 per cento degli investimenti), seguiti dalla Qatar Investment Authority (11,9 per cento) e dalla China Investment Corporation (Cic) (6,6 per cento).*

<sup>9</sup> Sono stati considerati solamente gli investimenti effettuati direttamente dai Swf, escludendo quindi quelli operati sia dalle loro sussidiarie sia da altri fondi di investimento ad essi collegati.

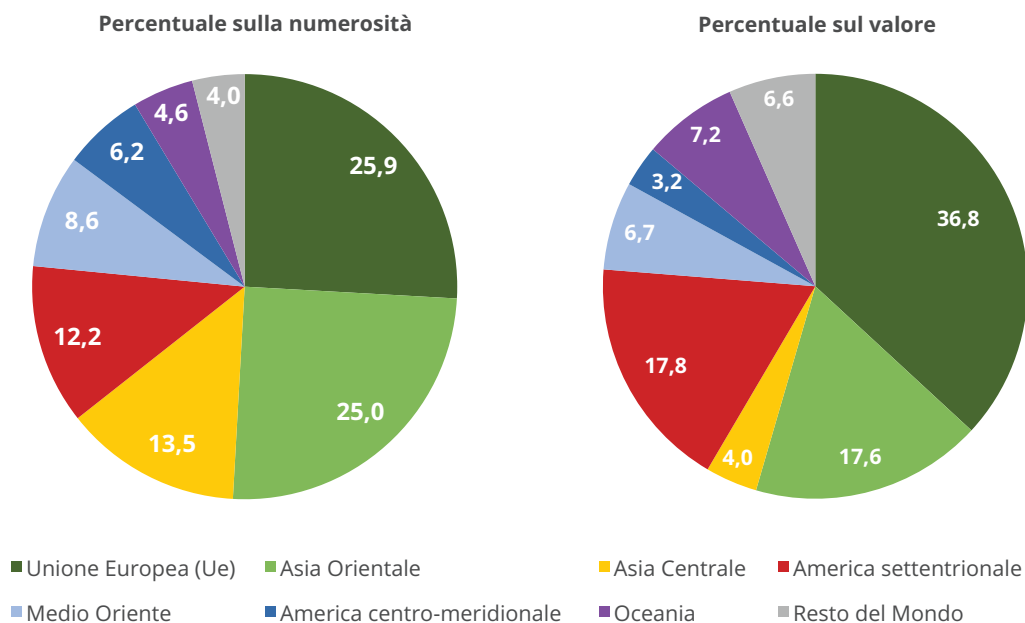
<sup>10</sup> Per l'ultimo anno si fa riferimento al primo semestre.



## APPROFONDIMENTI

In merito alla distribuzione geografica, il grafico 2 mostra come in termini di numerosità il continente asiatico raccolga la maggioranza delle operazioni (poco più del 38 per cento), seguito dall'Unione Europea e dall'America settentrionale (rispettivamente 25,9 e 12,2 per cento). Analizzando l'allocazione degli investimenti per valore, lo scenario appena descritto assume un connotato differente: è l'Unione Europea ad attrarre circa il 37 per cento del valore delle acquisizioni, quota che sale a circa il 71 per cento considerando il raggruppamento delle economie avanzate.

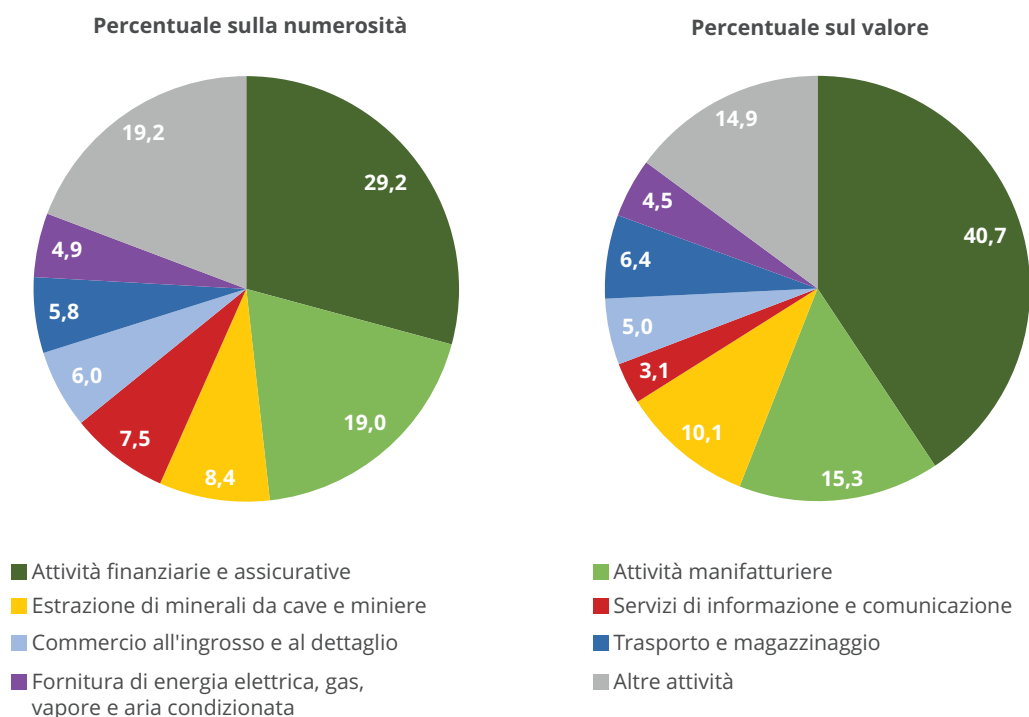
**Grafico 2 - Distribuzione geografica degli investimenti dei Fondi sovrani (2003-2014)**



Fonte: elaborazione su database Orbis e Zephyr, Bureau van Dijk

Secondo Ciarlone e Miceli (2013) la crisi finanziaria non avrebbe modificato più di tanto le strategie di diversificazione geografica dei Swf che sembrerebbero continuare a privilegiare i paesi avanzati, favoriti da un mercato finanziario più sviluppato e da standard istituzionali migliori rispetto agli altri sistemi economici. Tuttavia, recentemente si sta assistendo a una maggiore attenzione verso i sistemi in via di sviluppo nonché a una notevole diversificazione degli impieghi verso settori a minor rischio e maggiormente in linea con nuovi obiettivi. A livello settoriale, i dati confermano come il comparto finanziario abbia rappresentato nel corso degli anni il principale destinatario delle acquisizioni, sia in termini di numerosità sia di valore (rispettivamente il 29,2 e il 40,7 per cento), seguito da quello manifatturiero (19,0 e 15,3 per cento).

**Grafico 3 - Distribuzione settoriale degli investimenti dei fondi sovrani (2003-2014)**



Fonte: elaborazione su database Orbis e Zephyr, Bureau van Dijk

La particolare rilevanza di tale settore deriva non solo dalle numerose attività di sostegno che questi strumenti hanno effettuato, tra il 2007 e il 2009, nei confronti di importanti gruppi bancari (ad es. Merrill Lynch, Barclays, Ubs, Credit Suisse, Citigroup e Deutsche Bank) e dell'economia domestica, attraverso la ricapitalizzazione di istituti bancari nazionali, ma anche dalle strategie adottate recentemente, volte ad assicurarsi la presenza nelle principali istituzioni finanziarie delle realtà emergenti.

A differenza delle scelte geografiche, va però evidenziato come le tensioni post-crisi abbiano modificato il comportamento dei fondi in termini di allocazione settoriale. A partire dal 2009, infatti, la quota destinata al comparto finanziario si è ridotta significativamente, mentre si è assistito a una crescita del valore degli investimenti destinati al settore estrattivo ed energetico, con la finalità di sostenere lo sviluppo dell'economia domestica e/o sopperire alla crescente domanda di materie prime (Ciarlone e Miceli, 2013)<sup>11</sup>, e a una maggiore attenzione alle opportunità presenti nel comparto immobiliare e nelle infrastrutture.

<sup>11</sup> La China Investment Corporation, ad esempio, ha scelto di concentrare le sue operazioni nel settore estrattivo/minerario per avere il vantaggio strategico dell'accesso alle risorse energetiche.



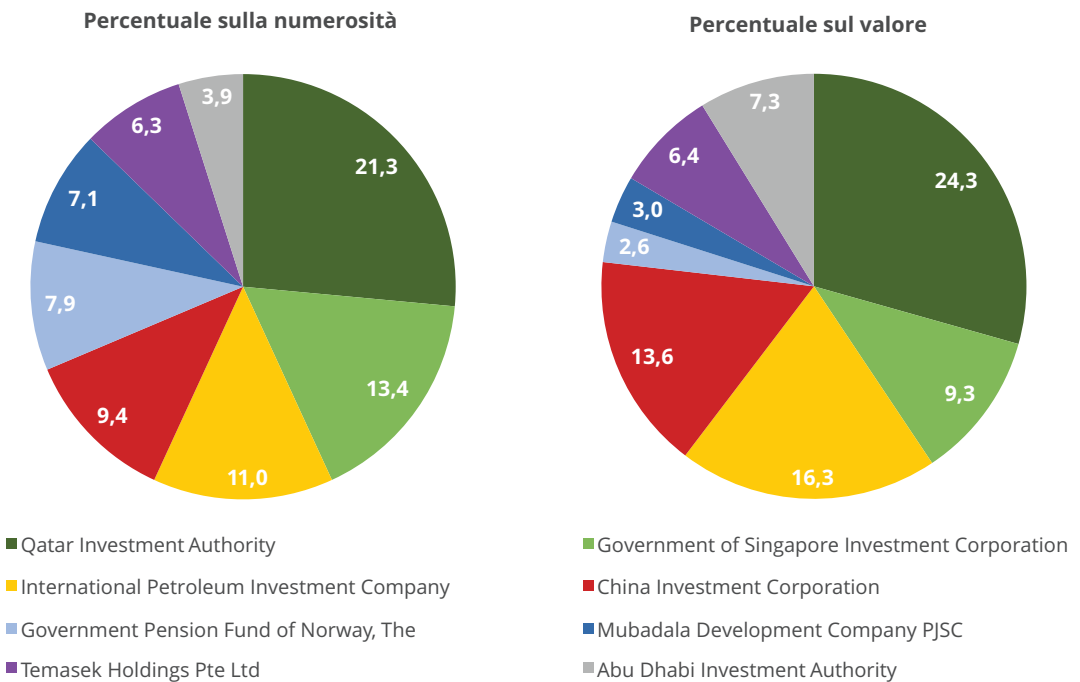
## Le attività in Europa e in Italia

L'Europa ha mantenuto nel tempo una particolare attrattività nei confronti dei fondi sovrani; la dinamica degli investimenti, dopo aver registrato un rallentamento tra il 2009 e il 2011, ha fatto segnare un rimbalzo nel 2012, per poi stabilizzarsi successivamente sui valori pre-crisi.

Le attività di acquisizione sono particolarmente concentrate in pochi paesi. Il Regno Unito detiene una posizione dominante (circa il 29 per cento del valore degli investimenti), alle cui spalle si collocano la Spagna, l'Italia, la Francia e la Germania (che complessivamente presentano un'incidenza prossima al 53 per cento del valore).

Tra i fondi sovrani maggiormente attivi (grafico 4) emerge la Qatar Investment Authority (21,3 per cento della numerosità e 24,3 per cento del valore), la Government Investment Corporation (13,4 per cento e 9,3 per cento), l'International Petroleum Investment Company (11 per cento e 16,3 per cento) e la China Investment Corporation (9,4 per cento e 13,6 per cento). Tra gli altri Swf presenti nell'area, particolarmente interessante è il comportamento del Government Pension Fund norvegese che, a fronte di una discreta numerosità degli investimenti, detiene quote contenute del capitale azionario, riflettendo una strategia volta a diversificare al massimo il proprio portafoglio.<sup>12</sup>

Grafico 4 - Distribuzione degli investimenti operati in Europa per fondo sovrano<sup>(1)</sup> (2003-2014)



(1) Principali fondi sovrani ordinati per numero di operazioni

Fonte: elaborazione su database Orbis e Zephyr, Bureau van Dijk

<sup>12</sup> Gli investimenti di questo fondo si basano sul concetto di responsabilità sociale. Pertanto rientrano nel loro perimetro d'acquisizione prevalentemente quelle società che rispettano una serie di principi etici (sono escluse le multinazionali del tabacco e quelle che producono tecnologie militari) o che operano nella *green economy*.

A livello di impresa target, i dati raccolti mostrano una prevalenza degli investimenti (in termini sia di numerosità sia di valore) nelle società di grandi dimensioni, mentre solo una parte residuale è diretta verso quelle meno strutturate. Si osserva inoltre una maggiore prevalenza delle acquisizioni nelle aziende quotate (58,3 per cento in termini di numerosità e 66,3 per cento in termini di valore) rispetto a quelle non quotate (33,1 e 19,8 per cento).<sup>13</sup> Per quanto riguarda la distribuzione sulla base dell'attività economica, i Swf tendono a concentrare le loro operazioni nelle attività manifatturiere (Germania, Italia e Spagna), nei servizi finanziari e assicurativi (Regno Unito, ove recente è l'acquisizione del distretto finanziario di Canary Wharf) e nell'attività estrattiva (Francia), settori che rappresentano complessivamente circa il 54 per cento delle operazioni e il 61 per cento del valore complessivo degli investimenti.

Paesi come Italia, Francia o Spagna hanno firmato accordi con fondi sovrani per investire in società nazionali. Si tratta di accordi che non hanno un impatto reale sull'economia, ma aprono la porta a possibili collaborazioni con la creazione di fondi bilaterali.

L'Italia appare più attraente per le recenti aperture politiche e la prospettiva di agevolazioni fiscali. La presenza dei Swf è radicata da tempo. Ricordiamo l'acquisto di una quota di Finmeccanica da parte del fondo libico, l'interessamento del Temasek per le azioni di Snam, e più di recente le operazioni della Qia nel settore immobiliare e il rafforzamento del Mubadala (ricco fondo di Abu Dhabi) nella Piaggio Aero e in Ferrari. Al 2015 il fondo Qia del Qatar possiede in Italia l'area di Porta Nuova a Milano, il gruppo della carne Cremonini, insieme al Fondo strategico italiano di Cassa depositi e prestiti, il Four Seasons di Firenze, il Gallia di Milano e gli hotel della Costa Smeralda rilevati dalla Colony Capital di Tom Barrack nel 2012. Di particolare interesse per il tessuto economico sono le operazioni effettuate dal Fondo strategico italiano (Fsi)<sup>14</sup> (braccio finanziario della Cassa depositi e prestiti) a partire dal 2011, data della sua creazione.<sup>15</sup> Il Fsi dispone di 6 miliardi di dollari in gestione per relazioni bilaterali con fondi sovrani di altri paesi, allo stato con Qatar, Kuwait e Russia. Con Qatar Holding è stata definita una joint venture per investire nelle società italiane che operano nei settori del lusso, del fashion e dell'alimentare. Ognuno dei soci ha contribuito con un miliardo di euro. Con la Russia Fsi ha firmato un accordo bilaterale per un miliardo di euro (500 milioni ciascuno) per investire in società e progetti strategici. L'accordo più recente è stato firmato con il fondo sovrano del Kuwait, la Kuwait Investment Authority (Kia) per co-investimenti tramite una nuova società (Fsi Investimenti) con assets del valore di 2.185 miliardi di euro: a oggi ha partecipazioni in Metroweb Italia (fibra ottica), Kedrion Group (biofarmaceutica), Valvitalia (attrezzature). Molto stretti sono i legami dell'Italia con un altro braccio finanziario dell'emirato, l'Aabar Investments, che possiede una quota di Unicredit.

<sup>13</sup> La restante parte del campione rientra nella categoria *delisted*.

<sup>14</sup> Per un dettaglio delle operazioni di investimento si faccia riferimento a Reviglio et al., (2013), Capitale per lo sviluppo: Strumenti finanziari europei a sostegno delle imprese e degli investimenti, Cdp, "Report Monografici", n. 2.

<sup>15</sup> Il Fsi ha come *mission* quella di "creare valore per i suoi azionisti mediante la crescita dimensionale, il miglioramento dell'efficienza operativa, l'aggregazione ed il rafforzamento della posizione competitiva sui mercati nazionali e internazionali delle imprese oggetto di investimento" attraverso l'acquisizione di quote di minoranza in imprese di interesse nazionale.



### Conclusioni

*La profonda crisi finanziaria che ha investito le economie occidentali sta influenzando le strategie di investimento dei fondi sovrani, inducendoli a diversificare le scelte verso impieghi più prudentiali e conservativi, mantenendo però la loro attenzione ai sistemi avanzati.*

*La volatilità dei mercati azionari e la debolezza del sistema bancario, ad esempio, hanno provocato una maggiore attenzione (soprattutto da parte dei fondi medio-orientali) verso i più sicuri impieghi immobiliari, attualmente caratterizzati da una flessione dei valori, e un rinnovato interesse per i centri commerciali e le industrie esportatrici di prodotti finiti (moda, alimentare) orientate maggiormente ai mercati emergenti (soprattutto i Swf cinesi e di Singapore).*

*Tutto ciò è stato anche accompagnato dal finanziamento di progetti di sviluppo contro la povertà (ad esempio la Cic in Africa) e dal marcato orientamento degli impieghi in società carbon free (ad es. il fondo norvegese).*

*Si tratta di cambiamenti strategici che alterano le opportunità per i mercati avanzati, tradizionalmente abituati a contare su una forte capacità di attrazione nel settore finanziario e manifatturiero, e che li dovrebbero spingere a identificare strategie innovative per intercettare interessi sia nella valorizzazione del real estate e nella creazione di infrastrutture finalizzate allo sviluppo (turismo in particolare), sia nel cogliere le potenzialità di cofinanziamento dei progetti di sviluppo nelle aree strategiche dell'Africa Sub-sahariana. L'Italia va muovendosi lungo queste direzioni con il braccio operativo Fsi e potrà sviluppare sinergie nei progetti di sviluppo con la nuova politica di cooperazione.*

### Nota bibliografica di approfondimento

- Aizenman J. e Jaewoo L., (2007), International Reserves: Precautionary versus Mercantilist Views, Theory, and Evidence, "Open Economy Review", n. 11.
- Avendano R. (2010), Sovereign Wealth Fund Investments: From Firm-level Preferences to Natural Endowments, Economix Workshop on Sovereign Wealth Funds and Globalization. Disponibile sul sito: <http://www.parisschoolofeconomics.eu/IMG/pdf/JobMarket-1paper-AVENDANO-PSE.pdf>.
- Bortolotti B., Fotak V., Megginson W. e Miracky W. (2010), Sovereign Wealth Fund Investment Patterns and Performance, Fondazione Eni Enrico Mattei, "Nota di Lavoro", n. 22, 2009.
- Boubakri N., Cosset J. e Samir N. (2011), Sovereign Wealth Funds Acquisitions: A Comparative Analysis with Mutual Funds, "International Finance Review", n. 12.
- Castelli M. e Tagliapietra S. (2012), How big could SWFs be by 2016?, in "The New Economics of Sovereign Wealth Funds", a cura di M. Castelli e F. Scacciavillani F., New York, The Wiley Finance Series, John Wiley & Sons.
- Chhaochharia V. e Laeven L. (2009), The Investment Allocation of Sovereign Wealth Funds. Disponibile sul sito SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1262383> o <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1262383>.
- Ciarlone A. e Miceli V. (2013), Le strategie di portafoglio dei fondi di ricchezza sovrani e la crisi globale, Banca d'Italia, Questioni di Economia e Finanza, n. 156.
- Jeanne O. e Ranciere R. (2006), The Optimal Level of International Reserves for Emerging Market Countries: Formulas and Applications, *Imf, Working Paper*, n.06/229.
- Jen S.L. (2010), Sovereign Wealth Fund Investment Strategies: Complementing Central Bank Investment Strategies, in "Economics of Sovereign Wealth Funds. Issues for Policymakers", a cura di U.S. Das et al., Washington DC, Imf.



- Kern S. (2008), SWFs and Foreign Investment Policies - an Update, *Deutsche Bank Research, Discussion paper*.
- Klitzing E., Lin D., Lund S. e Nordin L. (2011), Demystifying Sovereign Wealth Funds, in "Economics of Sovereign Wealth Funds. Issues for Policymakers", a cura di U.S. Das et al., Washington DC, *Imf*.
- Kotter J. e LeI U. (2008), Friends or Foes? The Stock Price Impact of Sovereign Wealth Fund Investments and the Price of Keeping Secrets, *Board of Governors of the Federal Reserve System, International Finance Discussion Paper, n. 940*.
- Kunzel P., Lu Y., Petrova I. e Pihlman J. (2011), Investment Objectives of Sovereign Wealth Funds- A Shifting Paradigm, *Imf, Working Paper, n.11/19*.
- Quadrio Curzio A. e Miceli V. (2010), Sovereign Wealth Funds. A Complete Guide to State-owned Investment Funds, UK, *Harriman House*.
- Rozanov A. (2005), Who Holds the Wealth of Nations, "*Central Banking Journal*", n. 4.
- Truman E. (2008), A Scoreboard for Sovereign Wealth Funds, Washington, DC, *Peterson Institute for International Economics*.



## 1.2 Le politiche commerciali e l'apertura dei mercati\*

### 1.2.1 L'accesso ai mercati internazionali: dazi e misure non tariffarie sugli scambi di merci

Il clima di incertezza riguardante la ripresa economica comporta la necessità di mantenere elevata anche l'attenzione sulle politiche commerciali, in modo che contribuiscano alla crescita, con particolare attenzione alle imprese organizzate in reti produttive internazionali, che ormai contribuiscono all'80 per cento delle esportazioni mondiali e sono potenzialmente più soggette ai problemi creati dal protezionismo.<sup>3</sup>

Pertanto, i paesi del G20 hanno nuovamente ribadito durante l'ultima riunione di Brisbane (nel novembre 2014) il loro impegno a non introdurre, almeno fino al 2016, misure restrittive degli scambi e degli investimenti, e a eliminare quelle esistenti. Il Brisbane Action Plan<sup>4</sup> riprende infatti quanto affermato a San Pietroburgo nel 2013, e cioè l'intento di sostenere le politiche volte a favorire gli scambi, tenuto conto che le produzioni sono sempre più *made in the world* e cresce il peso del commercio di beni intermedi, nonché il ruolo delle importazioni nel rendere più competitive le esportazioni. Oltre a semplificare le misure legate alle procedure doganali, l'Action Plan fa riferimento alla necessità di ridurre le barriere non tariffarie, promuovere gli scambi di servizi (in particolare nei trasporti e nella logistica) e attuare le riforme interne necessarie per attrarre gli investimenti esteri.

Nonostante queste affermazioni, l'ultimo rapporto di monitoraggio, presentato congiuntamente dall'Omc, dall'Unctad e dall'Ocse<sup>5</sup>, sottolinea che il numero di misure restrittive introdotte dal gruppo di paesi G20 a partire dal 2008 ha continuato ad aumentare e che, delle 1.244 misure adottate dall'inizio della crisi economica, ne sono state eliminate solo 282. Le 962 misure tuttora in vigore corrispondono in valore al 4,1 per cento degli scambi mondiali di merci (5,3 per cento rispetto ai paesi del G20). Nello stesso periodo, a fronte di 79 misure a favore di una maggiore liberalizzazione (corrispondenti in valore al 2 per cento delle importazioni mondiali), sono state adottate 93 nuove misure restrittive, di cui la metà sono strumenti di difesa commerciale.

L'emergere di tendenze protezionistiche, per quanto arginate dall'azione di monitoraggio delle istituzioni internazionali, sembra essere confermato anche dall'andamento delle tariffe doganali. Il grafico sui dazi effettivamente applicati<sup>6</sup> mostra, dopo il lieve calo del 2012, un nuovo rialzo, dovuto principalmente a un aumento delle tariffe medie riferite alle materie prime<sup>7</sup> (grafico 1.13).

<sup>3</sup> Unctad (2013), *World Investment Report*.

<sup>4</sup> [https://g20.org/wp-content/uploads/2014/12/brisbane\\_action\\_plan.pdf](https://g20.org/wp-content/uploads/2014/12/brisbane_action_plan.pdf)

<sup>5</sup> Omc, Ocse, Unctad, *Report on G20 Trade Measures Mid May-Mid October 2014*, del 5 novembre 2014.

<sup>6</sup> Le tariffe doganali sono di tre tipi: le tariffe consolidate sono le massime applicabili, stabilite dai paesi membri dell'Omc in sede negoziale, e non necessariamente sono quelle effettivamente usate; le tariffe applicate Mfn (Most favoured nation, in base alla clausola della nazione più favorita contenuta nel General Agreement on Tariffs and Trade, Gatt) sono le tariffe applicate alle importazioni dai paesi membri dell'Omc, in assenza di un regime preferenziale; le tariffe preferenziali sono quelle accordate nell'ambito di un accordo di liberalizzazione commerciale, pari a zero o comunque inferiori alle tariffe Mfn.

Le tariffe effettivamente applicate riportate nei grafici (base dati Wits, Banca Mondiale) si basano sui dazi più bassi applicabili ai prodotti considerati, considerando quindi anche le tariffe preferenziali. Per ulteriori approfondimenti:

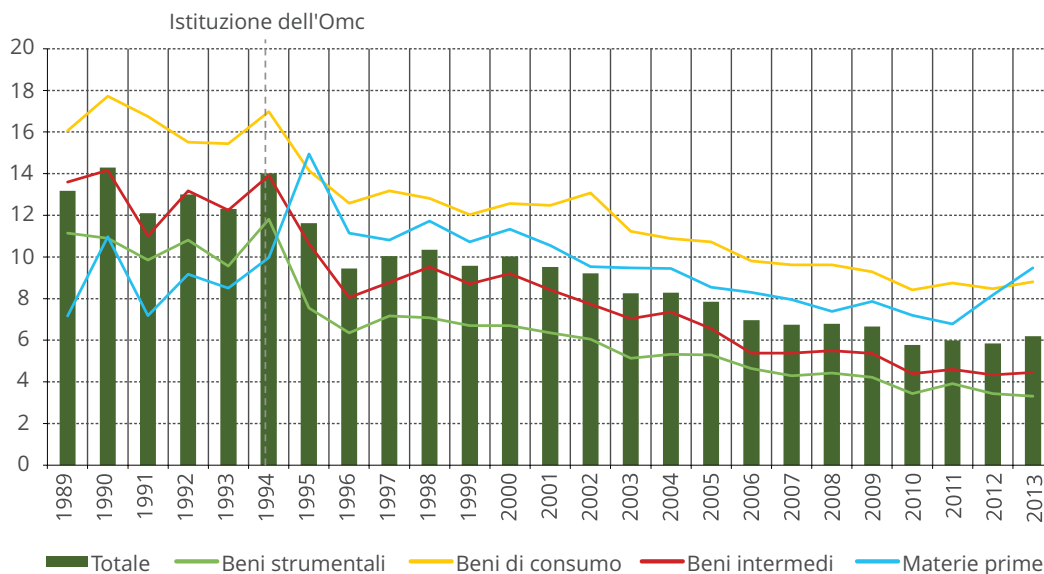
[http://wits.worldbank.org/WITS/wits/WITSHELP/Content/Data\\_Retrieval/P/Intro/C2.Types\\_of\\_Tariffs.htm](http://wits.worldbank.org/WITS/wits/WITSHELP/Content/Data_Retrieval/P/Intro/C2.Types_of_Tariffs.htm)

<sup>7</sup> Rispetto alla rilevazione dell'anno passato i dati di fonte Wits, riguardanti in particolare le materie prime, sono stati aggiornati e in alcuni casi rivisti al rialzo dalla Banca Mondiale.

\* Redatto da Cristina Castelli (Ice) con la supervisione di Lucia Tajoli (Politecnico di Milano).

**Grafico 1.13 - Dazi effettivamente applicati, per gruppi di prodotti**

Medie aritmetiche semplici delle aliquote percentuali

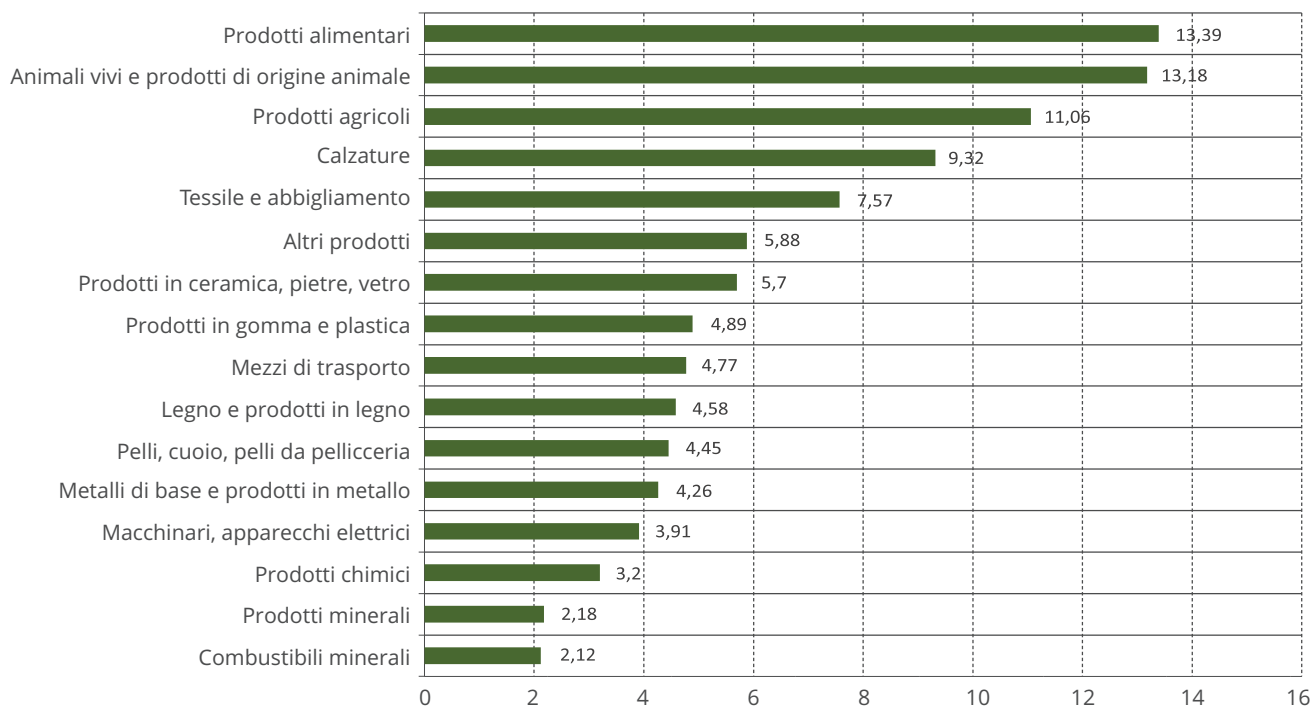


Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca Mondiale (Wits))

Considerando i gruppi di prodotti, i beni di consumo continuano a mostrare un livello di protezione relativamente più elevato (8,8 per cento), dovuto al permanere di picchi tariffari soprattutto nell'agro-alimentare (intorno al 13 per cento) e nelle calzature (9,3 per cento) (grafici 1.13 e 1.14). I dazi applicati ai beni strumentali sono invece i più contenuti (3,3 per cento) e gli unici a diminuire in quasi tutto il periodo. I beni intermedi si trovano a un livello non molto distante dai beni strumentali (4,4 per cento), riflettendo il fatto che gli scambi di parti e componenti sono sempre più rilevanti per via della crescente frammentazione internazionale dei processi produttivi.

**Grafico 1.14 - Dazi effettivamente applicati, per settori.**

Medie aritmetiche semplici delle aliquote percentuali, 2013

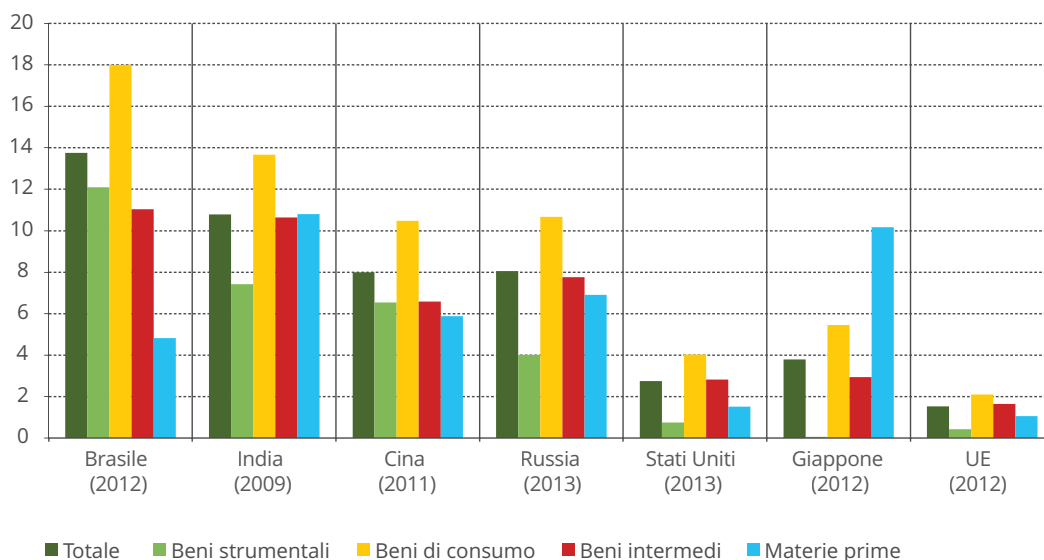


Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca Mondiale (Wits)



**Grafico 1.15 - Dazi effettivamente applicati, per paesi e gruppi di prodotti**

Medie aritmetiche semplici delle aliquote percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca Mondiale (Wits)

Dal punto di vista geografico si osservano notevoli differenze: le tariffe applicate sono ancora comparativamente elevate nei paesi Bric - e in particolare in Brasile e in India - mentre Unione Europea, Giappone e Stati Uniti mostrano, in media, un grado di protezione più contenuto (grafico 1.15). Peraltro, anche per i beni intermedi le tariffe applicate dai Bric risultano più elevate della media, nonostante la crescente partecipazione di questi paesi ai processi di approvvigionamento globali. Va tuttavia rilevato che la propensione a proteggere parti e componenti, misurata dal rapporto tra i dazi applicati sui beni intermedi e i dazi totali, è relativamente maggiore, nell'ordine, per Unione Europea, Stati Uniti e India, mentre il Giappone appare - tra i paesi considerati - relativamente più aperto.

Mentre il grado di protezione attuato tramite l'applicazione di dazi doganali, malgrado alcuni picchi tariffari, appare in media piuttosto contenuto, il ruolo delle misure non tariffarie (Mnt) continua a essere rilevante, rendendo necessario uno studio accurato dei loro effetti sugli scambi commerciali. Queste misure sono difficili da valutare per varietà, complessità, scarsa trasparenza e per il fatto che non esiste una rilevazione statistica completa e affidabile. Dalle analisi effettuate emerge che le Mnt possono determinare effetti restrittivi anche superiori ai dazi, specialmente nel caso dei prodotti agricoli.<sup>8</sup> Alcune misure sono a tutti gli effetti degli strumenti di politica commerciale (quote, sussidi, misure di salvaguardia, restrizioni alle esportazioni) mentre altre, come gli standard tecnici, o le norme sanitarie e fitosanitarie, perseguono fini diversi, ma possono comunque celare intenti protezionistici. Vi si aggiungono le regole di origine che, adottate nell'ambito dei vari accordi commerciali preferenziali, possono determinare effetti distorsivi sugli scambi internazionali e ostacolare il funzionamento delle catene globali del valore.

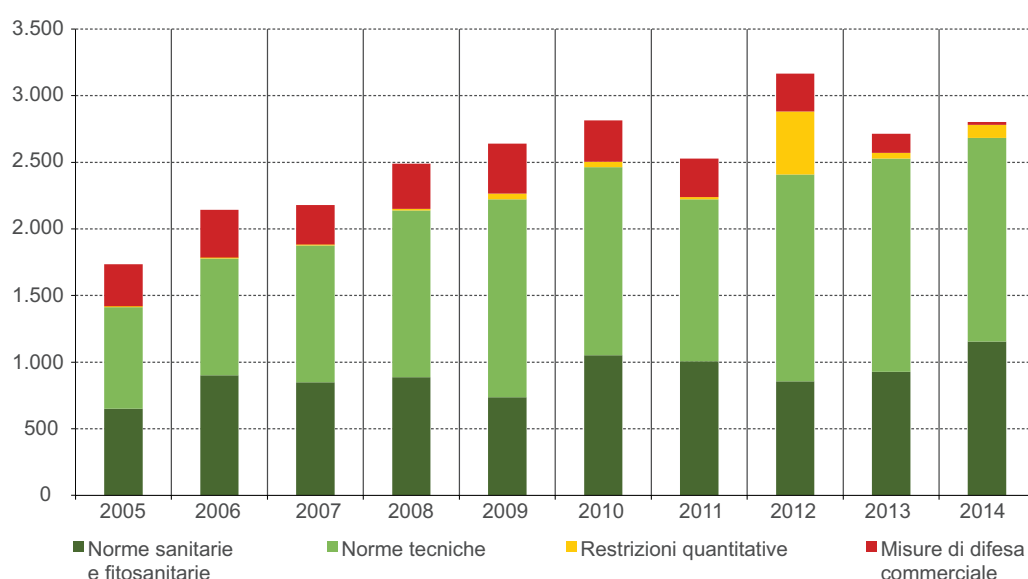
<sup>8</sup> Unctad (2012), *Non-Tariff Measures to Trade: Economic and Policy Issues for Developing Countries*, United Nations Conference on Trade and Development, Geneva; Henn e McDonald (2011), *Protectionist Responses to the Crisis: Damage Observed in Product-Level Trade*, IMF Working Paper, 11/139.

Il grafico 1.16 mostra, per le tipologie presenti nella banca dati dell'Omc<sup>9</sup>, il numero di nuove misure non tariffarie introdotte in ciascun anno, incluse le restrizioni quantitative, un tipo di misura in grado di avere considerevoli effetti negativi. Queste sono state incluse recentemente nella rilevazione dell'Omc e sono state oggetto, nel 2014, di 98 notifiche.

I dati segnalano una netta prevalenza delle normative tecniche e sanitarie/fitosanitarie, con 1.529 nuove regolamentazioni tecniche introdotte nel 2014 (il 4,4 per cento in meno rispetto all'anno precedente) e 1.154 nuove norme sanitarie e fitosanitarie (+24,4 per cento). In proporzione, le misure di difesa commerciale introdotte ogni anno sono molto poche, e sono state pari a 23 nel 2014.<sup>10</sup>

**Grafico 1.16 - Nuove misure non-tariffarie**

Numero di misure introdotte nell'anno e notificate all'Omc



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc; estrazione al 30 aprile 2015

Tuttavia, se si considera il numero e il tipo di misure non tariffarie complessivamente in vigore alla fine del 2014 (tavola 1.12), la distribuzione appare diversa per il fatto che, molto spesso, le barriere introdotte non vengono più eliminate: appaiono quindi prevalenti le norme sanitarie-fitosanitarie (2.766, rispetto alle 2.394 del 2013), seguite dalle misure di difesa commerciale (2.228) e quindi dalle norme tecniche (1.553 contro 1.366 dell'anno precedente).

Con riguardo alle norme sanitarie e fitosanitarie, l'America centro-meridionale continua a presentare il maggior numero di regolamentazioni (878, concentrate in particolare in Brasile e Perù), seguita da Asia-Oceania (667) e dall'America settentrionale (625). Gli standard tecnici sono uno strumento adottato soprattutto in quest'ultima area (489), mentre ricorrono ampiamente agli strumenti di difesa commerciale i paesi asiatici (720), il Nord America (560) e i paesi europei (545). Le restrizioni quantitative sembrano invece concentrarsi soprattutto nei paesi asiatici (68 per cento).<sup>11</sup> Va tuttavia ricordato che il grado di restrizione derivante dall'applicazione delle varie misure può essere molto differente e che, quindi, un numero elevato di misure in una particolare area non implica automaticamente il fatto che vi sia una maggiore chiusura agli scambi.

<sup>9</sup> Omc, *Integrated Trade Intelligence Portal (I-Tip)*, accessibile su <http://i-tip.wto.org>

<sup>10</sup> Dati al 30 aprile 2015.

<sup>11</sup> Va tuttavia rilevato che per le restrizioni quantitative, disponibili nella banca dati da giugno 2014, l'Omc segnala un basso numero di notifiche da parte degli stati membri; cfr. *Wto (2014) Annual Report*, p. 46.

**Tavola 1.12 - Distribuzione geografica delle misure non-tariffarie**

Numero di misure in vigore e notificate all'Omc al 31 dicembre 2014

|                                   | Norme sanitarie e fitosanitarie | Norme tecniche | Misure di difesa commerciale (1) | Restrizioni quantitative | Totale       |
|-----------------------------------|---------------------------------|----------------|----------------------------------|--------------------------|--------------|
| Europa                            | 315                             | 261            | 545                              | 74                       | 1.195        |
| Comunità degli Stati Indipendenti | 155                             | 59             | 77                               | 78                       | 369          |
| Africa                            | 46                              | 106            | 56                               | 20                       | 228          |
| America settentrionale            | 625                             | 489            | 560                              | 57                       | 1.731        |
| America centro-meridionale        | 878                             | 303            | 259                              | 69                       | 1.509        |
| Medio Oriente                     | 80                              | 70             | 11                               |                          | 161          |
| Asia e Oceania                    | 667                             | 265            | 720                              | 645                      | 2.297        |
| <b>Totale</b>                     | <b>2.766</b>                    | <b>1.553</b>   | <b>2.228</b>                     | <b>943</b>               | <b>7.490</b> |

(1) Misure *anti-dumping*, anti-sovvenzioni e di salvaguardia.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Con riguardo agli investimenti diretti esteri, che rappresentano un tassello cruciale nelle reti globali di produzione, le politiche adottate dagli stati sono tendenzialmente volte alla loro liberalizzazione, per il fatto che attrarre Ide comporta, in genere, importanti *spillovers* positivi in termini di maggiore produttività, occupazione e trasferimento di conoscenza. Ad esempio, secondo l'Unctad, nel 2014 37 paesi hanno adottato 63 misure, di cui 47 orientate verso una maggiore liberalizzazione.<sup>12</sup>

### 1.2.2 - Le barriere al commercio di servizi

I servizi rivestono un ruolo sempre maggiore nell'economia mondiale, come è confermato dal fatto che essi contribuiscono per circa un terzo al valore aggiunto delle esportazioni di merci. Facilitare l'approvvigionamento di servizi efficienti e di elevata qualità è quindi determinante per incrementare la produttività delle imprese e la loro competitività. Essi rappresentano inoltre un importante canale di diffusione della conoscenza e di stimolo alle innovazioni.<sup>13</sup>

Insieme ai beni intermedi, i servizi costituiscono infatti un *input* che, in presenza di una crescente frammentazione produttiva internazionale, può essere fornito da imprese localizzate in paesi diversi. La rimozione delle restrizioni al commercio di servizi facilita quindi lo sviluppo delle reti di produzione internazionali, con ampie ricadute potenziali sulla crescita.

Data la natura intangibile dei servizi, le limitazioni agli scambi internazionali derivano principalmente da regolamentazioni e procedure vigenti nei singoli paesi (cosiddette *behind the border trade barriers*), riguardanti ciascuna delle quattro modalità di fornitura individuate nel General Agreement on Trade in Services (Gats).<sup>14</sup> Le misure che incidono sul commercio di servizi sono di vario genere e hanno come effetto quello di ostacolare l'accesso al mercato da parte di fornitori esteri, per esempio attraverso misure restrittive riguardanti la concessione di licenze, il

<sup>12</sup> Per ulteriori approfondimenti si consulti il *World Investment Report 2015*.

<sup>13</sup> Per i paesi Ocse i servizi rappresentano circa il 75 per cento del Pil, l'80 per cento dell'occupazione e riguardano due terzi dei flussi in entrata degli investimenti esteri, mentre il loro peso sugli scambi non supera il 20 per cento, cfr. Nordas H.K. e Rouzet D. (2015), *The impact of Services Trade Restrictiveness on Trade Flows-First Estimates*, Oecd Trade Policy Papers n.178.

<sup>14</sup> Fornitura transfrontaliera (modo 1); fruizione all'estero (modo 2); presenza commerciale (modo 3); movimento di persone fisiche (modo 4).

riconoscimento delle qualificazioni professionali, oltre a diverse limitazioni agli investimenti e al movimento internazionale delle persone.<sup>15</sup>

Al fine di valutare l'impatto delle regolamentazioni, l'Ocse ha istituito nel 2014 una base dati con le normative e le misure restrittive adottate dai vari paesi, in base alle quali è stato calcolato un indice di restrizione al commercio di servizi (Stri, Services Trade Restrictiveness Index).<sup>16</sup> L'indice varia tra 0 e 1 (dove 1 rappresenta il massimo grado di restrizione) e consente di analizzare il grado di apertura dei mercati Ocse e di alcuni paesi emergenti per 18 settori, coprendo circa l'80 per cento degli scambi mondiali di servizi.<sup>17</sup> Molti settori, tra cui i servizi di trasporto, i servizi professionali, i servizi finanziari e i servizi legati alla comunicazione, sono di particolare interesse per il funzionamento delle reti produttive internazionali.

L'ultimo aggiornamento degli indici Stri presenta una situazione sostanzialmente invariata rispetto all'anno passato. In linea con quanto osservato per le tariffe applicate alle merci, i paesi emergenti inclusi nella base dati (Brics e Indonesia) appaiono maggiormente chiusi agli scambi di servizi rispetto all'Unione Europea (a 15) e agli altri paesi Ocse (cfr. grafici 1.18 e 1.19).

All'interno dell'UE, Paesi Bassi, Regno Unito e Germania mostrano un maggiore grado di apertura, mentre Austria, Grecia e Italia presentano indici di restrizione più elevati. Va tuttavia rilevato che il grado di apertura differisce considerevolmente tra i diversi settori, segnalando pertanto che in tutti i paesi sussistono margini per intervenire e rimuovere ostacoli agli scambi.

I servizi di trasporto aereo e alcuni servizi professionali (specialmente quelli legali e contabili) presentano un elevato grado di restrizione, mentre l'indice più basso riguarda i servizi di distribuzione (grafico 1.17). Il trasporto aereo, settore rilevante per gli scambi commerciali di merci, in particolare quelle più deperibili, e per il turismo, si presenta in tutti i paesi considerati come uno dei settori più protetti con un indice medio pari a 0,44, con l'Unione Europea (a 15) che presenta un indice pari a 0,37. Tra le diverse tipologie, incidono su questo settore principalmente le limitazioni poste alle partecipazioni azionarie estere e altre barriere alla concorrenza, per esempio nell'assegnazione degli *slots*, dal momento che molti paesi detengono quote di partecipazione pubblica nelle compagnie aeree.

Seguono in ordine di restrizione i servizi legali (con un indice pari a 0,32), interessati soprattutto da limitazioni al movimento internazionale delle persone e da barriere poste all'insediamento di società estere; inoltre, frequentemente i paesi adottano norme restrittive aventi per oggetto le qualificazioni professionali e il conferimento di licenze. Analogamente, l'esercizio di servizi contabili riscontra delle barriere soprattutto nel movimento internazionale delle persone, con restrizioni riguardanti per esempio il riconoscimento delle certificazioni professionali e l'insediamento di società estere (indice pari a 0,30).

I servizi di distribuzione (all'ingrosso e al dettaglio per i beni di consumo) mostrano per contro il grado di restrizione più basso, tra quelli considerati, pari ad appena 0,13, pur con eccezioni rilevanti in alcuni paesi quali l'India, la Cina (0,35-0,36) e l'Indonesia (0,40). Vi rientrano in primo luogo delle misure riguardanti il diritto di stabilimento degli investitori esteri, tra cui norme sul conferimento di licenze, limitazioni per la partecipazione di *manager* ai consigli di amministra-

<sup>15</sup> Una classificazione proposta da Hoekman e Sauv  (1994) individua cinque tipi di misure: restrizioni di tipo quantitativo (ad esempio limitazioni del numero di fornitori esteri); misure basate sui prezzi; regolamentazioni riguardanti il diritto di stabilimento di investitori esteri (ad esempio, controlli sui movimenti di capitale, sul trasferimento di tecnologia, sull'assunzione di dipendenti, sulla libert  di movimento del personale estero); standard e certificazioni; regolamentazioni legate agli appalti pubblici; sui tipi di misure non tariffarie cfr. Ice, *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto Ice 2012-2013*, pp. 66-68.

<sup>16</sup> Stri, Services Trade Restrictiveness Index e base dati delle relative regolamentazioni, accessibile su: <http://www.oecd.org/trade/services-trade/services-trade-restrictiveness-index.htm>

<sup>17</sup> L'indice   calcolato su regolamentazioni e misure restrittive al commercio dei servizi in 40 paesi (34 paesi Ocse pi  Brasile, Cina, India, Indonesia, Russia e Sud Africa) e per 18 settori. Le restrizioni sono di cinque tipi: condizioni che limitano l'accesso al mercato, restrizioni sul movimento delle persone, altre misure discriminatorie, barriere di tipo concorrenziale e trasparenza delle normative. Va rilevato che sono escluse le normative contenute negli accordi preferenziali.

zione, restrizioni alle partecipazioni azionarie.

Per contro altri tipi di servizi – che rivestono un ruolo determinante per il funzionamento delle catene di valore globali – presentano indici di restrizione molto bassi: ad esempio, il trasporto stradale presenta un indice medio pari a 0,16, anche se in alcuni paesi, come India e Cina, vi è un ampio margine di riduzione delle barriere (con indici pari a 0,37 e 0,38). Tra i paesi europei emergono l'Islanda e l'Austria, con 0,25 e 0,22.

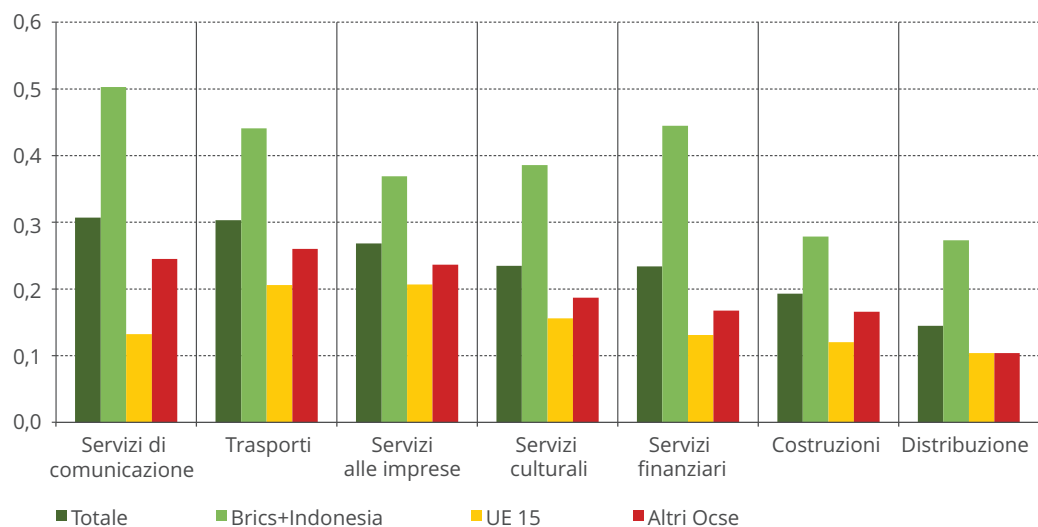
I servizi legati al settore delle telecomunicazioni (con 0,22) sono un altro comparto molto rilevante per agevolare i processi di internazionalizzazione e le catene globali del valore, in quanto comprendono l'utilizzo delle linee telefoniche fisse, mobili e l'offerta di collegamenti Internet, pre-condizione per molti altri servizi, inclusi quelli informatici. In questo ambito le principali barriere consistono in misure che limitano l'entrata di operatori esteri, data anche la forte presenza pubblica in un settore considerato strategico dai governi. Come in altri settori, la variabilità dell'indice Stri appare elevata e i paesi emergenti mostrano un grado di protezione maggiore: l'Indonesia registra infatti l'indice di restrizione più elevato (0,61), seguita da Cina (0,53), India, Brasile e Russia (0,43-0,47).

Per i servizi informatici l'indice medio è pari a 0,18, con livelli relativamente alti nei Brics e in Indonesia (tra 0,24 e 0,34), ma anche in Islanda (0,29); le restrizioni riguardano sia le modalità di partecipazione che il movimento di personale specializzato, essendovi complementarietà nelle modalità di fornitura dei servizi 1 (fornitura transfrontaliera) e 4 (movimento di persone).

Analisi condotte dall'Ocse hanno dimostrato che elevati indici Stri sono correlati a un livello inferiore degli scambi di beni e servizi.<sup>18</sup> Nella maggior parte dei servizi un alto indice Stri è associato, in primo luogo, a un livello inferiore delle importazioni di servizi, per via dei maggiori costi relativi al superamento delle barriere di entrata da parte dei potenziali fornitori esteri. In secondo luogo, per vari tipi di servizi (informatici, legali, di trasporto marittimo e aereo, bancari e assicurativi) emerge un'evidente relazione negativa tra il grado di restrizione e le esportazioni, segnalando quindi il legame esistente tra la barriere interne e la competitività delle imprese sui mercati internazionali.

Infine, l'indice Stri nei servizi di trasporto, di corriere, nelle telecomunicazioni, nella distribuzione, nei servizi informatici e in quelli finanziari appare correlato negativamente anche con il valore delle esportazioni di manufatti. Nello specifico, le esportazioni di parti e componenti sono risultate particolarmente sensibili a restrizioni nei servizi di trasporto e in quelli relativi alla logi-

**Grafico 1.17 - Indice di restrizione al commercio di servizi per comparti e aree geo-economiche**  
Numero di istanze al 31.12.2013



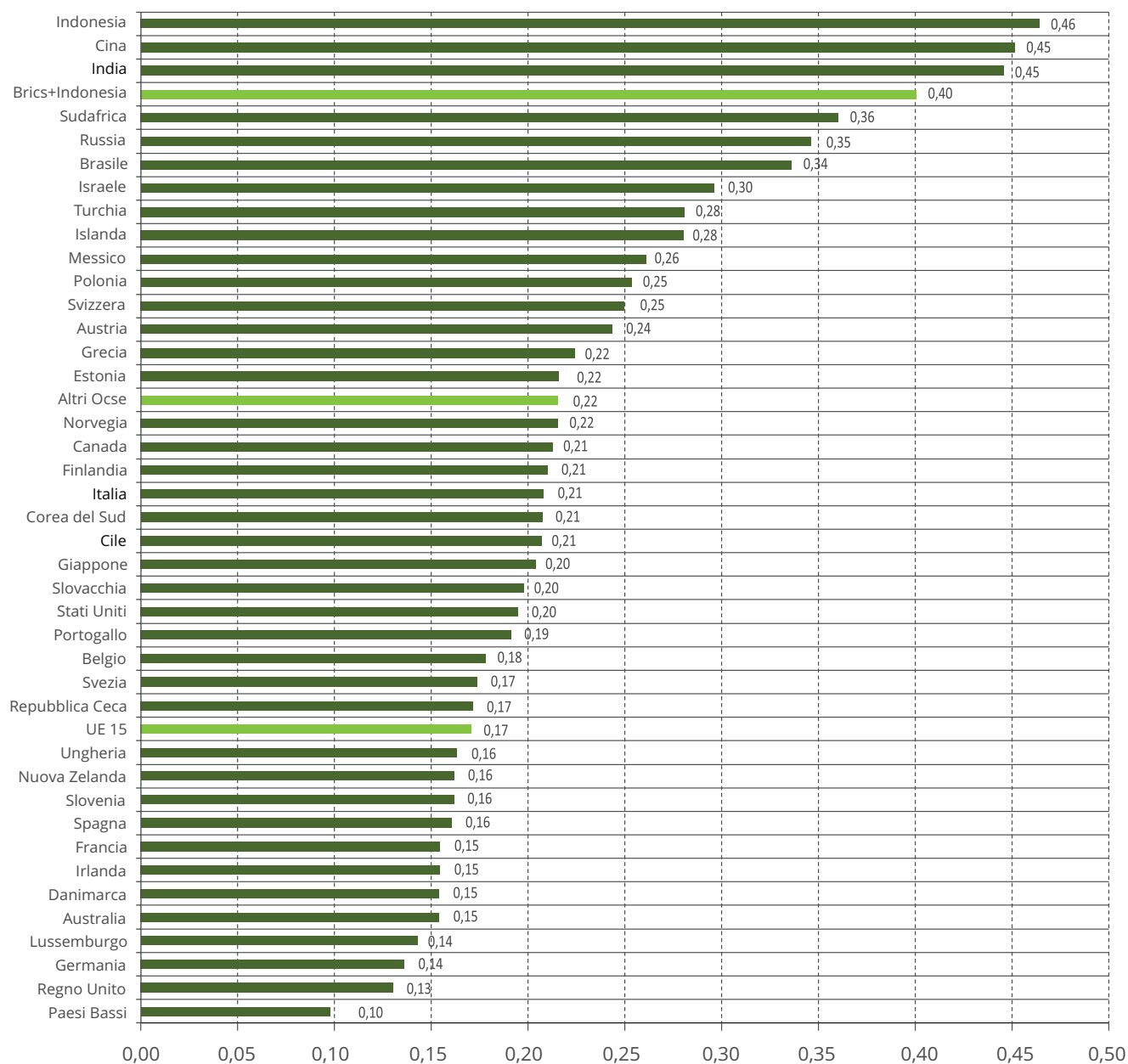
Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Stri)

<sup>18</sup> Nordas et al., op. cit.





**Graf 1.18 - Indice di restrizione al commercio di servizi per paesi**  
Media aritmetica semplice



Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Stri)

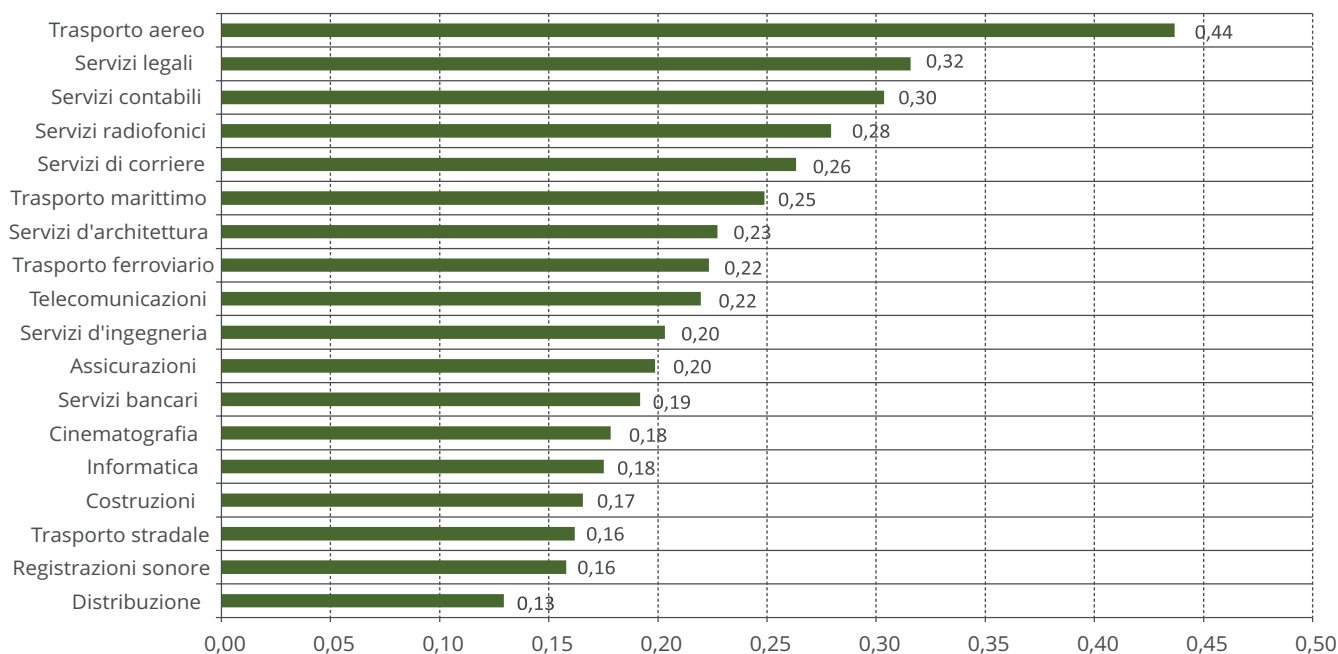
stica. Le esportazioni di beni di consumo non durevoli e di beni strumentali risultano invece più sensibili alla possibilità di accedere a servizi competitivi nel settore delle telecomunicazioni.

### 1.2.3 - Il processo di liberalizzazione degli scambi: l'Agenda di Doha e i negoziati plurilaterali

A livello multilaterale il processo di liberalizzazione degli scambi non ha segnato molti progressi, sia come attuazione degli impegni assunti a Bali nel dicembre 2013 che come prosecuzione dei negoziati di Doha. La prossima scadenza è rappresentata dalla conferenza ministeriale di Nairobi (15-18 dicembre), entro la quale gli stati membri dovrebbero riuscire ad attivare il Trade Facilitation Agreement (Tfa) e approvare il piano di lavoro per concludere l'Agenda di Doha, oltre

**Grafico 1.19 - Indice di restrizione al commercio di servizi per settori**

Media aritmetica semplice



Fonte: elaborazioni Ice su dati Ocse (Stri)

a procedere – in parallelo – con i negoziati plurilaterali riguardanti la liberalizzazione degli scambi di servizi, dei prodotti del comparto Ict e del settore ambientale.

Come è noto, il principale risultato del cosiddetto *Bali package*<sup>19</sup> ha riguardato la firma di un accordo multilaterale sulla facilitazione degli scambi di merci (Tfa), avente l'obiettivo di promuovere una maggiore armonizzazione delle procedure doganali e la loro semplificazione, prevedendo allo stesso tempo un programma di assistenza tecnica per i paesi meno sviluppati (Trade Facilitation Agreement Facility). In base a stime dell'Ocse, se si riuscissero a ridurre i costi per le transazioni commerciali anche solo dell'1 per cento, il reddito mondiale aumenterebbe di circa 30 miliardi di euro. Tuttavia, l'accordo non è ancora entrato in vigore, per un rallentamento conseguente alla posizione dell'India, che preme per ottenere assicurazioni sul perseguimento di una soluzione permanente in tema di stoccaggio dei prodotti agricoli.

Questo argomento, legato alla sicurezza alimentare, è di particolare interesse per i paesi meno avanzati (Pma): a Bali era stata introdotta una deroga temporanea che legittima alcune forme di sostegno finanziario al settore agricolo, in modo che gli stati che vi ricorrono non contravvengano ai limiti posti ai sussidi agricoli.<sup>20</sup> Il dibattito è ancora in corso e verte sulla possibilità di includere questo tipo di sovvenzioni nel *green box*, ovvero tra i sussidi che non creano distorsioni (o in misura minima). Questa proposta incontra lo sfavore di alcuni stati membri, tra cui l'Unione Europea e l'Australia, e saranno quindi necessarie ulteriori trattative prima di giungere a una soluzione permanente, auspicata entro il 2015.

I paesi firmatari hanno pertanto avviato il processo di ratifica del Tfa solo a fine novembre. Al

<sup>19</sup> Wto, *Ministerial Declaration and Decisions*, Bali 3-6 December 2013.

<sup>20</sup> Ai sensi dell'accordo Omc sull'agricoltura (Aoa), in quanto gli acquisti per lo stoccaggio avvengono sulla base di prezzi amministrati.

momento hanno ratificato l'accordo soltanto Stati Uniti, Hong Kong (Cina), Singapore e Mauritius,<sup>21</sup> ma il processo è in corso in molti paesi con l'obiettivo di attivare il Tfa entro dicembre 2015. Specialmente i paesi emergenti e in via di sviluppo dovranno effettuare diverse modifiche legislative prima di poter procedere, anche se 55 stati – tra cui numerosi paesi in via di sviluppo – hanno già notificato gli impegni di tipo A, ai quali verrà dato seguito in via prioritaria al momento dell'entrata in vigore dell'accordo.<sup>22</sup>

Sulla decisione di rendere operativa la deroga sui servizi riguardante i paesi meno avanzati<sup>23</sup>, volta a conferire un trattamento preferenziale per stimolare la loro crescita economica, il gruppo dei Pma ha sottoposto nel luglio 2014 un documento contenente un elenco dei settori e delle modalità di fornitura di particolare interesse.<sup>24</sup> Vi ha fatto seguito l'indicazione – da parte di 25 stati membri – dei settori e delle modalità a cui sarebbero disposti a concedere un trattamento preferenziale<sup>25</sup>, accogliendo il 65 per cento delle richieste formulate, che dovranno essere formalizzate e notificate. I settori riguardano principalmente i servizi professionali, i trasporti e la logistica, il turismo e i servizi a esso collegati; le modalità prevalenti di fornitura riguardano sia la presenza commerciale (modalità 3) che il movimento internazionale delle persone (modalità 4).

Sempre in tema di sviluppo, a Bali sono state approvate anche delle linee guida per semplificare e uniformare le regole di origine preferenziale non reciproche, applicabili alle merci provenienti dai paesi meno avanzati.<sup>26</sup> Queste comprendono, tra l'altro, il suggerimento di adottare, tra i requisiti per applicare le tariffe preferenziali, basse percentuali di valore aggiunto in modo da tenere conto della capacità produttiva di questi paesi. La decisione di Bali rappresenta un primo passo verso l'armonizzazione delle regole di origine che, in quanto adottate unilateralmente, rappresentano spesso un ostacolo agli scambi e alla partecipazione delle imprese alle catene globali del valore.<sup>27</sup> A questo proposito, Uganda, Bangladesh ed altri membri del gruppo dei Pma hanno preso l'iniziativa di approfondirne gli aspetti tecnici, evidenziando come riforme adottate in passato dalla UE e dal Canada abbiano avuto un impatto positivo sulla partecipazione agli scambi dei paesi meno sviluppati.<sup>28</sup>

Con riguardo all'Agenda di Doha, il Consiglio Generale ha deciso nel novembre 2014 di far slittare al luglio 2015 la scadenza per il piano di lavoro finalizzato alla conclusione del negoziato multilaterale.<sup>29</sup> Nell'ambito dei tre pilastri, sulle questioni più sensibili del negoziato agricolo (misure di sostegno, concorrenza delle esportazioni, accesso al mercato) non si sono registrati progressi; l'argomento più controverso è quello legato alla regolamentazione dei sussidi agricoli,

<sup>21</sup> Il Tfa entrerà in vigore a seguito della ratifica di due terzi dei paesi membri dell'Omc, saliti a 161 con l'adesione di Yemen e Seychelles.

<sup>22</sup> Articolo 14 del Trade Facilitation Agreement. Per una lista delle notifiche presentate al 23 marzo 2015 si veda il documento del Segretariato Omc WT/PCTF/W/29. [https://www.wto.org/english/news\\_e/news15\\_e/fac\\_24mar15\\_e.htm](https://www.wto.org/english/news_e/news15_e/fac_24mar15_e.htm)

<sup>23</sup> Decisione del 17 dicembre 2011, WT/L/847. Per via di questa deroga (*waiver*) al trattato Gats, i paesi membri dell'Omc non sono obbligati a concedere lo stesso trattamento, concesso ai Pma, anche tutti gli altri *partner* commerciali.

<sup>24</sup> *Submission by the delegation of Uganda on behalf of the LDC group, S/C/W/356*, 23 luglio 2014.

<sup>25</sup> Wto High Level Meeting, 5 febbraio 2015, Documento Omc WT/L/917.

<sup>26</sup> Documento Omc WT/L/917.

<sup>27</sup> Per approfondimenti si veda Ita, *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto Ice 2013-2014*, p. 58.

<sup>28</sup> *Challenges faced by LDCs on complying with preferential rules of origin under unilateral preference schemes, G/RO/W/148*, 28 ottobre 2015 e *Elements for a discussion on preferential rules of origin for LDCs, G/RO/W/154*, 17 aprile 2015.

<sup>29</sup> Decisione del Consiglio generale dell'Omc, WT/L/941, 28 novembre 2014.

connesso anche ai negoziati sulla regolamentazione delle misure *antidumping* e di compensazione. Né sono state raggiunte delle intese riguardo ai negoziati Nama (l'accesso al mercato per prodotti non agricoli), anche perché alcuni paesi membri hanno interesse a mantenere strettamente collegate eventuali aperture negoziali per i Nama a concessioni sui prodotti agricoli. Anche la sorte dei negoziati sulla liberalizzazione dei servizi dipende da come procedono i lavori negli altri due ambiti. Le discussioni tra gli stati membri vertono su quali servizi considerare in via prioritaria (tra cui: i servizi di trasporto, la logistica, i servizi di corriere, le telecomunicazioni, l'informatica, i servizi finanziari, i servizi legati ai settori delle costruzioni e dell'energia, il movimento temporaneo delle persone fisiche), ma non è stata ancora raggiunta la fase di predisposizione delle offerte. Il tema delle regolamentazioni interne (*domestic regulation*) è quello su cui appare più semplice trovare una convergenza, soprattutto in termini di maggiore trasparenza e di semplificazione delle procedure. Su argomenti quali l'apertura del mercato degli appalti pubblici, i sussidi e le misure di salvaguardia non sembra invece ancora emergere un'effettiva possibilità di accordo.

Per contro, continuano a procedere i negoziati plurilaterali sulla liberalizzazione degli scambi di servizi per il Trade in Services Agreement (Tisa). Alle trattative, avviate nei primi mesi del 2013, partecipano i rappresentanti di paesi che realizzano circa due terzi degli scambi mondiali di servizi. Nel 2014 si è aggiunto l'Uruguay come 24° partecipante (considerando la UE come *partner* singolo), mentre è ancora in sospeso la richiesta di partecipazione della Cina, avanzata nel 2013.

L'intento è quello di andare oltre l'Agenda di Doha, prendendo come riferimento i contenuti degli accordi preferenziali più ambiziosi, per concludere i lavori prima della conferenza ministeriale di Nairobi. Allo stesso tempo l'obiettivo è di assicurare la compatibilità con l'accordo multilaterale Gats, in modo da facilitare l'adesione di altri partecipanti. Tuttavia, secondo alcuni stati membri e anche altri osservatori<sup>30</sup>, i negoziati plurilaterali potrebbero impattare negativamente sul prosieguo dei negoziati al livello multilaterale.

Le trattative stanno avanzando più rapidamente su alcune tematiche quali la regolamentazione interna e la trasparenza, le telecomunicazioni, i servizi finanziari, il commercio elettronico, mentre vi sono difficoltà maggiori con riguardo ai trasporti marittimi, ai trasporti su strada e al movimento internazionale delle persone (la modalità 4 di fornitura dei servizi). Se concluso, l'accordo potrebbe generare un aumento degli scambi di quasi 400 miliardi di euro.<sup>31</sup> Peraltro, ai fini di un successivo ampliamento, alcuni paesi hanno proposto di includere una clausola Mfn (*Most favoured nation*) per cui, qualora i partecipanti al Tisa concludano successivamente degli accordi preferenziali, eventuali ulteriori concessioni verrebbero estese automaticamente anche agli altri firmatari del Tisa.

Inoltre è in fase di rinegoziazione l'accordo plurilaterale sulle tecnologie dell'informazione (Information Technology Agreement, Ita 2). Con 78 paesi partecipanti<sup>32</sup>, il trattato riguarda circa il 10 per cento delle esportazioni mondiali di merci e potrebbe ulteriormente facilitare lo sviluppo delle reti produttive internazionali, essendo l'industria elettronica una delle principali filiere interessate dai processi di frammentazione produttiva a livello globale.

L'accordo persegue l'obiettivo di ampliare la lista di prodotti coperti, dato che sussistono alcuni

<sup>30</sup> Dubbi circa la possibilità che il Tisa sia coerente con il trattato multilaterale Gats sono espressi anche da Sauv  (2013), *A Plurilateral Agenda for Services? Assessing the case for a Trade in Services Agreement (Tisa)*, Nccr Trade Regulation.

<sup>31</sup> Stime di Prometeia.

<sup>32</sup> Nel 2014 hanno aderito anche Afghanistan e Seychelles.

picchi tariffari, e di estendere la partecipazione ad altri paesi divenuti, nel frattempo, importanti produttori (Brasile, Cile, Messico, Sudafrica). In aggiunta il comitato dell'Omc mira a includere nelle trattative anche le barriere non tariffarie.

In complesso, i benefici attesi da una revisione di questo accordo sono stimati tra 0,8 e 1,4 miliardi di dollari Usa e diversi partecipanti – in primo luogo gli Stati Uniti – la sollecitano. Tuttavia, nel corso del 2014 i negoziati non hanno registrato particolari progressi, per via del mancato accordo sull'elenco dei prodotti da liberalizzare. In particolare, un'intesa raggiunta in novembre tra gli Stati Uniti e la Cina avrebbe dovuto sbloccare l'andamento delle trattative, ma successivamente è intervenuto un disallineamento tra Cina e Corea del Sud circa la possibilità di includere nella lista gli schermi Lcd.

Un ulteriore negoziato plurilaterale, denominato Environmental Goods Agreement (Ega), è stato avviato nel 2014 allo scopo di liberalizzare il commercio di beni nel settore ambientale. L'obiettivo è quello di ridurre i dazi di oltre 600 linee tariffarie e di 2.000 prodotti<sup>33</sup>, e di adottare la clausola Mfn. Al momento vi partecipano 17 paesi (Turchia e Islanda si sono aggiunti recentemente ai paesi promotori dell'iniziativa) e le discussioni hanno per oggetto la definizione di una prima lista di prodotti, sulla quale iniziare a far convergere il consenso dei partecipanti. Peraltro, alcuni di essi propongono l'estensione di questa iniziativa ai servizi – pur cercando di evitare sovrapposizioni con l'accordo Tisa – e di includervi le barriere non tariffarie. Una versione preliminare del nuovo accordo dovrebbe essere definita in tempo per la conferenza ministeriale di Nairobi.

Infine, il 6 aprile 2014 è entrata in vigore la revisione dell'accordo plurilaterale sugli appalti pubblici (Agreement on Government Procurement, Gpa)<sup>34</sup>, al quale partecipano 43 stati membri dell'Omc e da cui sono attese opportunità di mercato intorno a 100 miliardi di dollari. Allo scopo di migliorare il grado di concorrenzialità nel settore degli appalti pubblici di beni, servizi e infrastrutture, l'accordo prevede un abbassamento delle soglie di applicazione, un ampliamento dei settori e l'inclusione del livello sub-nazionale, oltre a contenere norme più chiare e trasparenti. Nel 2014 si sono conclusi i negoziati per l'adesione della Nuova Zelanda e del Montenegro, e altri 11 stati hanno richiesto di poter accedere all'accordo. Tra questi vi sono la Cina e vari paesi dell'Europa centro-orientale, mentre altri 5 paesi si sono impegnati a parteciparvi all'atto della loro adesione all'Omc.

<sup>33</sup> Australia, Canada, Costa Rica, Taipei Cina, Unione Europea, Hong Kong, Giappone, Corea del Sud, Nuova Zelanda, Norvegia, Svizzera, Singapore, Stati Uniti, Cina, *Joint statement regarding trade in environmental goods*, 24 gennaio 2014, Davos (Svizzera). [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-71\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-71_en.htm)

<sup>34</sup> Wto (2015) *Annual Report*.

#### 1.2.4 - Il ruolo dell'Omc nelle dispute commerciali

L'Omc dispone di un sistema di risoluzione delle controversie a cui gli stati possono ricorrere quando ritengono che altri membri abbiano leso dei diritti tutelati negli accordi multilaterali. Ne fanno parte tre organi distinti: l'organo di conciliazione, noto come Dispute Settlement Body (Dsb), il panel di esperti nominato dal Dsb e l'organo di appello, noto come Appellate Body (Ab). Dopo un tentativo di composizione informale, il sistema prevede una procedura aggiudicativa tra paesi ricorrenti e convenuti, in cui possono rappresentare i propri interessi anche paesi terzi. A ciò si aggiunge una successiva attività di panel, in cui gli stati membri possono contestare le misure adottate in esecuzione di una procedura di risoluzione conclusa (*compliance panel*).

Le controversie commerciali vedono spesso una contrapposizione tra i paesi emergenti e quelli avanzati: come si nota nel grafico 1.20, avente per oggetto le controversie nel periodo 1995-2014, gli Stati Uniti e l'Unione Europea sono i principali protagonisti, sia come parte ricorrente che come convenuta, mentre tra i paesi emergenti predominano Brasile, Messico, India e Argentina. Con riguardo ai tipi di accordi Omc che più frequentemente sono oggetto di disputa, tra il 1995 e il 2014 le richieste di consultazioni hanno riguardato in massima parte il trattato Gatt (387 volte), il trattato sulle misure *antidumping* (107) e quello sulle misure di salvaguardia e compensazione (104).<sup>35</sup>

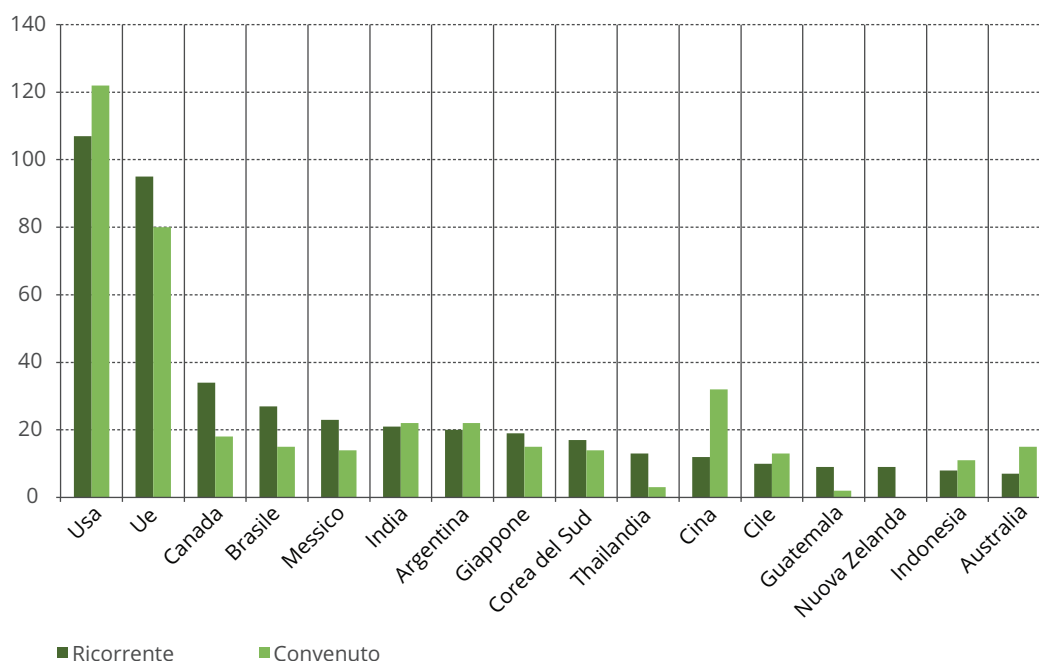
Nel 2014 l'attività di risoluzione delle controversie è stata particolarmente intensa, con 14 nuove richieste di consultazione presentate al Dsb, che si sono aggiunte alle 40 controversie in fase di svolgimento davanti all'organo di appello, al panel di esperti o che sono oggetto di decisione arbitrare. Oltre la metà delle nuove richieste è stata avviata dai paesi avanzati, in primo luogo dall'Unione Europea, e in molti casi esse hanno avuto per oggetto le misure di difesa commerciale. Va rilevata in particolare la contrapposizione tra Unione Europea e Federazione russa, iniziata appena dopo l'ingresso di quest'ultima nell'Omc nel 2012: nell'aprile 2014 l'UE ha contestato alla Russia le misure adottate sulle importazioni di maiali e di prodotti derivati; nel mese di maggio, ha sollevato la questione dei dazi *antidumping* applicati ai veicoli commerciali italiani e tedeschi e, in ottobre, quella sulle tariffe applicate a una serie di prodotti agricoli e manifatturieri. Viceversa, la Russia ha contestato all'UE le misure adottate in campo energetico.

L'UE ha inoltre iniziato nel dicembre 2014 una nuova procedura contro gli Stati Uniti, riguardo alla concessione di agevolazioni fiscali alla Boeing. Questo è solo l'ultimo capitolo di una lunga controversia bilaterale relativa all'intervento dei governi nel settore aeronautico. Per contro gli Stati Uniti, tradizionalmente molto attivi nella richiesta di consultazioni, hanno sollevato l'anno passato solo un caso nei confronti dell'Indonesia, avente per oggetto le restrizioni su prodotti agricoli e di origine animale. Nei primi mesi del 2015 hanno anche richiesto l'intervento del Dsb per un programma di sussidi alle esportazioni, erogato dalla Cina (Demonstration Bases-Common Service Platform), riguardante molti settori (prodotti alimentari, chimici, materiali avanzati, metalli).

<sup>35</sup> Trattato entrato in vigore nel 1996.

Tra i procedimenti giunti a conclusione nel 2014 sono comprese decisioni importanti, come la disputa riguardante le restrizioni quantitative alle esportazioni cinesi di terre rare, che era stata avviata da UE, Giappone e Stati Uniti, nonché varie decisioni riguardanti l'adozione delle misure *antidumping* e di salvaguardia nel settore dell'acciaio (India vs. Stati Uniti) o nel settore automotive (Stati Uniti vs. Cina).

**Grafico 1.20 - Controversie commerciali presentate all'Omc, per principali paesi, dal 1995 al 2014**



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

### 1.2.5 - Gli accordi commerciali preferenziali

#### *La crescita e la tipologia degli accordi preferenziali*

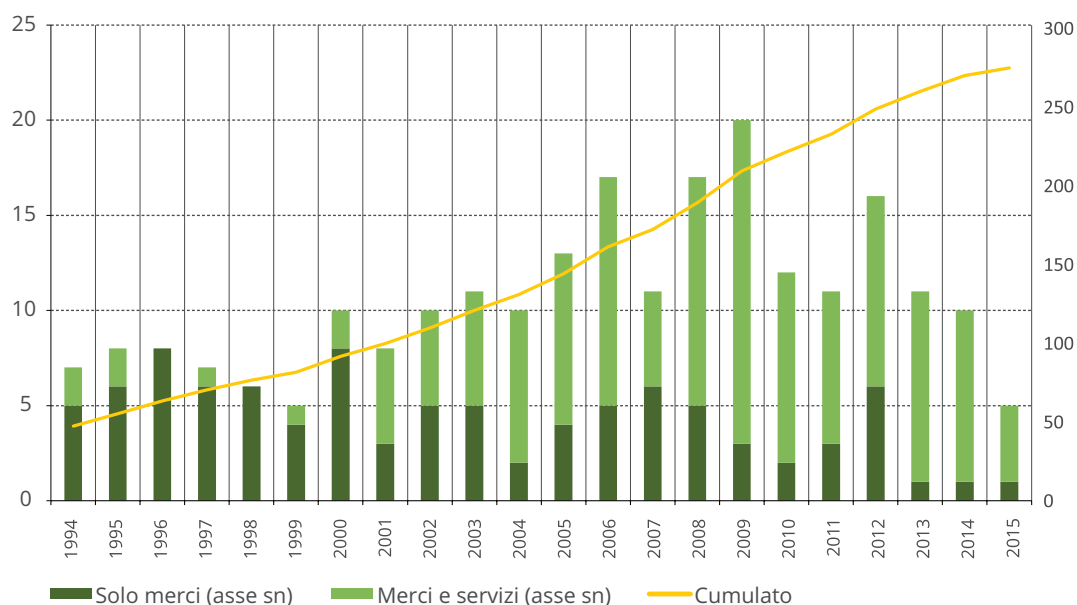
Mentre i negoziati multilaterali segnano il passo, prosegue la crescita degli accordi commerciali preferenziali (Acp) a livello bilaterale, regionale e interregionale. Tranne la Mongolia, tutti gli stati membri dell'Omc partecipano ad almeno un accordo preferenziale. Multilateralismo e regionalismo sono divenuti, negli ultimi decenni, due processi coesistenti, alimentando il dibattito su quale sia il livello ottimale per la regolamentazione degli scambi che, per alcuni studiosi, rimane quello multilaterale.<sup>36</sup> Di fatto, sarebbe necessario almeno un maggiore coordinamento tra le regolamentazioni adottate ai diversi livelli, in modo da ridurre i costi di transazione delle imprese che si trovano ad operare in regimi normativi complessi e diversi – si pensi ad esempio alle diverse regole di origine per le merci.

L'importanza del dibattito sul regionalismo sembra in via di ridimensionamento, in quanto sarebbe in atto una sua *multilateralizzazione*: normative inizialmente adottate tra le parti, spesso a livello bilaterale, vengono introdotte in trattati regionali di ampia portata (o nell'ambito di trattati plurilaterali), per cui si diffondono gradualmente a livello globale. Anche su questo aspetto

<sup>36</sup> Bhagwati J. (2008), *Termites in the Trading System - How Preferential Agreements Undermine Free Trade*, Oxford University Press.

non mancano critiche da parte di studiosi di diritto internazionale, per via del contenuto di alcune normative e dei loro effetti – ad esempio in materia di protezione dei diritti di proprietà intellettuale. Negli anni novanta gli accordi preferenziali erano stipulati soprattutto tra paesi economicamente avanzati, mentre nell'ultimo decennio si è verificato un continuo aumento delle intese negoziate tra paesi industriali ed economie emergenti, promosse in primo luogo dagli Stati Uniti e dall'Unione Europea. Più recentemente si stanno diffondendo accordi tra paesi emergenti che, in molti casi, recepiscono regolamentazioni contenute in trattati stipulati precedentemente con i paesi avanzati. In base alle notifiche Omc, sono attualmente in vigore circa 270 accordi commerciali preferenziali<sup>37</sup>, di cui 10 si sono aggiunti nel 2014 e 4 nei primi mesi del 2015 (grafico 1.21 e tavola 1.13). Dal 2009 è tuttavia osservabile un tendenziale rallentamento nella conclusione di nuovi accordi dovuto non solo alla crisi economica internazionale, ma anche alla particolare complessità nel negoziare gli accordi "di nuova generazione", oltre al fatto che sono in predisposizione alcuni trattati interregionali di ampia portata.

**Grafico 1.21 - Accordi commerciali preferenziali attivi, notificati all'Omc, per anno di entrata in vigore e cumulati<sup>(1)</sup>**



<sup>(1)</sup> Estrazione al 30 aprile 2015, incluse accessioni

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

Altri tre trattati sono stati notificati all'Omc, ma non sono ancora operativi.<sup>38</sup> Il numero reale di accordi commerciali e di integrazione economica è tuttavia incerto, in quanto nonostante gli obblighi previsti dal meccanismo di comunicazione e trasparenza, non tutte le intese vengono notificate. Gli analisti stimano infatti l'esistenza di almeno altri 100 accordi preferenziali<sup>39</sup>, cui

<sup>37</sup> Il dato include i trattati aventi per oggetto l'ampliamento ad altri membri. Gli accordi commerciali preferenziali sono notificati ex Articolo XXIV:7 del Gatt 1994 (merci), ex paragrafo 2 (c) della *Enabling Clause* (se riguardano paesi in via di sviluppo) ed ex Articolo V:7 del Gats (servizi). Per un elenco aggiornato si veda: <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>

<sup>38</sup> L'accordo stipulato alla fine del 2014 tra l'Unione Europea e il Canada (Ceta), un accordo tra l'Efta e i paesi del Golfo, firmato nel 2009 ma non applicato, e il Cross-Straits Economic Cooperation Framework Agreement (Ecfa), firmato nel 2010 tra Cina e Taiwan, che dovrebbe essere rinegoziato come accordo di libero scambio.

<sup>39</sup> Lejarraga I. (2014), *Deep Provisions in Regional Trade Agreements: How Multilateral-friendly: An Overview of Oecd Findings*, Oecd Trade Policy Papers, n. 168 Oecd Publishing.



si aggiungono oltre 2.800 trattati bilaterali di investimento e 27 regimi preferenziali, non reciproci, a favore dei paesi meno avanzati.<sup>40</sup>

Risultano poi notificati all'Omc 35 accordi commerciali in fase di negoziazione. I *partner* sono sia economie avanzate che emergenti, e numericamente i paesi europei sono i principali protagonisti: l'Unione Europea partecipa a 11 negoziati, l'Efta prende parte a 4 e cresce anche la partecipazione dell'Ucraina e della Federazione Russa. Tra gli altri paesi, è molto attivo il Canada, che siede a 5 tavoli negoziali.

Come accennato, alcuni di questi accordi sono particolarmente ambiziosi e di ampia portata, sia tematica che geografica: in primo luogo la Trans-Pacific Partnership (Tpp) tra gli Stati Uniti e molti paesi dell'area del Pacifico<sup>41</sup>, e la Transatlantic Trade and Investment Partnership (Ttip), tra Stati Uniti e Unione Europea (sul Ttip si veda l'approfondimento a fine capitolo). I negoziati sono iniziati rispettivamente nel 2005 e nel 2013, ma stanno subendo un rallentamento per la complessità degli argomenti affrontati e per l'inclusione di questioni sensibili, come gli standard alimentari e ambientali, o l'inserimento delle clausole Isds.<sup>42</sup> Sullo stallo dei negoziati pesa anche il fatto che il governo statunitense è stato autorizzato solo recentemente a procedere più rapidamente grazie all'approvazione della *Fast Track*, cioè dell'attribuzione al Presidente degli Stati Uniti del potere di negoziare gli accordi commerciali senza che il Congresso possa intervenire su singoli emendamenti (Trade Promotion Authority).

Altri esempi di accordi regionali che, se approvati, coinvolgeranno un ampio numero di paesi sono il Tripartite Free Trade Africa (Tfta, con 27 partecipanti<sup>43</sup>), il Regional Comprehensive Economic Partnership (Rcep) tra i 10 paesi Asean e altri 6 stati della regione<sup>44</sup> (con cui l'Asean ha già in essere degli accordi di libero scambio), nonché la Pacific Alliance<sup>45</sup>, con meno paesi ma che in prospettiva potrebbe rappresentare un ulteriore ampliamento del Tpp.

<sup>40</sup> Per regimi preferenziali si intendono regimi di preferenze unilaterali non reciproche; un elenco di questi accordi è presente sul sito Omc: <http://ptadb.wto.org/ptalist.aspx>

<sup>41</sup> Partecipano ai negoziati Ttp Stati Uniti, Australia, Brunei, Canada, Cile, Giappone, Malaysia, Messico, Nuova Zelanda, Perù, Singapore e Vietnam.

<sup>42</sup> La clausola Isds (Investor-State Dispute Settlement) garantisce a un investitore straniero il diritto di dare inizio a un procedimento di risoluzione delle controversie nei confronti di un governo straniero di fronte a una corte arbitrale; disposizioni che prevedono questo meccanismo sono contenute in un gran numero di trattati bilaterali per gli investimenti, oltre che in alcuni accordi preferenziali, e sono oggetto di dibattito circa i loro effetti.

<sup>43</sup> Ne fanno parte la East African Community (Eac), la Southern African Development Community (Sadc) e il Common Market for Eastern and Southern Africa (Comesa).

<sup>44</sup> Cina, India, Australia, Giappone, Corea del Sud e Nuova Zelanda.

<sup>45</sup> Accordo in fase di definizione tra Cile, Colombia, Messico e Perù.



Tavola 1.13 - Accordi commerciali preferenziali entrati in vigore nel 2014 e nel 2015<sup>(1)</sup>

|  | Data di entrata in vigore | Copertura       |
|--|---------------------------|-----------------|
| Singapore - Taiwan (Cina)                                    | 19 aprile 2014            | merci e servizi |
| Islanda - Cina   | 1 luglio 2014             | merci e servizi |
| Svizzera-Cina  | 2 luglio 2014             | merci e servizi |
| UE - Camerun   | 4 agosto 2014             | merci           |
| Efta - America centrale (Costarica e Panama)                 | 19 agosto 2014            | merci e servizi |
| UE - Georgia   | 1 settembre 2014          | merci e servizi |
| UE - Repubblica Moldava                                      | 1 settembre 2014          | merci e servizi |
| Canada - Honduras  | 1 ottobre 2014            | merci e servizi |
| Hong Kong, Cina - Cile                                       | 9 ottobre 2014            | merci e servizi |
| Corea del Sud - Australia                                    | 12 dicembre 2014          | merci e servizi |
| Canada - Corea del Sud                                       | 1 gennaio 2015            | merci e servizi |
| Efta - Bosnia and Herzegovina                                | 1 gennaio 2015            | merci           |
| Unione Economica Eurasiatica (Eaeu)                          | 1 gennaio 2015            | merci e servizi |
| Unione Economica Eurasiatica (Eaeu) - estensione all'Armenia | 2 gennaio 2015            | merci e servizi |
| Giappone - Australia   | 15 gennaio 2015           | merci e servizi |

(1) Informazioni al 30 aprile 2015.

Fonte: Omc

#### *Contenuto e caratteristiche funzionali degli accordi*

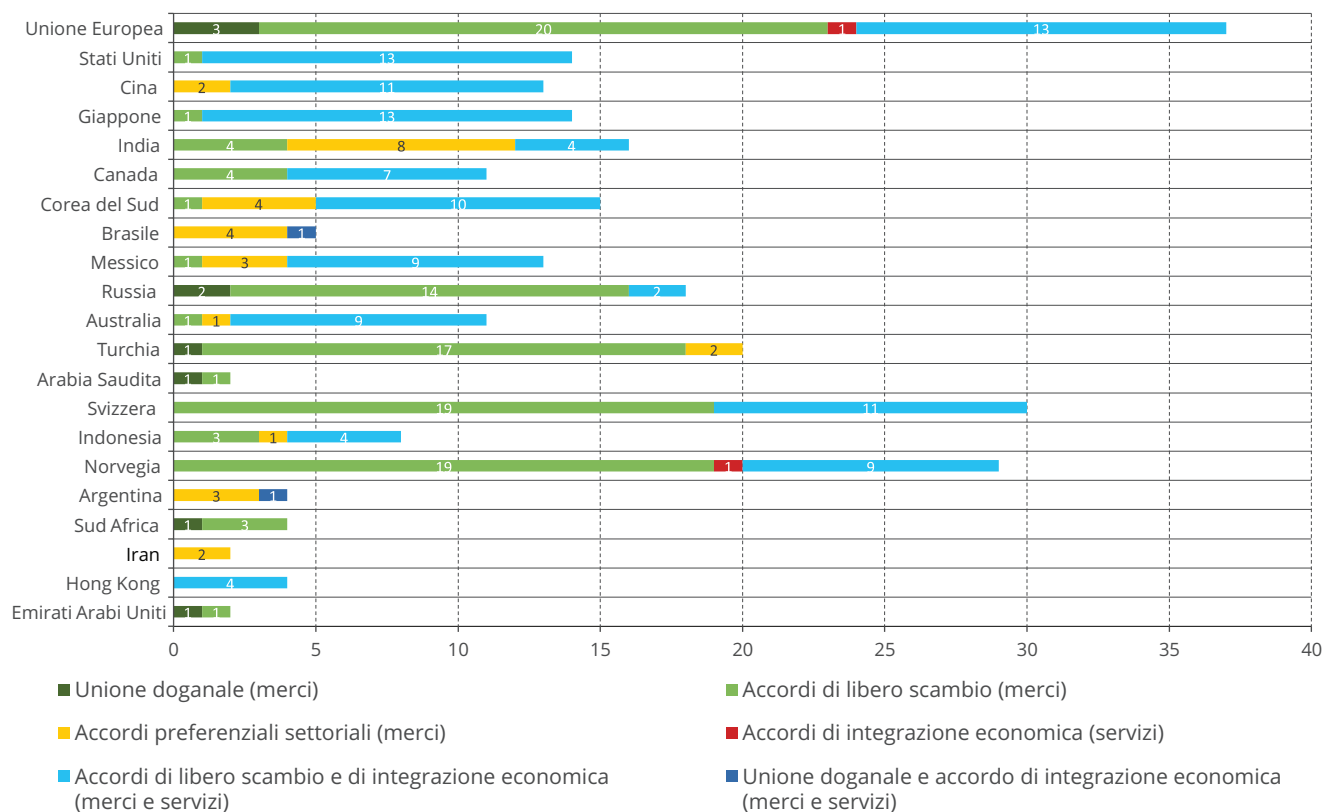
Nel corso degli anni, gli accordi preferenziali commerciali hanno notevolmente ampliato il loro ambito di applicazione. Come si osserva nel grafico 1.21, fino al 2000 i trattati erano prevalentemente volti a liberalizzare gli scambi di merci, mentre negli anni successivi è stato incluso in misura crescente il commercio di servizi.

Più specificamente, il grafico 1.22 mostra il numero di accordi conclusi dai principali paesi membri dell'Omc, ordinati in base al Pil, evidenziando sia il tipo di accordo preferenziale che l'inclusione (o meno) dei servizi. Come è noto, gli accordi di libero scambio sono la forma giuridica adottata più frequentemente. Pochi accordi riguardano forme di integrazione economica parziale, che hanno per oggetto solo alcuni settori merceologici (in genere adottate da paesi emergenti), mentre ancora meno diffuse sono le unioni doganali.

L'Unione Europea ha in vigore un numero rilevante di accordi commerciali che riguardano unicamente gli scambi di merci, in quanto molti negoziati erano stati conclusi prima del 2000. Lo stesso si osserva nel caso di Svizzera e Norvegia mentre Stati Uniti, Giappone, Canada, Australia – ma anche Corea del Sud e Cina – hanno stipulato trattati che, in maggior parte, comprendono

### Grafico 1.22 - Accordi commerciali preferenziali per paese firmatario e per tipo di accordo

Numero di notifiche presentate dai maggiori paesi membri dell'Omc in ordine di Pil, incluse accessioni, al 30 aprile 2015.



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

oltre alle merci gli scambi di servizi. Per contro, la Turchia ha sottoscritto 20 accordi commerciali, nessuno dei quali contempla i servizi.

I grafici 1.23 e 1.24 forniscono delle indicazioni sul contenuto normativo degli accordi preferenziali.<sup>46</sup> In proposito, va tenuto presente che dal punto di vista sostanziale il tipo di regolamentazioni – e quindi il loro impatto – può essere molto diverso.

In alcuni casi le norme adottate a livello bilaterale (o regionale) sopperiscono all'assenza di una disciplina multilaterale, come per esempio per gli investimenti, la concorrenza, gli standard sociali e ambientali; altre volte le regole preferenziali contengono norme più stringenti di quelle adottate a livello multilaterale (cosiddette norme Omc+). Spesso introducono un maggiore grado di liberalizzazione, riscontrabile ad esempio nel caso dei servizi o degli appalti pubblici. Inoltre possono limitare l'uso degli strumenti di difesa commerciale da parte dei governi, o facilitare il mutuo riconoscimento di certificazioni nazionali.

<sup>46</sup> Le informazioni derivano dalle attività di costante monitoraggio dell'Omc mediante il meccanismo di trasparenza; gli stati membri devono notificare al Segretariato gli accordi commerciali preferenziali fin dalla fase di negoziazione (WT/L/671, 18 dicembre 2006). Il Segretariato redige quindi dei rapporti (*factual abstracts, factual presentations*) da cui trae, tra l'altro, informazioni sul contenuto normativo. Il numero di accordi considerati per le elaborazioni grafiche è pari a 178, che equivale al numero di *factual abstracts e presentations* disponibili al momento della consultazione.

Il primo grafico mostra la diffusione di normative che regolamentano l'adozione di varie misure non tariffarie, al fine di eliminare ostacoli commerciali diversi dai dazi doganali. Tra le più usate vi sono le regole riguardanti le misure di difesa commerciale: la quasi totalità degli accordi considerati (93-94 per cento) disciplina infatti le restrizioni alle importazioni giustificate da motivi di sicurezza e da situazioni eccezionali e l'80 per cento include le misure *antidumping*, spesso inserendo obbligazioni più stringenti rispetto all'accordo Omc, in modo da limitarne l'uso. Il 72 per cento include regole riguardanti l'adozione delle misure di compensazione, che contrastano le importazioni sussidiate nel paese di provenienza.

Quasi tutti gli accordi (89 per cento) contengono norme sulle regole di origine delle merci, che talvolta promuovono criteri diretti ad agevolare il funzionamento delle reti di produzione internazionali. Sono molto ricorrenti anche le norme riguardanti l'obbligo di semplificare le procedure doganali e di renderle più trasparenti (88 per cento dei casi).

Norme relative agli standard tecnici e alle certificazioni sanitarie-fitosanitarie (che includono anche le procedure di conformità) sono riscontrabili nel 76-78 per cento degli accordi preferenziali, al fine di promuoverne l'armonizzazione o, più frequentemente, per disporre il mutuo riconoscimento o incoraggiare l'adozione di certificazioni riconosciute a livello internazionale. Meno frequente è invece l'inclusione di articoli sul mutuo riconoscimento delle regolamentazioni e delle certificazioni nell'ambito dei servizi (57 per cento) tra cui, ad esempio, l'equivalenza dei titoli formativi o professionali.

Ancora meno diffusa (al 50 per cento) è la presenza della clausola *denial of benefits*, che rappresenta la regola di origine per gli investimenti di servizi, secondo la quale possono beneficiare del regime preferenziale anche investitori di paesi terzi, purché svolgano nel paese una quota sostanziale delle loro attività (*substantial business operations*).

Il secondo grafico mostra invece la presenza, nei 178 trattati esaminati, di una serie di norme che affrontano temi rilevanti per i processi di integrazione economica, contenuti in genere negli accordi più recenti e ambiziosi (*deep integration*).

Oltre all'inclusione di meccanismi per la composizione delle controversie – riscontrati nel 94 per cento degli accordi e diretti ad assicurarne l'effettiva applicazione – il 76 per cento dei trattati contiene articoli riguardanti l'armonizzazione e la tutela dei diritti di proprietà intellettuale; a volte sono riportate norme molto dettagliate e di ampia portata, mentre in altri casi si rinvia unicamente ai trattati multilaterali o si fa riferimento alla cooperazione tra i *partner* per garantire un'efficace protezione.

Sono piuttosto frequenti anche le norme a tutela della concorrenza (75 per cento dei casi), che possono consistere in un impegno di massima a rispettare le leggi sulla concorrenza o, invece, includere regole molto specifiche per disciplinare le varie pratiche anticoncorrenziali. A volte sono compresi obblighi per svolgere attività di cooperazione o di coordinamento tra le autorità dei paesi membri.<sup>47</sup>

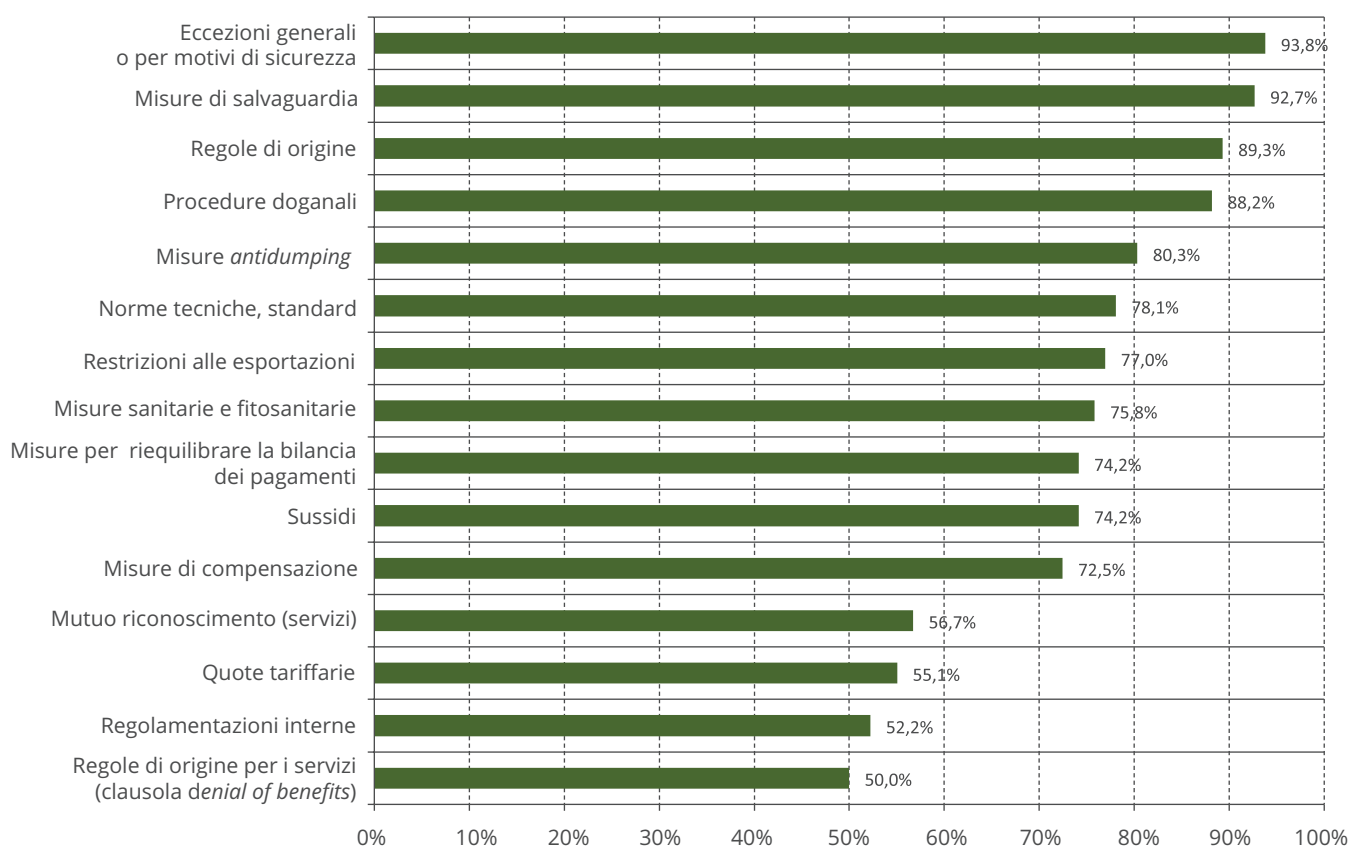
Molti trattati preferenziali (il 65 per cento) disciplinano gli investimenti esteri, anche per via dello stretto legame con gli scambi di servizi: gli ambiti possono essere diversi e comprendere il diritto di stabilimento, norme relative all'assunzione dei dipendenti, la libera circolazione del personale estero, o il trasferimento di tecnologia.

<sup>47</sup> Unctad (2005), *Competition Provisions in Regional Trade Agreements: How to Assure Development Gains*, Nazioni Unite

Una parte consistente dei trattati include articoli volti a liberalizzare la partecipazione di fornitori esteri agli appalti pubblici, indetti a livello centrale o anche territoriale (62 per cento). Per contro, sono molto più rare le normative sulla tutela dell'ambiente o sugli standard sociali, che riguardano rispettivamente il 34 e il 22 per cento degli accordi considerati. Regole riferite alla protezione ambientale, a cui talvolta è dedicato un intero capitolo, sono generalmente riscontrabili negli accordi stipulati dai paesi Ocse.<sup>48</sup> Anche le disposizioni sul lavoro, incluse in pochi trattati, sono promosse soprattutto dai paesi avanzati (in primo luogo dagli Stati Uniti) con l'intento di contrastare il cosiddetto *dumping sociale*, e rinviano ai principi contenuti in convenzioni internazionali sul lavoro e sul rispetto dei diritti umani.

### Grafico 1.23 - Regole sulle misure relative agli scambi contenute negli accordi commerciali preferenziali

Percentuali calcolate su 178 accordi in vigore, notificati all'Omc e oggetto di *factual abstract o presentation*

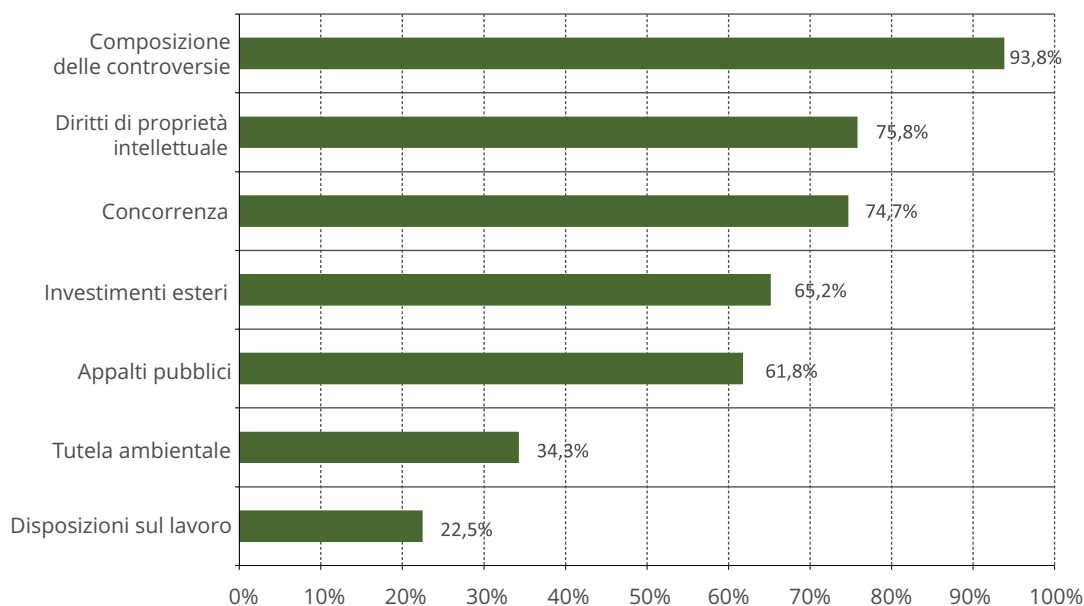


Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

<sup>48</sup> Oecd (2007), *Environment and Regional Trade Agreements*.

### Grafico 1.24 - Regole di "integrazione profonda" contenute negli accordi commerciali preferenziali

Percentuali calcolate su 178 accordi in vigore, notificati all'Omc e oggetto di *factual abstract o presentation*



Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

## Gli accordi preferenziali e il grado di introversione commerciale

di Cristina Castelli\*

In un contesto in cui le imprese partecipano sempre di più alle reti produttive internazionali e attivano flussi di scambio con fornitori localizzati al di fuori delle regioni di appartenenza (o con le proprie affiliate), appare interessante approfondire se, nel tempo, si riscontri una maggiore concentrazione degli scambi tra i *partner* di accordi preferenziali – che può implicare un rischio di diversione del commercio internazionale - o se invece si accentui l'importanza dei flussi di scambio esterni alle aree.

Difatti, mentre il conteggio degli accordi preferenziali, effettuato grazie al meccanismo di monitoraggio dell'Omc, coglie l'aspetto politico dei processi di integrazione, non vengono rilevati il loro peso economico e l'intensità dei processi di integrazione commerciale.

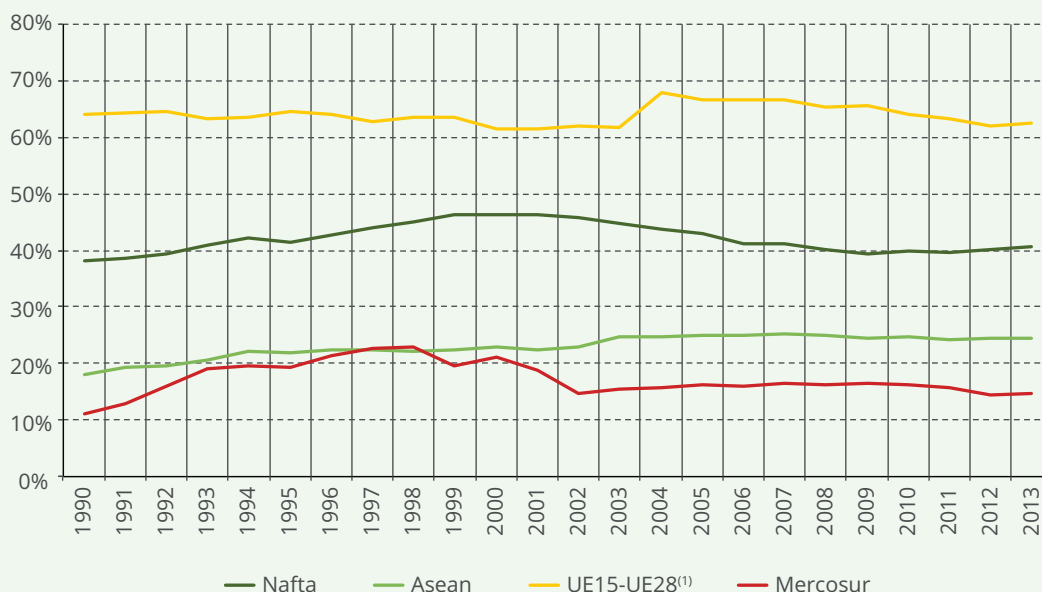
Questi aspetti possono essere analizzati grazie a degli indicatori basati sui dati di interscambio.<sup>1</sup> Di seguito riportiamo delle elaborazioni basate su due tipi di indicatori, aventi per oggetto quattro accordi preferenziali (Asean, Mercosur, Nafta e Unione Europea) che rappresentano, complessivamente, oltre la metà del commercio mondiale.

\* Ice.

<sup>1</sup> Iapadre L., Plummer M. (2011) *Statistical Measures of Regional Trade Integration*, in "The Regional Integration Manual" a cura di De Lombaerde P., Flores R.G., Iapadre P.L., Schulz M., Routledge, pp. 98-123.

Un primo indicatore è dato dall'incidenza percentuale del commercio intra-area (esportazioni più importazioni) sugli scambi della stessa area con il mondo (grafico 1).

**Grafico 1 - Incidenza percentuale del commercio intra-area sugli scambi complessivi delle principali aree di integrazione commerciale**



<sup>(1)</sup>UE15 fino al 2004

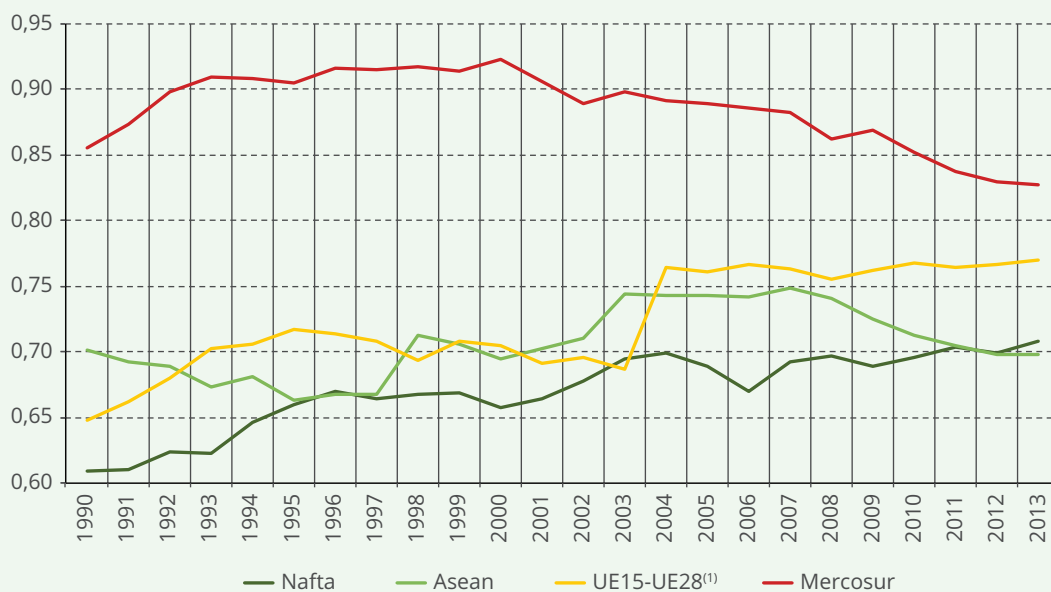
Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc e Fmi

Come risultato, l'Unione Europea, sia con 15 che con 28 paesi membri, mostra la quota di scambi intra-regionali più elevata (pari al 62,4 per cento, nel 2013), seguita dal Nafta (con il 40,6 per cento), mentre la percentuale del Mercosur è molto inferiore alle altre (14,6 per cento). Da questa prima analisi sembra che, rispetto alle altre aree considerate, soprattutto l'Unione Europea tenda a concentrare gli scambi al suo interno mentre, all'opposto, Asean e Mercosur mostrano un'inferiore incidenza del commercio intra-area.

L'uso di questo indicatore, riportato diffusamente nei rapporti delle istituzioni internazionali, presenta tuttavia alcune criticità, in quanto il suo livello dipende dal numero di paesi membri e, soprattutto, dalla dimensione complessiva degli scambi. Al fine di effettuare una comparazione più corretta tra le varie aree geo-economiche, è opportuno utilizzare un secondo indica-

tore, denominato *indice di introversione commerciale regionale*<sup>2</sup>. Questo ha un campo di variazione compreso tra uno e meno uno, indipendentemente dalle dimensioni delle aree considerate, e aumenta (diminuisce) se l'intensità degli scambi intra-regionali aumenta più (meno) rapidamente della quota di commercio extra-regionale (grafico 2).

**Grafico 2 - Indici di introversione commerciale regionale per le principali aree di integrazione economica**



<sup>(1)</sup> UE15 fino al 2004

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc e Fmi

L'indice di introversione misura le *preferenze rivelate* dei *partner* commerciali di una particolare regione, determinate (oltre che dal reddito o dall'andamento dei prezzi relativi) da una serie di altri fattori, tra cui la vicinanza geografica, culturale e le politiche commerciali. Contribuisce al manifestarsi di queste preferenze anche il grado di partecipazione delle imprese alle catene internazionali del valore, dipendente dalla maggiore o minore frammentazione dei processi produttivi tra paesi diversi.

Rispetto alla prima analisi emerge un quadro differente: in primo luogo, l'indice appare fortemente positivo per tutte le aree, ma – tra quelle considerate – il Mercosur presenta il livello

② L'indice è calcolato rapportando la quota di commercio intra-regionale di ogni area di integrazione preferenziale con la sua quota sugli scambi effettuati con il resto del mondo, in base alla formula:

$$SJ_i = (HI_i - HE_i)/(HI_i + HE_i)$$

$$-1 \leq SJ_i \leq 1$$

dove:

$$HI_i = S_i/V_i = (t_{ii}/t_i)/(t_{ri}/t_r)$$

$$HE_i = (1 - S_i)/(1 - V_i)$$

$t_{ii}$  = commercio intra-regionale della regione  $i$ ;

$t_i$  = commercio totale del resto della regione  $i$ ;

$t_{ri}$  = commercio extra-regionale della regione  $i$ ;

$t_r$  = commercio totale del resto del mondo.



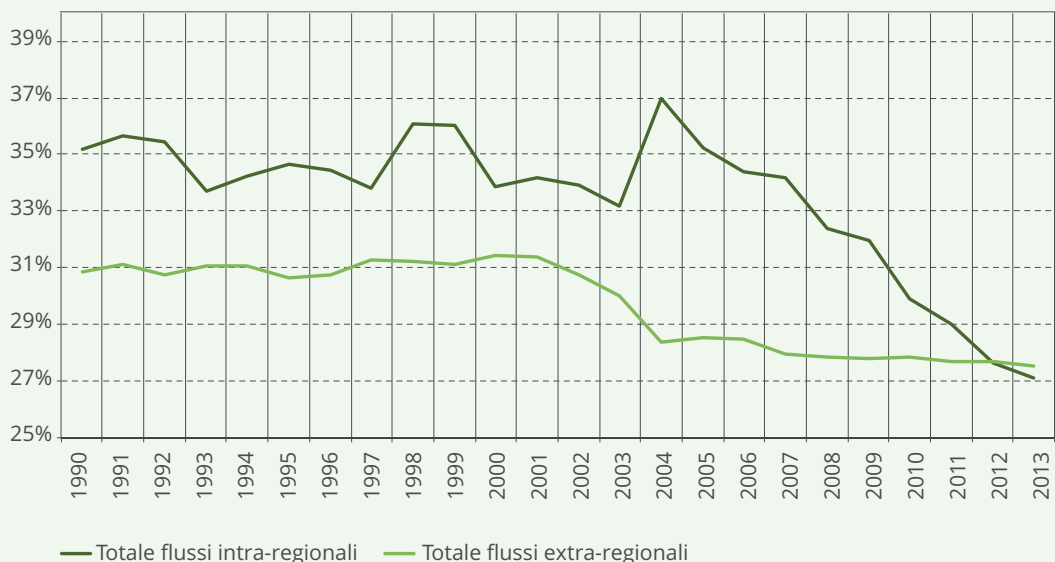
più elevato (pari a 0,827 nel 2013), cui seguono l'Unione Europea (0,771), il Nafta (0,708) e l'Asean (0,698).

Guardando all'andamento degli indici nel corso degli anni, l'Unione Europea (a 15) mostra tra il 1995 e il 2003 una progressiva diminuzione del suo grado di introversione mentre, dopo l'allargamento ai nuovi paesi membri nel 2004, il suo livello si è mantenuto sostanzialmente invariato fino al 2008, anno in cui è iniziata una progressiva ascesa dell'indice. Rispetto ai primi anni novanta, l'area del Nafta mostra in confronto alle altre aree l'incremento più consistente e una tendenza al rialzo quasi continua, che è proseguita anche negli ultimi anni (2010-2013). Diverso appare il caso del Mercosur: dopo un progressivo aumento, l'indice ha iniziato a diminuire nel 2001, a seguito della crisi finanziaria in Argentina e in Brasile, e la tendenza si è accentuata a partire dal 2010, in piena crisi economica internazionale. Infine, l'Asean mostra nel tempo un progressivo rialzo, segnato da qualche interruzione (per esempio in occasione della crisi del 1997), con una netta inversione di tendenza dal 2008 che segna una progressiva apertura agli scambi esterni all'area.

L'andamento del secondo indice sembra suggerire che i gruppi di paesi considerati in questa analisi abbiano reagito alla crisi economica internazionale in maniera differente, e in particolare che i paesi emergenti si siano aperti in misura maggiore agli scambi internazionali, anche per via di un loro crescente coinvolgimento nelle catene di valore globali. Come risultato, nell'ultimo anno considerato, il peso complessivo dei flussi intra-area sul commercio mondiale (27 per cento) è stato inferiore, per la prima volta, al peso dei flussi extra-area delle quattro aree preferenziali considerate (28 per cento, grafico 3).

**Grafico 3 - Peso dei flussi intra ed extra-area di Unione Europea<sup>(1)</sup>, Nafta, Asean e Mercosur sul commercio mondiale**

Valori percentuali



<sup>(1)</sup>UE15 fino al 2004

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc e Fmi

### 1.2.6 La politica commerciale dell'Unione Europea

L'Unione Europea ha sottoscritto una pluralità di accordi commerciali, che variano come grado di integrazione a seconda dei paesi *partner* con cui vengono conclusi: alcuni trattati riguardano principalmente lo sviluppo e la cooperazione economica, altri sono accordi di libero scambio più o meno ambiziosi, mentre in qualche caso sono state istituite delle unioni doganali (notoriamente con la Turchia).

Il perseguimento di accordi bilaterali di ampia portata con i principali *partner* commerciali, uno dei pilastri della strategia Europa 2020, è ritenuto infatti pienamente compatibile con l'impegno dell'UE a concludere il ciclo di Doha e a rafforzare l'Omc. Soprattutto gli accordi di libero scambio di nuova generazione (Deep and Comprehensive Free Trade Areas, Dcfta), al centro della recente politica commerciale europea, vanno ben oltre gli aspetti tariffari e includono tutti i temi rilevanti per i processi di integrazione economica: scambi di servizi, investimenti esteri, diritti di proprietà intellettuale, accesso al mercato degli appalti pubblici, regolamentazioni interne e anche sviluppo sostenibile (standard del lavoro e tutela ambientale).

#### *Gli accordi commerciali preferenziali bilaterali e regionali*

Una vasta rete di accordi di partenariato è stata istituita negli anni con i paesi geograficamente vicini, sia dell'Europa orientale che dell'area mediterranea, quali strumenti di cooperazione economico-commerciale e di convergenza, anche in vista di futuri ampliamenti dell'Unione. Uno dei principali risultati raggiunti nel 2014 è la firma degli Accordi di Associazione con Georgia, Moldavia e Ucraina, che prevedono l'istituzione di una Dcfta, volta a favorire l'integrazione economica e politica con l'Unione Europea. Gli accordi, firmati il 27 giugno 2014, sono stati applicati provvisoriamente in Georgia e Moldavia, mentre in Ucraina il trattato dovrebbe essere avviato a partire dal 1 gennaio 2016, per quanto ciò non sia visto con favore dalla Russia. Inoltre, per facilitare gli scambi commerciali, nel marzo 2015 sono stati firmati lo Strategic Framework for EU-Georgia Customs Cooperation ed è in corso la ratifica, da parte della Moldavia, della Pan-Euro-Mediterranean Regional Convention on Rules of Origin.

Anche con i paesi del Mediterraneo sono in corso negoziati per istituire delle aree di libero scambio di nuova generazione e aggiornare i precedenti accordi di associazione, in vigore con Egitto, Giordania, Marocco e Tunisia.

Mentre nel caso dell'Egitto, dopo il lancio dei negoziati avvenuto nel 2013, non sono prevedibili sviluppi a breve, stanno procedendo i negoziati con il Marocco. La futura Dcfta porterà a un grado di integrazione ben maggiore rispetto al precedente accordo di associazione, in vigore dal 2000, dal momento che prevede l'inclusione degli scambi di servizi, l'accesso agli appalti pubblici, la protezione degli investimenti e dei diritti di proprietà intellettuale, e la regolamentazione di standard tecnici e di misure sanitarie e fitosanitarie. Con la Giordania si è ancora in una fase di lavori preparatori, sia pure a uno stadio relativamente avanzato. Anche nel caso della Tunisia i negoziati per istituire una Dcfta, che prevede l'inclusione degli scambi di servizi, sono in preparazione e l'UE sta aspettando l'assenso del *partner* tunisino per avviare le trattative.

Per contro, i colloqui volti a istituire un'area di libero scambio con i paesi del Consiglio di Cooperazione del Golfo (Gcc) sono attualmente sospesi.

Riguardo all'area del Nordamerica, oltre alle trattative in corso tra UE e Stati Uniti per finalizzare l'accordo di libero scambio Ttip, i cui negoziati sono ampiamente presentati nel contributo a fine capitolo, nel settembre 2014 si sono ufficialmente conclusi i negoziati per istituire un'area di libero scambio con il Canada, denominata Comprehensive Economic and Trade Agreement (Ceta). L'accordo, che nei prossimi mesi dovrà essere sottoposto all'approvazione del Consiglio e del Parlamento Europeo, copre molte tematiche – inclusi i servizi e gli investimenti – ma po-

trebbe incontrare ostacoli al momento dell'approvazione da parte del Parlamento Europeo, anche perché gli stessi governi tedesco e francese hanno recentemente sollevato varie perplessità in ordine alla formulazione della clausola Isds, presente anche in questo accordo.

L'UE mira ad approfondire i rapporti di commercio e di investimento con tutta l'area asiatica, anche in considerazione della sua importanza per il funzionamento delle reti produttive internazionali.

Dal 2012 sono in corso i negoziati per istituire un'area di libero scambio con il Giappone. L'ultimo *round* si è concluso nell'aprile 2015 e i negoziati riguardano, oltre alla liberalizzazione degli scambi di merci, l'accesso al mercato per servizi e investimenti. Particolare attenzione verte sulla regolamentazione delle misure non tariffarie, con l'obiettivo di facilitare gli scambi tra i *partner*, e soprattutto sulla liberalizzazione degli appalti pubblici nel settore delle ferrovie e dei trasporti urbani.

I negoziati con l'India, avviati nel 2007, prevedono di poter raggiungere una maggiore apertura per le merci, per i servizi e anche per gli appalti pubblici; tuttavia dal 2013 non si sono registrati avanzamenti nelle trattative. Per quanto riguarda la Cina, è stato avviato nel gennaio 2014 un negoziato per il momento limitato a facilitare lo sviluppo degli investimenti, e non sembra essere in considerazione l'istituzione di un'area di libero scambio.

Con 7 paesi della Association of South-East Asian Nations (Asean) sono in corso dei negoziati bilaterali, in quanto l'istituzione di un accordo regionale con l'Asean potrà essere contemplato solo una volta creata la Asean Economic Community, prevista entro la fine del 2015. Nell'ottobre 2014 si sono conclusi i negoziati per l'instaurazione di un'area di libero scambio tra UE e Singapore; terminata la fase di revisione relativa alla protezione degli investimenti, si procederà con l'approvazione formale della Commissione europea, del Consiglio e quindi del Parlamento Europeo. Anche con il Vietnam sono in corso dei negoziati per un accordo di libero scambio di ampia portata, che include la liberalizzazione di servizi, appalti pubblici, tutela della concorrenza, regolamentazione interna e di misure non tariffarie e potrebbe essere concluso entro l'anno. I negoziati per un'area di libero scambio con la Thailandia, iniziati nel 2013 e giunti al quarto *round* nell'aprile 2014, non prevedono al momento altri incontri negoziali, mentre con il Myanmar l'UE ha avviato nel 2015 un negoziato riguardante la protezione degli investimenti esteri. Quanto all'area latino-americana, successivamente alla conclusione dei negoziati tra l'UE e due membri della Comunità Andina (Colombia e Perù), avvenuta nel 2013, nel 2014 sono terminati i negoziati per raggiungere un accordo analogo con l'Ecuador. Inoltre sono in corso dei contatti per estendere l'accordo anche alla Bolivia. Per contro, il negoziato per l'instaurazione di un accordo di libero scambio tra Unione Europea e Mercosur, rilanciato nel 2010, non ha registrato particolari avanzamenti nel 2014, ma entrambe le parti stanno lavorando alla predisposizione di offerte volte a migliorare reciprocamente l'accesso al mercato di beni, servizi e commesse pubbliche.

#### *Gli accordi di partenariato economico*

Nel quadro della politica di partenariato economico e commerciale con i paesi Acp (Africa, Caraibi, Pacifico), avviata con le convenzioni di Lomé e di Cotonou, nel 2014 sono stati conclusi gli Accordi di Partenariato Economico (Epa, Economic Partnership Agreements) con tre regioni africane. La stipula degli Epa mette fine alle condizioni di non reciprocità previste dalle precedenti intese, prevedendo un regime basato su concessioni reciproche (sia pure asimmetriche), con l'idea che la liberalizzazione commerciale possa rafforzare la competitività e aiutare i paesi africani a partecipare alle catene internazionali del valore. Va anche rilevato che l'UE ha ricercato in Africa la negoziazione di accordi a livello regionale, e non con singoli stati, anche per stimolare processi di dialogo e di integrazione tra questi paesi.



Gli accordi sono stati conclusi con l'Africa occidentale (15 paesi dell'Ecovas e Mauritania) e con gli stati della Comunità dell'Africa Orientale (Eastern African Community, Eac), mentre il terzo accordo di partenariato è stato finalizzato con il gruppo di paesi appartenenti alla Comunità di sviluppo dell'Africa meridionale (South African Development Community, Sadc), eccetto l'Angola, che potrà aderire in un secondo momento.

Con il gruppo di paesi dell'Africa centrale (Comunità economica e monetaria dell'Africa centrale) sono programmati degli incontri, ma le trattative a livello regionale sono in una fase di stallo per via della situazione nella Repubblica centrafricana. Il Camerun è stato l'unico paese ad aver firmato un Epa, applicato a titolo provvisorio dall'agosto 2014. Con riguardo all'Africa orientale e meridionale, i negoziati con la regione non registrano progressi, anche se quattro paesi - Mauritius, Seychelles, Zimbabwe e Madagascar - hanno applicato provvisoriamente un Epa nel maggio 2012.

## Il negoziato Ttip: un'opportunità da cogliere

di Amedeo Teti\*

*Il negoziato per l'istituzione di un Partenariato transatlantico su commercio e investimenti (Ttip) tra l'Unione Europea e gli Stati Uniti, avviato nel marzo 2013, è giunto ormai al suo nono round. Nonostante la volontà delle Parti – ribadita in occasione del summit G7 di Elmau – di chiudere le trattative entro il 2016, il processo negoziale non sembra ancora avviato verso un'imminente conclusione. Stiamo parlando, del resto, dei due principali players economici a livello mondiale, che hanno posto sul tavolo molto di più di una semplice riduzione dei dazi tariffari. Volendo paragonare l'andamento del negoziato a una partita a scacchi, potremmo dire che siamo ancora alle mosse iniziali.*

*L'impianto dell'accordo in via di negoziazione si articola attorno a tre blocchi di materie, i cosiddetti pilastri: 1) accesso al mercato; 2) aspetti regolamentari e barriere non tariffarie; 3) altre regole; il tutto finalizzato al raggiungimento di un single undertaking, vale a dire un'unica intesa che includa tutti gli aspetti in gioco, così che "nulla è deciso finché tutto non è deciso".*

*La componente di accesso al mercato comprende l'eliminazione (quanto più ampia possibile) dei dazi sugli scambi di beni, la liberalizzazione dei servizi, disposizioni sugli investimenti e un maggiore accesso al mercato degli appalti pubblici. Ora, se è vero che i dazi sulle merci tra le due aree non sono così elevati, è altresì vero che esistono picchi tariffari che colpiscono alcune delle nostre produzioni di eccellenza nell'export verso il mercato degli Stati Uniti, ad esempio materiali da costruzione e prodotti dell'oreficeria (6,6 per cento) e tessile (9 per cento). L'UE è pronta a offrire un elevato livello di liberalizzazione daziaria, a condizione che tale concessione sia reciprocata dalla controparte nel prossimo scambio di offerte tariffarie, la cui data non è stata ancora fissata. Non dimentichiamo, però, che per gli Stati Uniti il maggiore interesse offensivo è rappresentato dall'accesso al mercato agricolo UE, ambito per certi versi ancora protetto, mentre per l'UE la sola riduzione daziaria da parte degli Stati Uniti non è sufficiente a rendere appetibile l'accordo. In sostanza il prezzo dell'accesso al mercato agricolo europeo dovrà essere remunerato adeguatamente da parte statunitense.*

*Per quanto riguarda i servizi (in cui rientra anche la questione della mobilità – ossia delle quote – per i lavoratori specializzati tra le due aree), le due parti stanno lavorando a un secondo scambio di offerte, che dovrebbe avvenire entro l'estate. È comunque certo, come confermato a più riprese dai capi negoziatori, che i servizi pubblici (acqua, istruzione, salute e servizi sociali) non rientrano nel perimetro dell'accordo e che non vi sarà alcun abbassamento degli standard attuali.*

*Più difficile invece è la trattativa sull'accesso al mercato degli appalti pubblici. A oggi, le imprese UE non riescono ad accedere che al 30 per cento degli appalti Usa, soprattutto per le restrizioni legate alla normativa Buy American (in vigore dal 1933!), che impone che i beni utilizzati per le commesse pubbliche siano di sola origine statunitense. Un ulteriore ostacolo è rappresentato dal fatto che l'amministrazione statunitense ha dichiarato finora di potersi impegnare solo a livello federale e non per gli appalti banditi dai 50 stati federati, come chiede invece la Commissione europea (oltre all'esclusione delle imprese UE dall'ambito di applicazione del Buy American).*

\* Ministero dello Sviluppo economico.



*La questione degli investimenti è rimasta, per il momento, al margine delle trattative, in attesa che la Commissione, d'intesa con gli stati membri, delinei un meccanismo di risoluzione delle controversie investitore-stato (cosiddetto Isds) tale da assicurare il giusto equilibrio tra la tutela degli interessi degli investitori e la difesa del diritto dei governi di far opera di regolamentazione nell'interesse pubblico. Al riguardo, il dibattito in ambito UE dovrebbe concludersi prima dell'estate 2015.*

*I vantaggi dell'accordo, soprattutto per le piccole e medie imprese, si giocano però sul tavolo degli aspetti regolamentari e delle barriere tecniche al commercio: sono infatti le barriere non tariffarie (ossia standard di produzione differenti, requisiti normativi diversi da mercato a mercato, restrizioni sanitarie e fitosanitarie sui prodotti agroalimentari) a determinare i maggiori aggravi per gli esportatori delle due parti. Basti pensare che, nel caso italiano, la media di tali barriere è del 25 per cento e che sommando dazi tariffari e barriere non tariffarie si arriva in media a un aggravio di costi del 28 per cento, con punte del 40 per cento (agroalimentare e meccanica) e del 50 per cento (sistema moda). L'obiettivo, in questo ambito, è arrivare al livello più alto possibile di convergenza/cooperazione regolamentare e al mutuo riconoscimento degli standard. I settori in discussione dove, per il momento, appare più probabile un avvicinamento sono l'automotive, il chimico, il farmaceutico, i dispositivi medicali, i tessili e i cosmetici.*

*Il terzo pilastro è quello delle "altre regole", in cui sono ricompresi la tutela dei diritti di proprietà intellettuale, le indicazioni geografiche, le misure di facilitazione degli scambi e le disposizioni a favore di piccole e medie imprese. In particolare, il trattato dovrebbe prevedere l'istituzione di uno sportello unico, che fornisca alle Pmi informazioni dettagliate in merito alle normative vigenti nel mercato della controparte, in modo da agevolare i flussi di importazioni ed esportazioni. Quanto alla facilitazione degli scambi, dovrà essere rafforzata la cooperazione doganale, attraverso una modernizzazione e semplificazione delle procedure e una maggiore trasparenza amministrativa. Specifiche disposizioni saranno inoltre previste per prodotti energetici e materie prime, per quanto ancora non ne sia stata chiarita la portata.*

*Preoccupazioni suscita invece il tema delle indicazioni geografiche, in ragione del diverso sistema giuridico, che negli Stati Uniti è basato sulla prevalenza dei marchi, e dell'atteggiamento di chiusura recentemente assunto dalla controparte, anche su istanza di un ampio numero di membri del Congresso e delle lobbies legate al Consortium for Common Food Names, che vedono nelle indicazioni geografiche un ostacolo all'ingresso sul mercato UE di prodotti statunitensi aventi nomi da loro considerati generici.*

*Alcuni temi più divisivi, come ad esempio gli organismi geneticamente modificati (Ogm) o i servizi audiovisivi e quelli pubblici, come sopra indicato, sono stati esclusi a priori dalle materie negoziali. Dobbiamo quindi riconoscere che, pur a fronte di progressi sotto il profilo tecnico, il negoziato non sta avendo quella accelerazione che sarebbe necessaria per sfruttare la finestra di opportunità che, verosimilmente, si chiuderà con l'approssimarsi delle elezioni presidenziali statunitensi nel 2016.*

*In sostanza, in questi due anni di negoziato, le due parti hanno posto sul tavolo ognuno le proprie proposte in tutte le materie negoziali, con un profondo ed elaborato lavoro tecnico. Queste proposte diventeranno poi oggetto di compromesso. Difficile però dire se vi siano stati fino ad oggi grandi progressi, dal momento che i nodi politici più delicati – che si presume non saranno molti, ma sicuramente sostanziali – non verranno risolti se non nella fase finale del negoziato e cioè solo dopo che sarà stata approvata la Trade Promotion Authority (l'atto con cui il Congresso concede al presidente degli Stati Uniti la facoltà di negoziare accordi internazionali senza che il Congresso possa presentare emendamenti) e concluso il Tpp (Trans-Pacific Partnership), l'altro grande accordo che gli Usa stanno negoziando con i paesi dell'area del Pacifico, attualmente in una fase molto più avanzata del Ttip.*

*Un altro dubbio riguarda il mantenimento, nel pacchetto, di tutti i temi in discussione. Ad ogni modo, va evidenziato che, anche qualora fosse necessario rivedere il livello di ambizione dell'accordo, qualunque risultato si riesca a ottenere sarà comunque un passo avanti verso una maggiore liberalizzazione degli scambi a livello mondiale, oltre ad avere un importante impatto come stimolo alla crescita economica e all'occupazione. La struttura dell'accordo dovrebbe peraltro consentire, in una prospettiva di living agreement, di poter ampliare il pacchetto del Ttip anche in fasi successive alla sua conclusione. Nel migliore degli scenari ipotizzabili, invece, l'integrazione commerciale tra le due aree potrebbe contribuire alla creazione di un sistema di regole eque e condivise, che avrebbe effetti positivi sull'intero sistema commerciale internazionale.*





## Geografia e benessere nei nuovi modelli quantitativi del commercio internazionale

di Gianmarco I.P. Ottaviano\*

### Introduzione

*Che impatto ha il commercio internazionale sul benessere economico di un territorio? La risposta dipende dalla dimensione del suo mercato locale e dalla sua posizione nella rete degli scambi internazionali. In linguaggio tecnico, la risposta dipende dalla "gravità", intesa come attrazione economica tra territori mediata dalla loro distanza geografica, tecnologica, istituzionale e culturale. Sebbene questa idea abbia una lunga storia, di recente ha guadagnato ulteriore preminenza, diventando uno dei pilastri dei nuovi modelli quantitativi (Nmq) del commercio internazionale utilizzati per la quantificazione ex ante degli effetti delle politiche commerciali sul reddito reale pro capite degli abitanti di un territorio. Obiettivo di questo approfondimento è fornire un'agile presentazione di questa nuova classe di modelli e delle loro potenziali applicazioni.<sup>1</sup>*

### Approccio metodologico

*Nell'ultimo decennio lo studio del commercio internazionale è diventato sempre più quantitativo. Ciò è avvenuto a seguito di due importanti sviluppi. Da un lato, grazie alla maggiore disponibilità di banche dati a livello d'impresa e della potenza di calcolo necessaria a elaborarle, c'è stata un'esplosione di lavori econometrici volti a quantificare ex post gli effetti di politiche commerciali effettivamente implementate. Dall'altro, sempre in virtù della maggiore potenza di calcolo disponibile, la "calibrazione", la "validazione" e la "simulazione" di modelli matematici o statistici sono diventate lo strumento principe per quantificare ex ante gli effetti di possibili politiche commerciali controfattuali, delle quali non ci sono giocoforza dati disponibili. Con la "calibrazione" si identificano i valori dei parametri strutturali che permettono al modello di replicare alcuni aspetti chiave del comportamento dell'economia. Con la "validazione" si controlla che il modello calibrato sia anche in grado di replicare ulteriori aspetti del comportamento dell'economia diversi da quelli usati per la sua calibrazione. Con la "simulazione" si usa il modello calibrato e validato per quantificare gli effetti di benessere degli scenari controfattuali. Ha senso guardare ai risultati della simulazione solo se il modello calibrato ha passato il filtro della validazione. Il principale capostipite dei Nmq è il modello statistico-macroeconomico utilizzato da Eaton e Kortum per quantificare gli effetti di benessere dovuti alla liberalizzazione del commercio e al progresso tecnologico in diversi scenari riguardanti i paesi dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse), tenendo conto sia della dimensione economica dei territori che della loro posizione geografica nella rete degli scambi internazionali.<sup>2</sup> Tuttavia, la prospettiva*

\* London School of Economics e Università di Bologna.

- ① Questo approfondimento si basa su Ottaviano G. (2014), *European Integration and the Gains from Trade*, Cep, "Discussion papers", n. 1301, in via di pubblicazione in *Handbook of the Economics of European Integration*, a cura di Badinder H. e Nitsch V., Routledge, Abingdon.
- ② Eaton J. e Kortum S. (2002), *Technology, Geography, and Trade*, "Econometrica", n. 70.



macroeconomica (basata su una struttura di mercato di concorrenza perfetta) trascura l'evidenza empirica ricavata dai dati a livello di impresa, il cui principale riferimento teorico è invece il modello microeconomico di Melitz.<sup>3</sup> Questo modello introduce imprese eterogenee nel modello di concorrenza monopolistica di Krugman, ma non ha nella quantificazione di scenari controfattuali la sua ragione d'essere.<sup>4</sup> In particolare, pur fornendo un quadro teorico in grado di spiegare numerosi risultati messi in luce dall'analisi di banche dati a livello di impresa, nella sua formulazione originale, priva di dimensione geografica, mal si presta alla simulazione degli effetti di benessere di scenari controfattuali.

I primi tentativi di collegare queste due linee di ricerca differiscono a seconda che siano estensioni del modello di Eaton e Kortum o di quello di Melitz. Nel primo caso si tratta di analisi che arricchiscono il modello di Eaton e Kortum sostituendo una struttura di mercato oligopolistica a quella originale di concorrenza perfetta.<sup>5</sup> Tuttavia, pur permettendo di spiegare alcuni dei risultati ottenuti dall'analisi dei dati a livello di impresa, anche questo arricchimento resta meno efficace del modello di Melitz. Nel secondo caso si tratta di studi che, estendendo il modello di Melitz, usano i risultati delle analisi econometriche a livello d'impresa per la calibrazione e la validazione di Nm<sub>q</sub>.<sup>6</sup>

### Un'importante classe di modelli

È proprio nella comune metodologia di calibrazione, validazione e simulazione che le due linee di ricerca stanno convergendo. Costinot e Rodriguez-Clare forniscono ad oggi il tentativo più compiuto di far interagire questi due mondi, mostrando come tutti i modelli all'interno di una specifica classe condividano le stesse previsioni quantitative sui benefici del commercio (gains from trade), definiti come la differenza tra il benessere di un territorio nella sua situazione reale rispetto al benessere di cui lo stesso territorio godrebbe in una situazione controfattuale di autarchia. L'entità di tali benefici dipende solo da due statistiche aggregate: la quota del reddito del territorio spesa per beni e servizi prodotti localmente e una misura dell'impatto percentuale delle barriere commerciali sul commercio del territorio con il resto del mondo (elasticità del commercio).<sup>7</sup>

Tutti i modelli in questa classe condividono quattro ipotesi fondamentali e tre vincoli aggregati. In termini di ipotesi, dal lato della domanda (a) l'elasticità di sostituzione tra le diverse varietà di beni e servizi è costante. Dal lato dell'offerta (b) esiste un solo fattore produttivo (o una combinazione stabile di fattori produttivi), (c) le funzioni di costo sono funzioni lineari del livello di produzione e (d) la struttura di mercato è perfettamente o monopolisticamente competitiva. In termini di vincoli

<sup>3</sup> Melitz M. (2003), *The Impact of Trade on Intra-industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity*, "Econometrica", n. 71.

<sup>4</sup> Krugman P. (1980), *Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade*, "American Economic Review", n. 70.

<sup>5</sup> Bernard A., Eaton J., Jensen B. e Kortum S. (2003), *Plants and Productivity in International Trade*, "American Economic Review", n. 93.

<sup>6</sup> Del Gatto M., Mion G. e Ottaviano G. (2006), *Trade Integration, Firm Selection and the Costs of Non-Europe, Core*, "Discussion Paper Series", n. 2006061; Corcos G., Del Gatto M., Mion G. e Ottaviano G. (2012), *Productivity and Firm Selection: Quantifying the 'New' Gains From Trade*, "Economic Journal", n.122.

<sup>7</sup> Costinot A. e Rodriguez-Clare A. (2014), *Trade Theory with Numbers: Quantifying the Consequences of Globalization*, "Handbook of International Economics" Vol. 4, a cura di E. Helpman, K. Rogoff e G. Gopinath, Elsevier, Amsterdam.



aggregati, (A) il commercio internazionale è bilanciato, (B) i profitti aggregati sono una quota costante dei ricavi aggregati e (C) anche nel caso delle importazioni la domanda ha elasticità di sostituzione costante. A prima vista, questo insieme di ipotesi e vincoli estremamente restrittivi sembra identificare una classe di modelli di scarsa rilevanza pratica. Ciò che rende, invece, tale classe interessante è che alcuni dei modelli più popolari di commercio internazionale soddisfano tutte queste ipotesi e tutti questi vincoli. Si va, infatti, dal modello di Armington, cavallo di battaglia delle analisi tradizionali di computable general equilibrium (Cge),<sup>8</sup> al modello di Krugman, pilastro della “nuova teoria” del commercio internazionale, dal modello di Eaton e Kortum a numerose varianti del modello di Melitz. In questo senso, il contributo principale di Costinot e Rodriguez-Clare è proprio quello di aver definito la classe dei Nm<sub>q</sub>, aprendo la strada ad un’analisi controfattuale molto ricca, in cui il modello da simulare può essere progressivamente arricchito di aspetti sempre più realistici, preservandone al tempo stesso la comparabilità con le sue versioni più semplici. In questo modo il ruolo di ogni singolo aspetto può essere quantificato con precisione.

### Come calcolare i benefici del commercio internazionale

Un semplice esempio pratico può servire a chiarire le idee. In un modello che soddisfa le ipotesi (a)-(d) e i vincoli (A)-(C), i benefici del commercio  $B_t$  per un territorio  $t$ , in cui l’eventuale gettito derivante dalle barriere commerciali sia trascurabile rispetto al suo reddito aggregato, possono essere espressi tramite la semplice formula

$$B_t = 1 - (s_t)^{1/E}$$

nella quale  $B_t$  è la differenza nel benessere del territorio (misurato in termini di reddito reale pro capite dei suoi abitanti) tra la sua situazione corrente e una situazione controfattuale di autarchia,  $s_t$  è la quota corrente di reddito spesa per beni e servizi prodotti localmente ed  $E$  è l’elasticità del commercio. Quest’ultima può essere stimata mediante una “regressione gravitazionale”, cioè una relazione empirica che spiega il flusso di commercio tra due paesi in base alla loro dimensione economica e alla loro distanza reciproca, come discusso in precedenza. Una stima condivisa dell’elasticità  $E$  è circa 5.<sup>9</sup> Pertanto, per un territorio  $t$  con una quota di spesa per beni e servizi locali pari a 85 per cento, i benefici del commercio con il resto del mondo valgono  $B_t = 1 - (0,85)^{0,2} = 3$  per cento, che è approssimativamente quanto Costinot e Rodriguez-Clare calcolano per l’Italia. Questo vale nel modello di Eaton e Kortum con concorrenza imperfetta, senza beni intermedi e una struttura produttiva stilizzata con un unico settore aggregato.  $B_t$  sale però a 8,7 per cento se si considerano i beni intermedi, a 9,2 per cento se si introduce la concorrenza monopolistica alla Krugman, a 21,7 per cento nel caso di un numero realistico di settori e a 26,5 per cento se si tiene conto della diversità delle imprese nello spirito di Melitz.

<sup>8</sup> Armington P. (1969), *A theory of demand for products distinguished by place of production*, “Imf Staff Papers”, n.16.

<sup>9</sup> Head K. e Mayer T. (2014), *Gravity equations: workhorse, toolkit, and cookbook*, in “Handbook of International Economics”, Vol.4, ibidem.

Ovviamente quello di autarchia è solo un semplice esempio di limitata rilevanza pratica. I Nmq si prestano tuttavia ad analisi controfattuali ben più rilevanti come, per esempio, quella degli effetti della Transatlantic Trade and Investment Partnership (Ttip) tra Unione Europea e Usa o quella dell'eventuale uscita del Regno Unito dall'Unione Europea ("Brexit"). Queste analisi richiedono però un passaggio logico aggiuntivo. Ciò che facilita il paragone tra la situazione corrente e quella autarchica nella valutazione dei benefici del commercio è il fatto che i relativi flussi di scambio di beni e servizi sono facilmente reperibili. Quelli della situazione corrente si ricavano dalle usuali fonti di informazione statistica. Quelli della situazione autarchica sono per definizione nulli. Quando lo scenario controfattuale non è quello autarchico ma è invece una situazione in cui i flussi di commercio persistono, tali flussi controfattuali devono essere quantificati prima di poter valutare il benessere ad essi associato. In questo caso, la simulazione del controfattuale è nella pratica molto più complessa.

### Brexit: costi e benefici

Consideriamo, per esempio, lo scenario Brexit. Uno dei principali canali attraverso i quali l'economia britannica ne sarebbe influenzata è ovviamente quello del commercio internazionale.<sup>10</sup> Negli anni l'aver fatto parte dell'Unione Europea ha, infatti, comportato un notevole aumento del commercio del Regno Unito con gli altri stati membri grazie alla progressiva riduzione delle barriere commerciali. Nel momento in cui il Regno Unito è entrato a far parte di quella che allora si chiamava la Comunità Economica Europea (Cee), poco più del 30 per cento delle esportazioni britanniche erano dirette verso gli altri stati membri. Dal 2008 questa quota è diventata più del 50 per cento.

Che cosa cambierebbe se il Regno Unito lasciasse l'Unione Europea? In particolare, quale sarebbe l'effetto sul benessere economico dei cittadini britannici? Chiaramente non esiste una banca dati che permetta di rispondere a queste domande sulla base di un'esperienza passata. È proprio in casi come questo che una risposta può essere ottenuta dall'implementazione di un Nmq. Si possono, ad esempio, considerare due scenari alternativi. Il primo è uno scenario ottimistico dal punto di vista del Regno Unito, nel quale il paese continuerebbe a godere di un accordo di libero scambio con l'Unione Europea sulla falsariga di quanto già accade per Norvegia e Svizzera nell'ambito dell'Efta. Il secondo è uno scenario pessimistico, nel quale il Regno Unito non riuscirebbe a ottenere tale posizione privilegiata e si troverebbe a dover fronteggiare le barriere commerciali europee previste dalla "clausola della nazione più favorita" nell'ambito dell'Organizzazione mondiale del commercio.

La Tavola 1 riassume le previsioni di un modello a là Eaton e Kortum con beni intermedi, calibrato tenendo conto dell'eventuale aumento delle barriere commerciali sia tariffarie che non tariffarie (cioè quelle legate, per esempio, ai diversi regolamenti, controlli doganali, norme sanitarie e ambientali). Come termine di paragone, la tavola include anche l'eventuale risparmio in termini di eliminazione dei trasferimenti netti dal Regno Unito all'Unione Europea. Non considera, invece, i trasferimenti che nello scenario ottimistico il Regno Unito dovrebbe comunque pagare all'Unione Europea per accedere al mercato unico, come fanno oggi Norvegia e Svizzera. Nella tavola gli effetti sul benessere sono misurati come cambiamenti nel Pil reale.

<sup>10</sup> Ottaviano, G., J. Pessoa, T. Sampson and J. Van Reenen (2014) *The Costs and Benefits of Leaving the EU*, Cep, manoscritto. La discussione che segue si basa su Ottaviano G., Pessoa J., Sampson T. e Van Reenen J. (2015), *Should we Stay or Should we Go? The Economic Consequences of Leaving the EU*, Cep, "Election Analyses Series", n. Cepea022.



Nel dettaglio, nello scenario ottimistico, i dazi sui beni restano nulli. Le barriere non tariffarie correnti sono valutate come un quarto di quelle con cui gli Stati Uniti devono confrontarsi quando esportano verso l'Unione Europea. Questo implica che l'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea porti ad un aumento di tali barriere del 2,01 per cento. La proiezione futura delle barriere non tariffarie è fatta sull'orizzonte di dieci anni, assumendo una riduzione più pronunciata del 20 per cento all'interno, rispetto a quanto previsto al di fuori dell'Unione Europea (calo di 5,68 per cento). Nello scenario pessimistico, i dazi sui beni britannici esportati verso l'Unione Europea sono posti al livello di quelli della "nazione più favorita". Le barriere non tariffarie correnti sono messe a due terzi di quelle tra Stati Uniti e Unione Europea (aumento di 5,37 per cento). La proiezione futura delle barriere non tariffarie su dieci anni ipotizza una riduzione più rapida del 40 per cento all'interno, rispetto a quanto previsto al di fuori dell'Unione Europea (calo di 10,54 per cento). La tavola mostra che lo scenario ottimistico è associato con una perdita di benessere per il Regno Unito dell'1,1 per cento, determinata dall'aumento delle barriere non tariffarie correnti (0,40 per cento) e dall'impossibilità per gli stati che non sono membri dell'Unione Europea di beneficiare della futura armonizzazione delle barriere non tariffarie all'interno del mercato comune (1,26 per cento). Come spiegato, questa seconda dimensione viene introdotta estrapolando nel futuro quanto l'Unione Europea è riuscita a conseguire nel passato. Le barriere non tariffarie sono particolarmente importanti per il Regno Unito perché incidono specificamente su servizi, come quelli legati alla finanza e alla contabilità, dei quali il Regno Unito è tra i principali esportatori mondiali. Complessivamente, anche nello scenario ottimistico i costi dovuti alla maggiore difficoltà di commerciare con l'Unione Europea superano il risparmio in termini di minori trasferimenti a vantaggio di Bruxelles.

Nello scenario pessimistico la perdita complessiva di benessere si gonfia, raggiungendo il 3,1 per cento. Anche in questo caso, l'effetto negativo deriva principalmente dalle barriere non tariffarie, soprattutto da quelle legate all'impossibilità di approfittare della futura armonizzazione all'interno del mercato unico (2,55 per cento). Non sorprende che in questo scenario i costi dell'uscita dall'Unione Europea legati al commercio del Regno Unito con gli stati membri superino ampiamente il risparmio in termini di minori trasferimenti a favore di Bruxelles. In livelli, la perdita varia da 25 miliardi di euro (18 miliardi di sterline) nello scenario ottimistico a 70 miliardi di euro (50 miliardi di sterline) nello scenario pessimistico.

**Tavola 1 - Gli effetti dell'uscita dall'Unione Europea<sup>(1)</sup> sul benessere del Regno Unito**

Variazioni di benessere misurate in termini di Pil reale<sup>(2)</sup>

| Effetti dovuti a:                      | Scenario | Scenario     |             |
|--|----------|--------------|-------------|
|  |          | pessimistico | ottimistico |
| 1. Barriere tariffarie                 |          | -0,14%       | 0,00%       |
| 2. Barriere non tariffarie correnti    |          | -0,93%       | -0,40%      |
| 3. Barriere non tariffarie future      |          | -2,55%       | -1,26%      |
| 4. Trasferimenti netti all'UE          |          | 0,53%        | 0,53%       |
| 5. Variazione di benessere complessiva |          | -3,09%       | -1,13%      |

(1) Unione Europea definita come UE-28 senza Regno Unito e Croazia.

(2) Metodologia basata su Costinot e Rodriguez-Clare.

Dati sui trasferimenti riportati da *European Union Finances 2013: statement on the 2013 EU Budget and measures to counter fraud and financial mismanagement*, Hmr Treasury, 2013.

Fonte: Ottaviano G., Pessoa J., Sampson T. e Van Reenen J. (2015), *Should we stay or should we go? The economic consequences of leaving the EU*, Cep, Election Analyses Series, n. Cepeao22.

## Conclusione

*Raramente si hanno a disposizione i dati statistici necessari a valutare ex ante gli effetti sul benessere di politiche commerciali alternative ancora da implementare o le conseguenze di possibili episodi futuri di (dis)integrazione economica. In casi come questi la calibrazione, la validazione e la simulazione di modelli matematici o statistici possono offrire una metodologia di valutazione praticabile.*

*Da questo punto di vista, i Nmq possono effettivamente fornire un valido supporto ai tradizionali modelli di computable general equilibrium (Cge), in virtù della più stretta connessione che offrono tra teoria e dati, delle loro rigorose fondamenta microeconomiche e della loro attenzione alla stima dei parametri strutturali necessari alla simulazione di scenari controfattuali.*

*Questo potenziale non è stato però ancora sfruttato pienamente. In primo luogo, come sottolineato nell'esempio di calcolo dei benefici del commercio, le previsioni quantitative dei Nmq dipendono molto dal tipo di struttura di mercato ipotizzata. Una maggiore attenzione alla struttura di mercato specifica di ogni settore sarebbe quindi necessaria. In secondo luogo, i Nmq hanno finora prestato poca attenzione a dimensioni degli scambi internazionali diverse dal commercio di beni e servizi, quali gli investimenti diretti all'estero (Ide) o i trasferimenti di tecnologia. Nell'era delle global value chains, questa è un'importante lacuna che resta da colmare. Infine, i Nmq attuali si concentrano soprattutto sugli effetti statici delle politiche commerciali e dicono poco o nulla su quelli dinamici, che influenzano la crescita economica dei territori attraverso l'innovazione, la diffusione e l'adozione di nuove tecnologie. Al momento, è proprio questo terzo aspetto a rappresentare il vero tallone d'Achille dei Nmq. Non si è, infatti, ancora trovato un modo condiviso per tenerne conto.*



**L'ATTIVITÀ ECONOMICA  
E I CONTI CON L'ESTERO  
DELL'ITALIA**





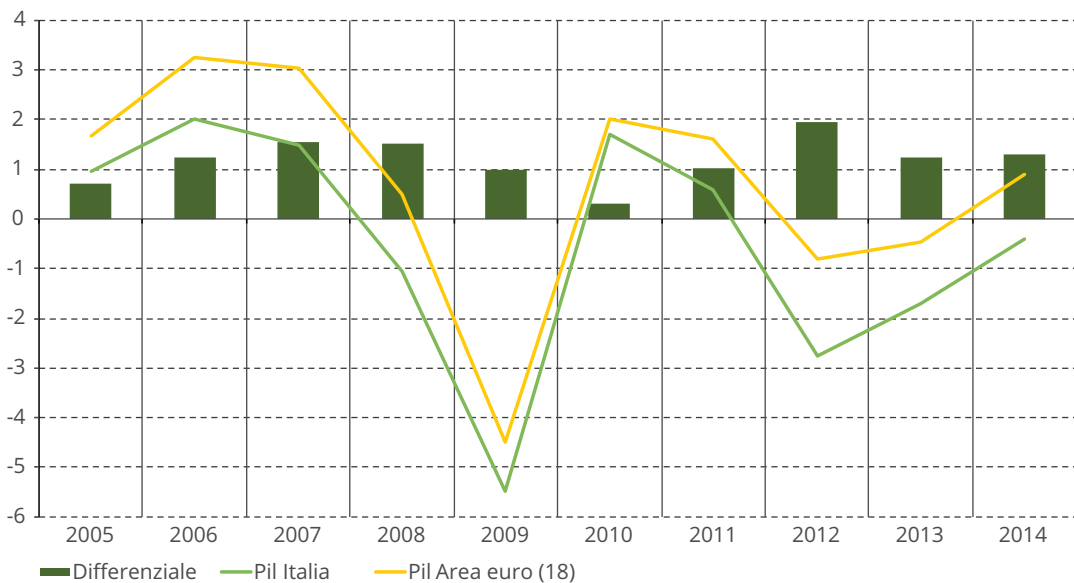
# L'ATTIVITÀ ECONOMICA E I CONTI CON L'ESTERO DELL'ITALIA

## 2.1 Quadro macroeconomico\*

Nel 2014 lo scenario economico globale ha visto consolidarsi la crescita nelle principali economie avanzate, a fronte di un rallentamento in alcuni paesi emergenti. L'attività economica mondiale nel suo complesso si è espansa allo stesso ritmo dell'anno precedente. Il crollo del prezzo del petrolio nella seconda parte del 2014 ha migliorato le prospettive delle economie avanzate per il prossimo biennio.

L'attività economica dell'Area dell'euro, uscita dalla recessione dalla metà del 2013, è cresciuta in media d'anno dello 0,9 per cento. La ripresa dei consumi privati, che hanno beneficiato del miglioramento delle condizioni del lavoro e dell'aumento dei salari reali, ha giocato un ruolo fondamentale. Gli andamenti sono stati tuttavia molto eterogenei fra i maggiori paesi dell'area: il prodotto ha accelerato in Germania (+1,6 per cento), è cresciuto a un ritmo sostanzialmente invariato in Francia (+0,4 per cento), ed è tornato in territorio positivo in Spagna (+1,4 per cento), dopo la spirale negativa che aveva caratterizzato i tre anni precedenti; tra le principali economie, l'Italia è rimasta l'unica in recessione.

**Grafico 2.1 - Differenziale tra la dinamica del Pil dell'area dell'euro e dell'Italia**  
Variazioni percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e Istat

In Italia il volume dell'attività produttiva si è ridotto dello 0,4 per cento, raggiungendo un livello inferiore di circa il 9 per cento rispetto al punto di massimo del 2007. La contrazione è comunque stata meno intensa che nei due anni precedenti. Ha riflesso quella della domanda interna, che ha prolungato una tendenza in atto dal 2011, in cui la riduzione degli investimenti ha giocato un ruolo ancora una volta determinante. Deboli segnali positivi sono invece giunti dall'andamento dei consumi privati, sostenuti dall'aumento della spesa delle famiglie. Malgrado un parziale recupero, il grado di utilizzo della capacità produttiva ha mantenuto ampi margini inutilizzati (tavola 2.1).

\* Capitolo redatto da Michele Repole (Ice) con la supervisione di Silvia Fabiani (Banca d'Italia).



Su scala settoriale, il valore aggiunto ha registrato un calo in tutti i principali comparti, a eccezione dei servizi (+0,1 per cento), in lieve ripresa rispetto al 2013, grazie soprattutto al commercio e al settore immobiliare. La flessione dell'attività manifatturiera (-0,4 per cento) si è attenuata rispetto ai due anni precedenti.

**Tavola 2.1 - Quadro macroeconomico**

Variazioni percentuali sull'anno precedente; valori concatenati, anno di riferimento 2010

|   | 2010   | 2011        | 2012        | 2013        | 2014        |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | <b>Contabilità nazionale</b>   |             |             |             |             |
| <b>Prodotto interno lordo</b>   | <b>1,7</b>   | <b>0,6</b>  | <b>-2,8</b> | <b>-1,7</b> | <b>-0,4</b> |
| <b>Importazioni di beni e servizi</b>                                 | <b>12,4</b>  | <b>0,5</b>  | <b>-8,1</b> | <b>-2,3</b> | <b>1,8</b>  |
| Beni  | 14,8   | 1,2         | -8,8        | -2,6        | 1,7         |
| Servizi   | 3,5  | -2,1        | -5,2        | -0,9        | 2,0         |
| <b>Domanda nazionale</b>  | <b>0,8</b>   | <b>-0,8</b> | <b>-4,5</b> | <b>-2,8</b> | <b>-0,3</b> |
| Consumi finali nazionali  | 1,1  | -0,5        | -3,3        | -2,2        | 0,0         |
| <i>di cui: Spesa delle famiglie</i>                                   | 1,2  | 0,0         | -3,9        | -2,8        | 0,3         |
| <i>Spesa delle Amm. Pubbliche</i>                                     | 0,6  | -1,8        | -1,2        | -0,3        | -0,9        |
| Investimenti fissi lordi  | -0,5   | -1,9        | -9,3        | -5,8        | -3,3        |
| <i>di cui: Costruzioni</i>  | -3,6   | -3,7        | -9,3        | -7,2        | -4,9        |
| <i>Impianti e macchinari</i>  | 6,2  | 0,2         | -13,6       | -5,5        | -2,4        |
| <i>Mezzi di trasporto</i>   | -7,4   | 5,0         | -28,0       | 4,7         | -1,1        |
| <i>Ricerca e sviluppo</i>   | -0,7   | -0,1        | -2,3        | -1,7        | 0,8         |
| <b>Esportazioni di beni e servizi</b>                                 | <b>11,8</b>  | <b>5,2</b>  | <b>2,3</b>  | <b>0,5</b>  | <b>2,7</b>  |
| Beni  | 12,5   | 6,2         | 1,8         | 0,7         | 2,5         |
| Servizi   | 8,8  | 0,6         | 5,0         | -0,3        | 3,4         |
|   | <b>Produzione, occupazione, prezzi</b><br>Variazioni percentuali sull'anno precedente, se non altrimenti specificato |             |             |             |             |
| <b>Produzione industriale<sup>(1)</sup></b>                           | <b>8,8</b>   | <b>2,0</b>  | <b>-3,4</b> | <b>-2,1</b> | <b>-0,4</b> |
| <b>Grado di utilizzazione della capacità produttiva<sup>(2)</sup></b> | <b>71,7</b>  | <b>73,3</b> | <b>71,2</b> | <b>72,8</b> | <b>73,7</b> |
| <b>Occupazione totale (unità di lavoro)</b>                           | <b>-0,8</b>  | <b>0,1</b>  | <b>-1,4</b> | <b>-1,9</b> | <b>0,2</b>  |
| <b>Prezzi al consumo<sup>(3)</sup></b>                                | <b>1,5</b>   | <b>2,8</b>  | <b>2,9</b>  | <b>1,2</b>  | <b>0,3</b>  |
| <b>Prezzi alla produzione<sup>(4)</sup></b>                           | <b>3,0</b>   | <b>4,7</b>  | <b>3,6</b>  | <b>-1,1</b> | <b>-1,4</b> |

(1) Valore aggiunto ai prezzi base del settore dell'industria in senso stretto (attività manifatturiere).

(2) Livello percentuale, fonte Banca d'Italia.

(3) Indice generale per l'intera collettività nazionale (Nic), al lordo dei tabacchi (base 2010).

(4) Indice generale dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali (base 2010).

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

La componente nazionale della domanda aggregata ha registrato un'ulteriore riduzione, anche se di minore intensità rispetto ai tre anni precedenti. Questo risultato è da attribuire esclusivamente all'andamento negativo degli investimenti fissi lordi (-3,3 per cento), la cui prolungata flessione ha risentito anche del mancato stimolo fiscale e delle difficoltà di accesso ai prestiti bancari da parte delle imprese. Il contributo negativo più significativo è stato apportato dalle componenti degli investimenti in costruzioni (-4,9 per cento) e in impianti e macchinari (-2,4 per cento). Hanno invece mostrato una ripresa gli investimenti in ricerca e sviluppo (+0,8 per cento). Dall'ultimo trimestre del 2014 la variazione congiunturale degli investimenti è tornata in territorio positivo, prefigurando un recupero nell'anno in corso. I consumi sono rimasti stazionari rispetto all'anno precedente, grazie al buon andamento degli acquisti di beni durevoli e servizi. La spesa delle famiglie ha dato lievi segnali di ripresa (+0,3 per cento), in un contesto di leggero calo della propensione al risparmio, ma continua a essere frenata dal basso livello dell'occupazione, cresciuta di appena lo 0,2 per cento. Il potere d'acquisto delle famiglie è stato sostenuto dalla bassa inflazione e dalla crescita del reddito disponibile, che ha beneficiato anche del bonus fiscale in favore dei lavoratori dipendenti. La spesa delle amministrazioni pubbliche, limitata dai vincoli di risanamento dei bilanci, si è ridotta ulteriormente (-0,9 per cento). La domanda estera netta ha contribuito a contenere il calo del prodotto interno lordo per il terzo anno consecutivo (grafico 2.2). Le esportazioni di beni e servizi hanno accelerato notevolmente, al 2,7 per cento dallo 0,5 del 2013; la loro crescita è stata comunque inferiore alla media dell'Area dell'euro (pari al 3,7 per cento). La ripresa del volume delle importazioni (+1,8 per cento), dopo due anni di caduta, ha prodotto un assottigliamento del contributo delle esportazioni nette alla crescita del Pil, da 0,7 a 0,4 punti percentuali.

**Grafico 2.2 - Contributi della domanda nazionale e delle esportazioni nette alla variazione del Pil**

Calcolati sui valori concatenati, anno di riferimento 2010



Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat



Nel primo trimestre 2015 il Pil dell'Area dell'euro è aumentato dello 0,4 per cento, riflettendo il rafforzamento dell'attività produttiva in Francia e Spagna, a fronte di un rallentamento in Germania. In Italia, l'attività economica è cresciuta dello 0,3 per cento, per effetto di un aumento del valore aggiunto nei comparti dell'industria e dell'agricoltura, con un contributo positivo della domanda interna. Gli investimenti fissi lordi sono cresciuti per il secondo trimestre consecutivo, in forza del buon risultato di quelli in mezzi di trasporto. Dal lato della componente estera, il volume delle importazioni di beni e servizi ha registrato una variazione congiunturale positiva, mentre le esportazioni sono rimaste stazionarie, riflettendo il calo delle vendite estere di servizi.

Secondo le previsioni dei principali organismi internazionali, nell'Area dell'euro la crescita dovrebbe intensificarsi nel biennio 2015-16.<sup>1</sup> La svolta espansiva di politica monetaria, con la conseguente discesa dei tassi d'interesse e l'indebolimento dell'euro sul dollaro, ha determinato, insieme alla caduta dei corsi petroliferi, i presupposti per un miglioramento del quadro congiunturale. Il clima di fiducia dei consumatori e la spesa per consumi dovrebbero risentire positivamente del calo delle quotazioni del petrolio e delle migliorate tendenze dell'occupazione. Le prospettive di crescita potrebbero ulteriormente rafforzarsi se verranno messe in atto politiche attive sulle componenti della domanda e in particolare sugli investimenti.

In Italia l'attività economica dovrebbe continuare a espandersi, con intensità modesta nel 2015 e maggiore nel 2016.<sup>2</sup> La molteplicità di shock favorevoli che hanno caratterizzato l'inizio dell'anno prefigura un'uscita dalla recessione più veloce rispetto alle previsioni, improntate alla cautela. La finanza pubblica dovrebbe beneficiare della discesa dei tassi d'interesse, ma potrebbe risentire negativamente delle pressioni al ribasso sull'inflazione, derivanti dal calo del prezzo del petrolio.

In tale quadro prospettico i rischi principali, anche per l'andamento dei mercati finanziari, derivano dall'incertezza sull'evoluzione della crisi in Grecia e dalle tensioni geo-politiche in Ucraina e Medio Oriente. Restano inoltre i rischi legati alla fase di bassa inflazione o addirittura di deflazione in molti paesi, che potrebbero avere conseguenze negative sui soggetti più indebitati. Inoltre, la spinta delle esportazioni potrebbe essere ridimensionata da un'eventuale rivalutazione dell'euro.

<sup>1</sup> Secondo le più recenti previsioni, il Pil dell'Area dell'euro crescerebbe in media dell'1,5 per cento nel 2015 e dell'1,9 per cento nel 2016. European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, *European Economic Forecast*, Spring 2015, n. 2.

<sup>2</sup> Secondo l'Istat la crescita del Pil dovrebbe essere pari allo 0,7 per cento nel 2015 e intorno all'1,2 per cento nel 2016. Le stime della Commissione europea indicano 0,6 per cento nel 2015 e 1,4 nel 2016. Le più recenti stime dell'Ocse indicano una crescita dello 0,6 per cento nel 2015 e dell'1,6 per cento nel 2016. OECD (2015), *Economic Outlook*, June 2015, n.1.



## I nuovi standard di contabilità nazionale e di bilancia dei pagamenti

di Michele Repole\*

Nel settembre del 2014 le statistiche di contabilità nazionale e di bilancia dei pagamenti dell'Italia hanno recepito i nuovi standard internazionali previsti dal Sistema europeo dei conti (Sec 2010)<sup>1</sup> e dalla sesta edizione del manuale della bilancia dei pagamenti del Fondo monetario internazionale.<sup>2</sup> Il passaggio ai nuovi standard, che ha coinvolto nel 2014 tutti i paesi dell'Unione Europea, risponde all'esigenza di tener conto di cambiamenti intervenuti nell'economia mondiale, quali la crescente frammentazione internazionale della produzione, la maggiore complessità della struttura delle imprese internazionali e l'innovazione degli strumenti finanziari. Inoltre armonizza, in termini di contenuti e presentazione, le statistiche dei conti con l'estero e i dati di contabilità nazionale.

Il Sec 2010 introduce alcune importanti modifiche che hanno impatto sui principali aggregati del Pil: tra le più rilevanti, le spese in ricerca e sviluppo vengono capitalizzate, mentre in precedenza erano considerate un costo intermedio; le spese per armamenti vengono riclassificate passando da consumi intermedi a investimenti, con la relativa contabilizzazione degli ammortamenti.

Per quanto riguarda gli scambi con l'estero, gli aggiustamenti metodologici vanno nella direzione di una maggiore aderenza delle misurazioni rispetto alla divisione internazionale della produzione e alle transazioni finanziarie. In particolare, a causa dell'applicazione stringente del criterio del trasferimento di proprietà, le merci che attraversano la frontiera per essere lavorate senza cambiare di proprietà (*processing*), precedentemente contabilizzate tra gli scambi di beni, vengono ora considerate, su base netta, come commercio di servizi; il *merchanting*, ovvero la vendita a un non residente (da parte di un residente) di un bene acquistato da un altro non residente senza che le merci attraversino fisicamente la frontiera nazionale, viene invece ora incluso nel conto dei beni. Gli scambi di servizi includono ora anche i servizi di intermediazione finanziaria indirettamente misurati (oltre ai servizi di lavorazione associati al *processing*). Cambia altresì la classificazione dei redditi, che vengono ora distinti in redditi primari (direttamente derivanti da lavoro, attività finanziarie e risorse naturali) e redditi secondari (relativi alla successiva redistribuzione) in cui confluiscono larga parte delle voci precedentemente contabilizzate come trasferimenti correnti.

Nel conto finanziario della bilancia dei pagamenti si adotta una nuova convenzione di segno: valori positivi (negativi) dal lato delle attività indicano ora un aumento (riduzione) delle attività. Con riferimento agli investimenti diretti, la principale novità riguarda la con-

\* Ice.

- <sup>1</sup> In accordo con le linee guida internazionali stabilite nel Sistema dei conti nazionali delle Nazioni Unite (2008 SNA).
- <sup>2</sup> In concomitanza con l'adozione dei nuovi standard, i conti nazionali e la bilancia dei pagamenti dell'Italia hanno recepito i criteri concordati in sede europea per l'inclusione di una stima delle attività illegali (traffico di sostanze stupefacenti, servizi della prostituzione e contrabbando di sigarette e alcol).



tabilizzazione del *reverse investment*,<sup>3</sup> che in precedenza comportava una riduzione dell'investimento diretto (principio direzionale), mentre ora viene contabilizzato in termini lordi (principio *asset-liability*). Inoltre, il conto finanziario e la posizione patrimoniale verso l'estero prevedono una classificazione più dettagliata dei settori istituzionali e degli strumenti.

Nel complesso, l'applicazione dei nuovi standard ha comportato una revisione al rialzo del Pil a prezzi correnti di circa il 4 per cento nel 2011, spiegata principalmente dalla nuova definizione degli investimenti fissi lordi. Nei conti con l'estero, gli effetti di maggior rilievo hanno riguardato la ripartizione tra i flussi lordi di merci e di servizi, senza influire in modo significativo sul livello del saldo corrente.

<sup>3</sup> Ovvero le attività che un'impresa residente meta di un investimento diretto detiene nei confronti dell'impresa investitrice non residente e, analogamente, delle passività che un'impresa investitrice residente detiene nei confronti dell'impresa non residente oggetto di investimento diretto.

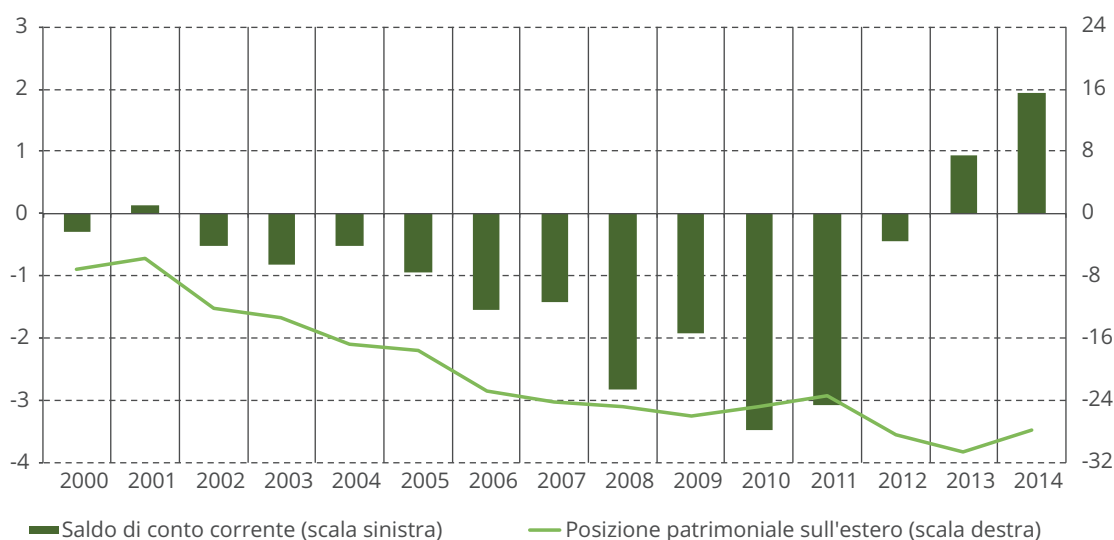
### 2.1.1 I saldi della bilancia dei pagamenti e la posizione sull'estero dell'Italia

Nel 2014 i conti con l'estero dell'Italia hanno registrato un ulteriore miglioramento. Il saldo corrente della bilancia dei pagamenti è risultato in attivo di 31 miliardi, circa il doppio rispetto al 2013, raggiungendo l'1,9 per cento del prodotto interno lordo (grafico 2.3).

La posizione debitoria netta sull'estero dell'Italia è migliorata rispetto all'anno precedente di circa 61 miliardi, scendendo al 27,7 per cento del Pil (era il 30,6 per cento alla fine del 2013).

**Grafico 2.3 - Saldo di conto corrente e posizione patrimoniale sull'estero dell'Italia**

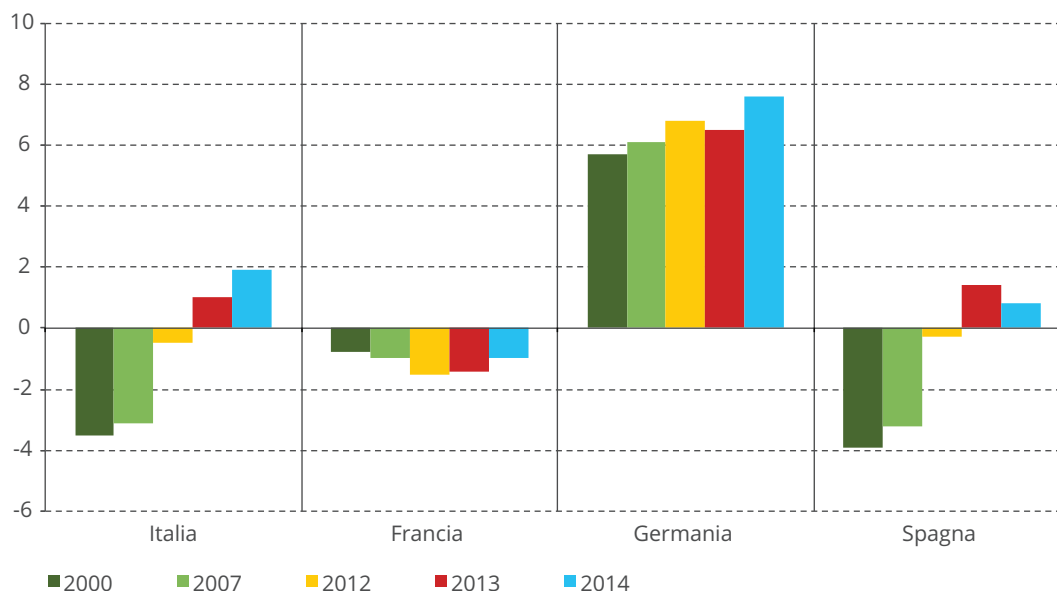
In percentuale del prodotto interno lordo



Fonte: elaborazioni Ices su dati Banca d'Italia

**Grafico 2.4 - Saldi di conto corrente dei principali paesi dell'Area dell'euro**

In percentuale del prodotto interno lordo



Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat

L'aumento dell'avanzo corrente della bilancia dei pagamenti è dipeso essenzialmente dall'andamento del conto delle merci, passato da un surplus di 36 miliardi nel 2013 a uno di quasi 50 nel 2014. Ha inciso soprattutto la riduzione del disavanzo energetico. Il saldo commerciale è passato dal 2,2 al 3,1 per cento del Pil (grafico 2.5), quello al netto dell'energia è rimasto stabile, poco al di sopra del 5 per cento.

**Tavola 2.2 - Bilancia dei pagamenti dell'Italia**

Milioni di euro

| Voci                         | 2010           | 2011           | 2012           | 2013          | 2014          |
|------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| <b>Conto corrente</b>        | <b>-55.711</b> | <b>-50.371</b> | <b>-6.939</b>  | <b>14.967</b> | <b>30.940</b> |
| <b>Conto capitale</b>        | <b>46</b>      | <b>1.032</b>   | <b>3.959</b>   | <b>161</b>    | <b>3.355</b>  |
| <b>Conto finanziario</b>     | <b>-87.735</b> | <b>-69.063</b> | <b>-14.806</b> | <b>11.333</b> | <b>50.208</b> |
| Investimenti diretti         | 16.057         | 12.325         | 5.272          | 3.622         | 9.045         |
| <i>All'estero</i>            | 23.232         | 37.016         | 5.220          | 18.260        | 19.715        |
| <i>In Italia</i>             | 7.174          | 24.691         | -52            | 14.638        | 10.670        |
| Investimenti di portafoglio  | 42.513         | 9.735          | -25.883        | -14.564       | -4.457        |
| <i>Attività</i>              | 31.398         | -34.756        | -61.471        | 20.655        | 93.246        |
| <i>Passività</i>             | -11.115        | -44.492        | -35.589        | 35.220        | 97.704        |
| Altri investimenti           | -152.307       | -84.806        | -1.496         | 17.713        | 50.155        |
| <i>Attività</i>              | -51.738        | 41.832         | 37.333         | -28.056       | 14.379        |
| <i>Passività</i>             | 100.569        | 126.639        | 38.830         | -45.769       | -35.775       |
| Derivati                     | 4.969          | -7.257         | 5.839          | 3.035         | -3.581        |
| Variazione riserve ufficiali | 1.033          | 941            | 1.461          | 1.528         | -953          |
| <b>Errori e omissioni</b>    | <b>-32.070</b> | <b>-19.723</b> | <b>-11.826</b> | <b>-3.795</b> | <b>15.912</b> |

Fonte: Banca d'Italia



**Tavola 2.3 - Bilancia dei pagamenti dell'Italia: conto corrente**

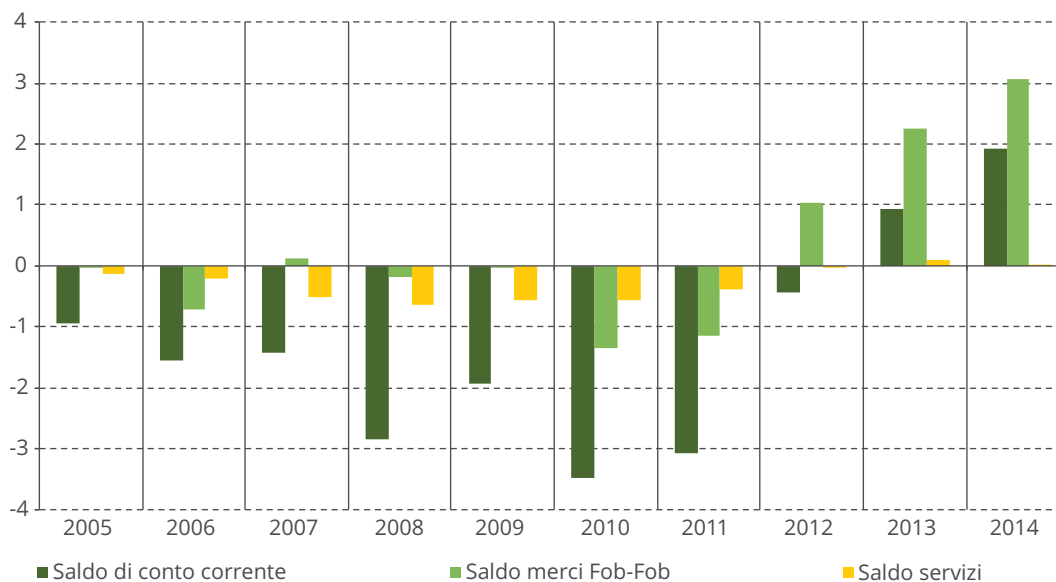
Saldi in milioni di euro

| Voci                                  | 2010           | 2011           | 2012           | 2013           | 2014           |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Merci (Fob-Fob)</b>                | <b>-21.730</b> | <b>-18.583</b> | <b>16.829</b>  | <b>36.103</b>  | <b>49.462</b>  |
| <b>Servizi</b>                        | <b>-9.154</b>  | <b>-6.157</b>  | <b>-130</b>    | <b>1.369</b>   | <b>455</b>     |
| Trasporti                             | -8.517         | -8.677         | -8.223         | -7.891         | -8.345         |
| Viaggi all'estero                     | 8.841          | 10.308         | 11.543         | 12.755         | 12.528         |
| Altri servizi                         | -9.478         | -7.788         | -3.450         | -3.494         | -3.729         |
| <b>Redditi primari</b>                | <b>-4.826</b>  | <b>-6.378</b>  | <b>-4.122</b>  | <b>-4.448</b>  | <b>-2.343</b>  |
| Da lavoro dipendente                  | 2.179          | 2.618          | 3.677          | 2.967          | 3.579          |
| Da capitale                           | -9.873         | -12.044        | -10.814        | -10.724        | -9.818         |
| Altri                                 | 2.869          | 3.048          | 3.015          | 3.309          | 3.896          |
| <b>Redditi secondari</b>              | <b>-20.002</b> | <b>-19.253</b> | <b>-19.516</b> | <b>-18.056</b> | <b>-16.634</b> |
| Amministrazioni pubbliche             | -13.970        | -14.212        | -13.597        | -15.360        | -14.559        |
| Altri settori                         | -6.032         | -5.041         | -5.918         | -2.697         | -2.075         |
| <i>di cui: rimesse dei lavoratori</i> | -6.137         | -6.916         | -6.347         | -5.059         | -4.795         |
| <b>Conto corrente</b>                 | <b>-55.711</b> | <b>-50.371</b> | <b>-6.939</b>  | <b>14.967</b>  | <b>30.940</b>  |

Fonte: Banca d'Italia

**Grafico 2.5 - Saldo di conto corrente, saldo commerciale e saldo dei servizi**

In percentuale del prodotto interno lordo



Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

La crescita del surplus commerciale (tavola 2.4) può essere spiegata in parte dal miglioramento della ragione di scambio (+2,9 per cento), trainato principalmente dal calo dei prezzi all'import dei prodotti industriali; il calo non ha riguardato solo i prezzi dei prodotti energetici ma anche i manufatti. I prezzi delle esportazioni italiane di beni sono risultati anch'essi in lieve calo, ma se si esclude il contributo del settore energetico emerge una sostanziale stabilità. L'interscambio di servizi è rimasto in attivo nel 2014, anche se su valori inferiori al miliardo. La riduzione rispetto all'anno precedente è spiegata dal peggioramento del saldo dei viaggi, rimasto comunque in avanzo. La ripresa della spesa per turismo degli italiani, dopo anni di calo, ha superato l'aumento di spesa dei turisti stranieri in Italia. Hanno contribuito anche la componente dei trasporti e quella degli altri servizi, il cui deficit si è lievemente ampliato.

Nel conto finanziario (tavola 2.2) gli investimenti diretti, secondo dati ancora provvisori, sono rimasti su livelli modesti, con un afflusso di capitali in Italia pari a 10 miliardi (14 nel 2013). I flussi in uscita, costituiti principalmente da azioni e utili reinvestiti, si sono attestati su valori simili all'anno precedente (circa 20 miliardi). Gli investimenti di portafoglio hanno registrato invece una marcata espansione, sia dal lato delle attività che da quello delle passività; i flussi sono tornati sui livelli precedenti alla crisi del debito sovrano. In particolare, l'afflusso di capitali dall'estero, che ha raggiunto un valore di 97 miliardi, è stato determinato in buona parte (circa 59 miliardi) da acquisti di titoli italiani da parte di operatori non residenti. Il saldo della componente degli altri investimenti (depositi, prestiti e crediti commerciali) è nettamente migliorato, beneficiando in misura decisiva della riduzione della posizione debitoria della Banca d'Italia sul sistema dei pagamenti dell'Eurosistema Target2.



Tavola 2.4 - Interscambio di beni e servizi<sup>(1)</sup>

| Beni   | 2011    | 2012    | 2013    | 2014    |
|--|---------|---------|---------|---------|
| <b>Esportazioni</b>  |         |         |         |         |
| Milioni di euro  | 363.867 | 377.407 | 379.057 | 386.936 |
| Var. percentuali   | 10,7    | 3,7     | 0,4     | 2,1     |
| <b>Importazioni</b>  |         |         |         |         |
| Milioni di euro  | 382.450 | 360.579 | 342.948 | 337.540 |
| Var. percentuali   | 9,2     | -5,7    | -4,9    | -1,6    |
| <b>Saldo</b>   |         |         |         |         |
| Milioni di euro  | -18.582 | 16.828  | 36.109  | 49.396  |
| Var. assoluta  | 3.148   | 35.410  | 19.281  | 13.287  |
| Saldo normalizzato <sup>(2)</sup>                                  | -2,5    | 2,3     | 5,0     | 6,8     |
| <i>Prezzi delle esportazioni</i> <sup>(3)</sup>                    | 4,2     | 1,9     | -0,2    | -0,4    |
| <i>Prezzi delle importazioni</i> <sup>(3)</sup>                    | 7,9     | 3,4     | -2,3    | -3,3    |
| <i>Esportazioni: variazioni dei volumi</i>                         | 6,2     | 1,8     | 0,7     | 2,5     |
| <i>Importazioni: variazioni dei volumi</i>                         | 1,2     | -8,8    | -2,7    | 1,8     |
| <b>Interscambio commerciale, valori doganali (milioni di euro)</b> |         |         |         |         |
| Esportazioni Fob   | 375.904 | 390.182 | 390.233 | 397.996 |
| Importazioni Cif   | 401.428 | 380.292 | 361.002 | 355.115 |
| Saldo  | -25.524 | 9.890   | 29.230  | 42.882  |
| Servizi  |         |         |         |         |
| <b>Esportazioni</b>  |         |         |         |         |
| Milioni di euro  | 78.352  | 83.765  | 84.712  | 87.712  |
| Var. percentuali   | 3,7     | 6,9     | 1,1     | 3,5     |
| <b>Importazioni</b>  |         |         |         |         |
| Milioni di euro  | 85.482  | 84.445  | 83.484  | 85.762  |
| Var. percentuali   | 0,1     | -1,2    | -1,1    | 2,7     |
| <b>Saldo</b>   |         |         |         |         |
| Milioni di euro  | -7.131  | -680    | 1.228   | 1.951   |
| Var. assoluta  | 2.735   | 6.451   | 1.908   | 723     |
| Saldo normalizzato <sup>(2)</sup>                                  | -4,4    | -0,4    | 0,7     | 1,1     |
| <i>Prezzi delle esportazioni</i> <sup>(3)</sup>                    | 3,1     | 1,8     | 1,5     | 0,2     |
| <i>Prezzi delle importazioni</i> <sup>(3)</sup>                    | 2,2     | 4,2     | -0,2    | 0,7     |
| <i>Esportazioni: variazioni dei volumi</i>                         | 0,6     | 5,0     | -0,3    | 3,3     |
| <i>Importazioni: variazioni dei volumi</i>                         | -2,1    | -5,2    | -0,9    | 2,1     |

<sup>(1)</sup> Dati di contabilità nazionale.

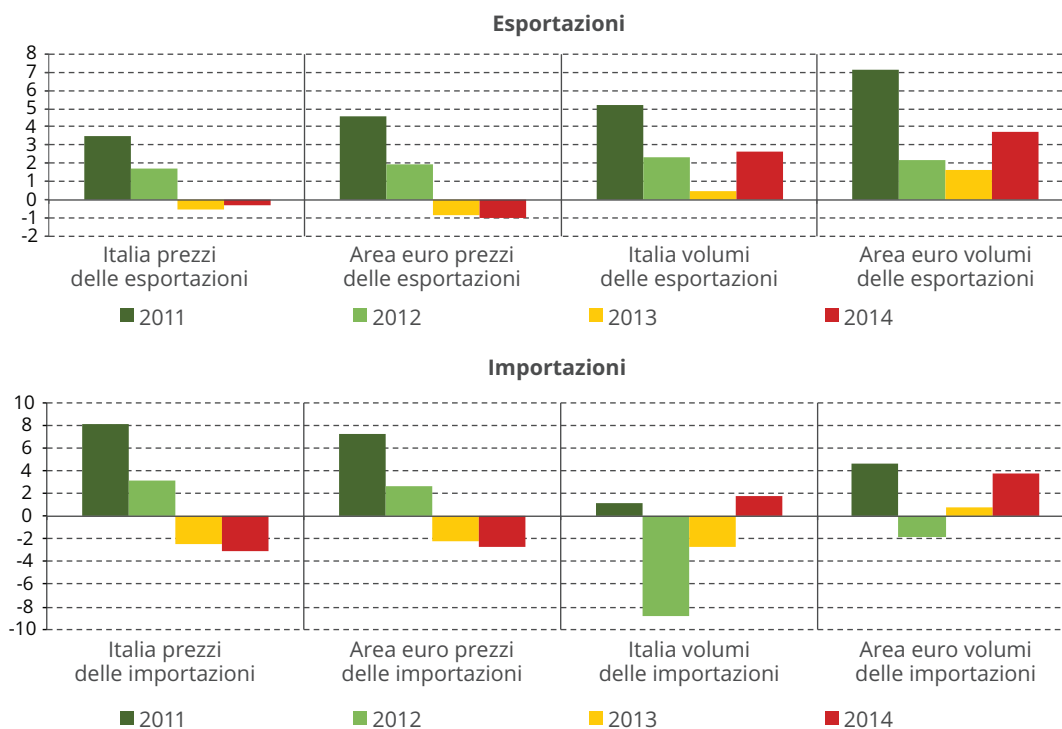
<sup>(2)</sup> Rapporto tra saldo commerciale e somma tra esportazioni e importazioni, in percentuale.

<sup>(3)</sup> Deflatori impliciti.

Fonte: elaborazione Ice su dati Istat.

**Grafico 2.6 Dinamica dell'interscambio in Italia e nell'Area dell'euro**

Variazioni percentuali sull'anno precedente dei volumi e dei prezzi di esportazioni e importazioni di beni, base 2010



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat ed Eurostat

## 2.2 Le esportazioni

Nel 2014 le esportazioni italiane di beni, a prezzi correnti, sono aumentate del 2,1 per cento, raggiungendo un totale di 387 miliardi (tavola 2.4). Questo andamento è stato il risultato di una variazione di segno positivo delle vendite destinate all'Unione europea (+3,7 per cento), le cui economie sono state caratterizzate da una domanda in crescita, soprattutto nel Regno Unito, e di una leggera diminuzione di quelle dirette verso i paesi extraeuropei (-0,1 per cento), sintesi degli effetti contrapposti indotti dalla ripresa dell'economia statunitense, da un lato, e dal rallentamento delle importazioni delle economie emergenti, dall'altro.



**Tavola 2.5 - Competitività di prezzo in alcuni paesi industriali**Variazioni percentuali sull'anno precedente di indici in base 1999=100<sup>(1)</sup>

| Tassi di cambio effettivi reali basati sui prezzi alla produzione dei manufatti | 2010 | 2011 | 2012 | 2013  | 2014 |
|---|------|------|------|-------|------|
| Italia  | -3,8 | -0,6 | -2,4 | 2,0   | 1,0  |
| Francia   | -4,7 | -0,3 | -2,2 | 1,8   | 0,7  |
| Germania  | -5,4 | -1,7 | -3,1 | 2,5   | 1,5  |
| Regno Unito   | -1,1 | -1,8 | 8,2  | 1,1   | -0,9 |
| Spagna  | -2,5 | 1,2  | -1,3 | 1,7   | 0,0  |
| Stati Uniti   | -2,2 | -2,5 | 3,8  | 1,7   | 3,4  |
| Giappone  | -0,5 | 0,8  | -0,7 | -17,7 | -3,6 |

<sup>(1)</sup> Variazioni negative indicano un miglioramento di competitività, e viceversa.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

Nel 2014 l'euro si è nel complesso rafforzato rispetto alle altre principali valute, soprattutto nella prima parte dell'anno. L'andamento dei tassi di cambio ha determinato una lieve riduzione, in media d'anno, della competitività di prezzo dei prodotti industriali dell'Area dell'euro, misurata dagli indici basati sui prezzi alla produzione<sup>3</sup> (tavola 2.5); solo in Spagna la fase di deflazione interna ha permesso di compensare l'effetto negativo della rivalutazione del cambio. La competitività dei prodotti italiani è diminuita in misura di poco superiore rispetto a quanto avvenuto in Francia, mentre la maggiore perdita osservata in Germania è ascrivibile alla diversa struttura dei partner commerciali. La competitività di prezzo dei prodotti statunitensi è stata influenzata dal rialzo del dollaro, mentre quella dei prodotti giapponesi è nuovamente aumentata, per effetto del ribasso dello yen.

**Tavola 2.6 - Prezzi alla produzione dei prodotti industriali (escluso il raggruppamento energia) nei principali paesi dell'Area dell'euro**

Variazioni in percentuale degli indici, 2010=100

|  | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|------|------|------|------|------|
| <b>Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero</b>                      |      |      |      |      |      |
| Francia  | 1,3  | 2,3  | 0,9  | -0,1 | -0,4 |
| Italia   | 1,0  | 2,7  | 1,2  | -0,2 | 0,0  |
| Germania   | 2,7  | 2,5  | 1,5  | -0,3 | 0,0  |
| Spagna   | 3,4  | 4,2  | 2,1  | -0,9 | -1,3 |
| <b>Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero - area dell'euro</b>     |      |      |      |      |      |
| Francia  | 0,7  | 2,8  | 1,2  | -0,3 | -0,9 |
| Italia   | 1,2  | 3,0  | 0,9  | -0,6 | -0,2 |
| Germania   | 3,1  | 3,0  | 1,1  | 0,0  | -0,4 |
| Spagna   | 3,2  | 4,5  | 1,5  | -0,7 | -1,6 |
| <b>Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato estero - non area dell'euro</b> |      |      |      |      |      |
| Francia  | 1,8  | 1,8  | 0,6  | 0,0  | 0,2  |
| Italia   | 0,9  | 2,4  | 1,5  | 0,1  | 0,2  |
| Germania   | 2,5  | 2,2  | 1,8  | -0,5 | 0,4  |
| Spagna   | 4,4  | 3,7  | 3,5  | -1,2 | -0,7 |
| <b>Prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato interno</b>                     |      |      |      |      |      |
| Francia  | 0,7  | 3,7  | 1,4  | 0,6  | -0,5 |
| Italia   | 1,9  | 3,5  | 1,2  | 0,2  | 0,2  |
| Germania   | 1,6  | 3,5  | 1,2  | 0,3  | 0,0  |
| Spagna   | 1,8  | 4,3  | 1,6  | 0,7  | -0,8 |

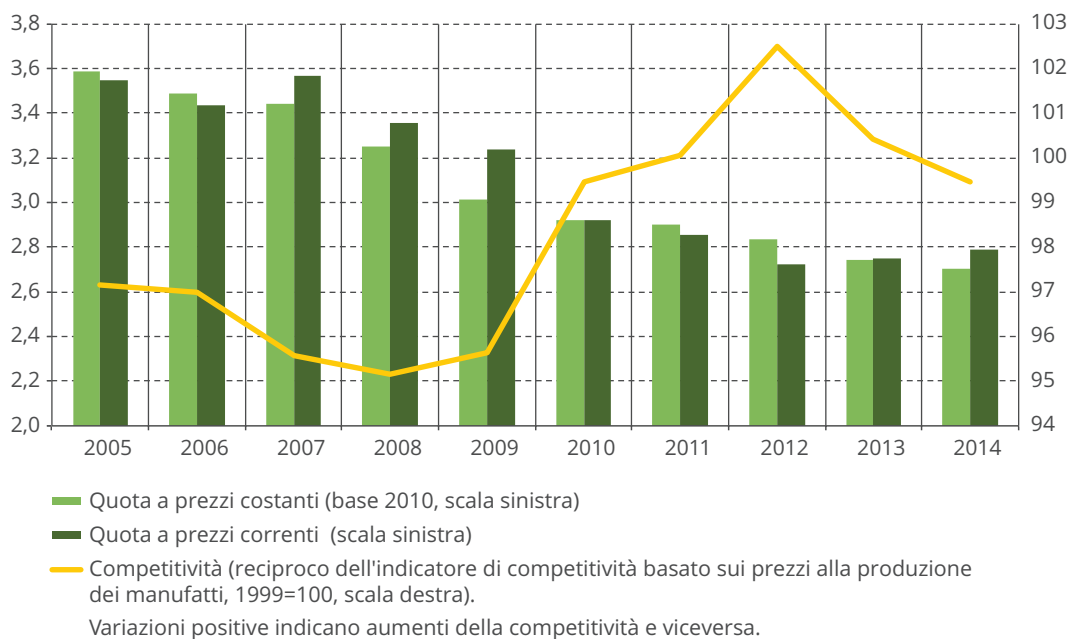
Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

<sup>3</sup> Gli indici di competitività pubblicati dalla Banca d'Italia vengono calcolati rispetto alle valute dei 61 principali partner commerciali. Le relative serie sono state recentemente riviste riflettendo alcuni affinamenti metodologici e il ribasamento dei pesi.

I prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti all'estero hanno conosciuto una sostanziale stabilità in Italia e in Germania, un lieve calo in Francia e una flessione più accentuata in Spagna (tavola 2.6). Per l'Italia la stazionarietà è il risultato di una tendenza contrapposta dei prezzi dei prodotti destinati agli altri paesi dell'Area euro, in lieve calo, rispetto a quelli dei prodotti destinati ai paesi esterni all'area, in lieve aumento. Tale evoluzione potrebbe essere stata dettata da politiche di prezzo differenziate da parte delle imprese, che avrebbero preferito difendere la quota in volume nei mercati di sbocco principali e, al contrario, mantenere i margini di profitto nei mercati più lontani.

**Grafico 2.7 - Competitività e quote di mercato delle esportazioni italiane di merci**

Quote in percentuale e indici



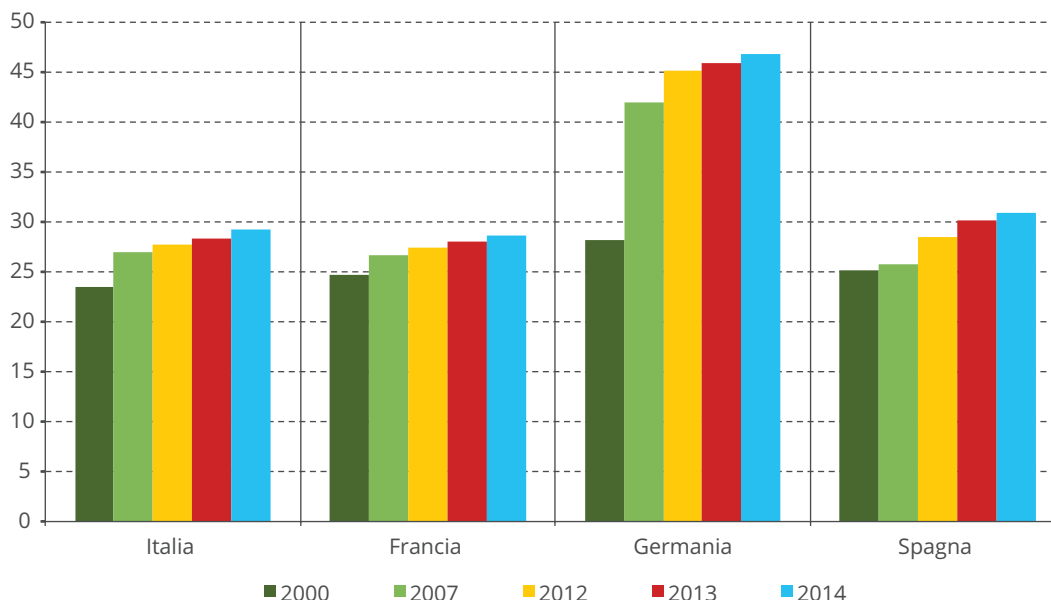
Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia e Omc

Nel 2014 il volume delle esportazioni di beni dell'Italia è aumentato del 2,5 per cento (tavola 2.1), rispetto a una crescita delle esportazioni mondiali del 2,8; ne è derivata una lieve erosione della quota di mercato italiana calcolata a prezzi e cambi costanti. La quota a prezzi correnti è invece cresciuta, consolidandosi su un livello pari al 2,8 per cento, grazie all'impatto nominale dell'apprezzamento dell'euro rispetto alle altre principali valute (grafico 2.7). Le esportazioni italiane di servizi sono risultate in crescita del 3,5 per cento, un tasso inferiore alla media mondiale. La propensione a esportare è nuovamente aumentata, passando dal 28,3 al 29,2 per cento del prodotto interno lordo (grafico 2.8).



### Grafico 2.8 - Propensione all'esportazione nei principali paesi dell'Area dell'euro

Rapporto percentuale tra esportazioni di beni e servizi e prodotto interno lordo, a prezzi 2010



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat ed Eurostat

Secondo i principali previsori, la dinamica delle esportazioni italiane risulterà in crescita nel 2015<sup>4</sup>, nonostante un quadro incerto della domanda internazionale: il commercio mondiale aumenterebbe del 3,7 per cento, condizionato dalla modesta espansione delle economie emergenti.<sup>5</sup>

Le esportazioni italiane di beni sono attese in accelerazione nel secondo trimestre, per gli effetti ritardati sui volumi del deprezzamento del tasso di cambio (effetto *J curve*). Quest'ultimo potrebbe tuttavia tradursi in un ampliamento dei margini di profitto per gli esportatori e solo parzialmente in un recupero di quote di mercato. Il guadagno di competitività delle nostre esportazioni, dovuto all'andamento del tasso di cambio euro-dollaro, è stato in parte attenuato dall'apprezzamento della moneta unica rispetto alle valute di alcuni dei nostri *competitors* come Russia, Giappone e Turchia.

I dati più recenti indicano un aumento tendenziale delle esportazioni di merci nel primo trimestre dell'anno in corso (+3,2 per cento), determinato da un aumento particolarmente accentuato verso i paesi extra-UE, ascrivibile quasi esclusivamente alla domanda proveniente dagli Stati Uniti.

## 2.3 Le importazioni

Nel 2014 le importazioni italiane di beni a prezzi correnti si sono ridotte nel complesso dell'1,6 per cento (tavola 2.4), scendendo a un valore complessivo di 338 miliardi di euro. Questo risultato è interamente da attribuire al comparto energetico, in caduta del 19,5 per cento, al netto del quale si è registrata una ripresa del 2,8 per cento. La riduzione delle importazioni è ascrivibile agli acquisti dai paesi extraeuropei (-5,4 per cento), mentre quelli provenienti dai paesi europei sono cresciuti (+1,3 per cento).

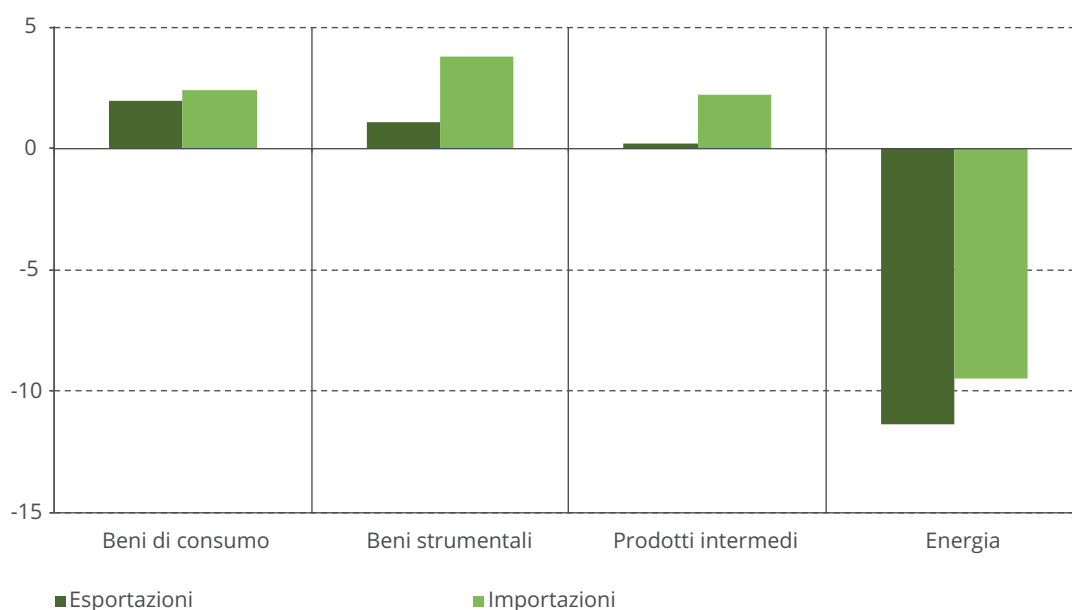
<sup>4</sup> Secondo le previsioni dell'Istat, le esportazioni italiane di beni e servizi dovrebbero crescere del 3,7 per cento nel 2015 e del 4,6 per cento nel 2016. Istat (2015), *Le prospettive per l'economia italiana 2015-2017*. Le stime dell'Ocse indicano una crescita dello 3,4 per cento nel 2015 e del 5,1 per cento nel 2016. Oecd (2015), *Economic Outlook*, June 2015, n. 1.

<sup>5</sup> Secondo l'Fmi, nel 2015 le importazioni di beni e servizi delle economie emergenti dovrebbero crescere del 3,5 per cento e quelle delle economie avanzate del 3,3 per cento. Imf (2015), *World Economic Outlook*, April 2015.

I prezzi all'importazione dei prodotti industriali sono diminuiti dell'1,9 per cento. Il calo dei prezzi dei prodotti energetici, pari al 6,1 per cento, ha riflesso la dinamica delle quotazioni internazionali del petrolio, che nella seconda parte dell'anno sono scese fortemente. Con riferimento ai soli manufatti, i prezzi delle importazioni sono calati dell'1,6 per cento, per effetto di una riduzione nel settore della metallurgia, nell'industria alimentare e nei prodotti derivati dalla raffinazione del petrolio.

**Grafico 2.9 - Commercio estero dell'Italia per principali categorie merceologiche, 2014**

Variazioni percentuali dei volumi sull'anno precedente

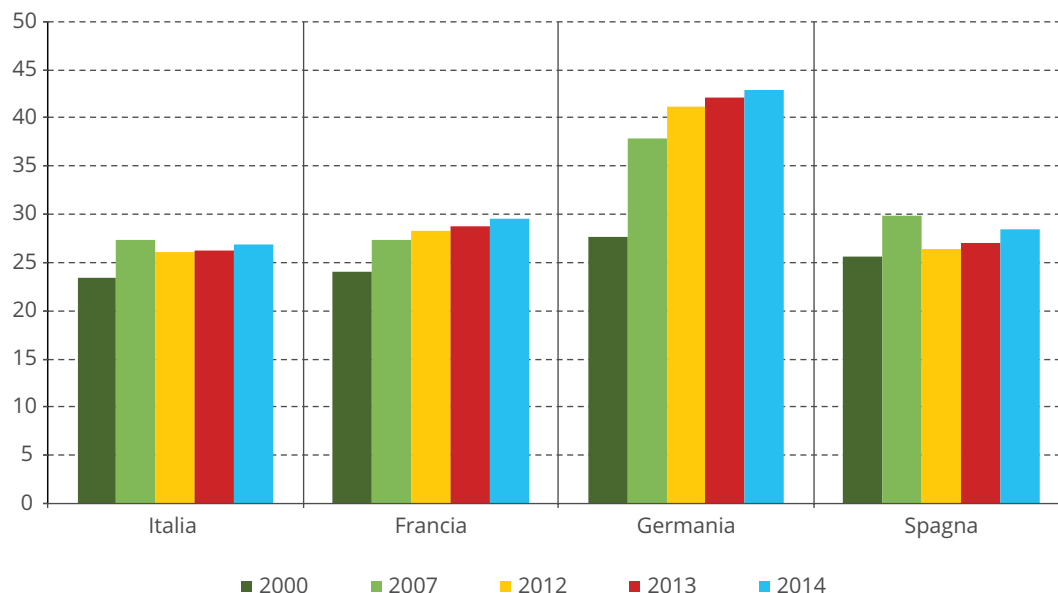


Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Fatta eccezione per il comparto energetico, le importazioni sono cresciute in volume, in particolare quelle di beni di consumo (+2,4 per cento) e strumentali (+3,8 per cento); la ripresa di queste ultime potrebbe rappresentare un segnale positivo per le prospettive dell'attività produttiva (grafico 2.9).

Il grado di penetrazione delle importazioni è aumentato lievemente, per effetto della contemporanea ripresa del volume degli acquisti dall'estero e della riduzione della domanda interna (grafico 2.10). Nonostante l'aumento, il grado di penetrazione delle importazioni dell'Italia è rimasto inferiore a quello dei principali paesi europei, dove è risultato in crescita diffusa, in particolare in Spagna.

**Grafico 2.10 - Grado di penetrazione delle importazioni nei principali paesi dell'Area dell'euro**  
Rapporto percentuale tra importazioni di beni e servizi e domanda nazionale, a prezzi 2010



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat ed Eurostat

Secondo le previsioni, le importazioni dell'Italia dovrebbero accelerare nell'anno in corso.<sup>6</sup> È probabile che il deprezzamento del tasso di cambio orienterà la distribuzione geografica delle importazioni verso i paesi interni all'Area dell'euro. I risultati del primo trimestre mostrano, in linea con le previsioni, una crescita tendenziale delle importazioni del 2,2 per cento, riconducibile all'aumento della domanda di beni provenienti dai paesi europei.

<sup>6</sup> Secondo l'Istat le importazioni di beni e servizi aumenteranno del 2,8 per cento nel 2015 e del 3,8 per cento nel 2016. Istat (2015), *Le prospettive per l'economia italiana 2015-2017*. Le stime dell'Ocse indicano una crescita dello 2,9 per cento nel 2015 e del 3,3 per cento nel 2016. Oecd (2015), *Economic Outlook*, June 2015, n. 1.



### Le quote di mercato dei principali paesi europei: aggiornamento e articolazione della *constant-market-shares analysis*

di Alessia Proietti e Michele Repole\*

Questo approfondimento illustra brevemente i risultati dell'analisi di scomposizione della variazione della quota dell'Italia<sup>1</sup>, a prezzi correnti, sulle importazioni del mondo per il decennio 2005-2014.<sup>2</sup>

1 La formula di scomposizione della quota di un paese della nostra analisi CMS è la seguente:

$$s^t \cdot s^{t-1} = EC + ESM + ESG + EIS + EA$$

in cui S è la quota di mercato aggregata di un paese esportatore e i cinque termini generati dalla sua scomposizione sono:

$$EC = \sum_i \sum_j (s_{ij}^t - s_{ij}^{t-1}) w_{ij}^{t-1}$$

$$ESM = \sum_i (p_i^t - p_i^{t-1}) s_i^{t-1}$$

$$ESG = \sum_j (g_j^t - g_j^{t-1}) s_j^{t-1}$$

$$EIS = \sum_i \sum_j (w_{ij}^t - w_{ij}^{t-1}) s_{ij}^{t-1} - ESM - ESG$$

$$EA = \sum_i \sum_j (s_{ij}^t - s_{ij}^{t-1}) (w_{ij}^t - w_{ij}^{t-1})$$

In queste formule il pedice  $j$  si riferisce a ciascuno degli  $m$  paesi che compongono il mercato d'importazione e il pedice  $i$  a ciascuno degli  $n$  beni importati;  $s_{ij}$  è la quota di mercato detenuta dal paese esportatore sulle importazioni del prodotto  $i^{mo}$  da parte del paese  $j^{mo}$ ;  $w_{ij}$  è il peso relativo delle importazioni del prodotto  $i^{mo}$  da parte del paese  $j^{mo}$  sul totale delle importazioni mondiali;  $p_i$  il peso del bene  $i^{mo}$  sul totale delle importazioni mondiali;  $g_j$  il peso del paese  $j^{mo}$  sul totale delle importazioni mondiali.

L'effetto competitività (EC) rappresenta quindi la media ponderata delle variazioni delle quote elementari in ognuno dei segmenti mercato-prodotto, a parità di struttura della domanda. Si può dire, quindi, che questa parte della variazione della quota riflette i fattori di prezzo e di qualità che determinano la competitività dei prodotti offerti dal paese esportatore.

L'effetto struttura merceologica (ESM) cattura la variazione della quota del paese esportatore dovuta a mutamenti nella sola struttura merceologica della domanda d'importazione (alcuni prodotti acquistano maggior peso a discapito di altri). Questo effetto sarà positivo se i prodotti in cui il paese è maggiormente specializzato (detiene quote relativamente più elevate) acquistano peso sulle importazioni mondiali.

L'effetto struttura geografica (ESG) misura quanta parte della variazione della quota di mercato è il riflesso di cambiamenti intervenuti nella struttura geografica delle importazioni mondiali. A parità di tutte le altre condizioni, la quota di mercato aggregata di un paese migliora se i mercati più dinamici sono quelli verso cui maggiormente si orientano le sue esportazioni (in cui quindi detiene quote più elevate).

L'effetto di interazione strutturale (EIS) descrive il modo in cui si combinano reciprocamente i cambiamenti della struttura geografica e merceologica della domanda ed è positivo quando, a parità di struttura geografica della domanda, aumenta in ciascun mercato il peso relativo dei prodotti in cui il paese esportatore è specializzato e/o quando, a parità di struttura merceologica della domanda, aumenta in ciascun prodotto l'importanza relativa dei mercati in cui il paese esportatore è relativamente più forte.

Infine, l'effetto di adattamento (EA) dipende dalla correlazione tra le variazioni delle quote elementari del paese esportatore e le variazioni dei pesi di ciascun prodotto e mercato sulle importazioni mondiali. Esso cattura quindi la capacità del modello di specializzazione internazionale del paese esportatore di reagire ai cambiamenti intervenuti nella composizione della domanda. In questo senso si può parlare di una misura della flessibilità del sistema.

Per ulteriori approfondimenti si rimanda a: Iapadre L. e Memedovic O., *Industrial Development and the Dynamics of International Specialization Patterns*, UNIDO Research and Statistics Branch, Working Paper 23/2009, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, March 2010.

2 Il "mondo" considerato nell'analisi include i paesi dell'Unione Europea a 28 e i seguenti altri: Argentina, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, Malaysia, Messico, Stati Uniti, Svizzera, Taiwan e Turchia. Nell'analisi vengono prese in considerazione le importazioni disaggregate per un totale di 1.750 prodotti. Si tratta, nel complesso, di circa l'80 per cento del valore del commercio mondiale.

\* I.c.e.



Si presentano, inoltre, le conclusioni di un identico esercizio, per lo stesso arco temporale, riferito alla quota di mercato di Italia, Francia, Germania e Spagna rispetto alle importazioni del mondo dall'Area dell'euro.

**Tavola 1 - Analisi constant-market-shares della quota dell'Italia sulle importazioni del mondo (1)(2)**  
Percentuali sui valori correnti

|                              | 2005        | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2005-2014    |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Quota di mercato</b>      | <b>3,39</b> | <b>3,32</b>  | <b>3,46</b>  | <b>3,33</b>  | <b>3,24</b>  | <b>2,91</b>  | <b>2,88</b>  | <b>2,77</b>  | <b>2,78</b>  | <b>2,86</b>  | -            |
| Variazione assoluta          | -           | -0,07        | 0,14         | -0,13        | -0,09        | -0,33        | -0,03        | -0,11        | 0,01         | 0,08         | -0,53        |
| <b>Effetto competitività</b> |             | <b>0,04</b>  | <b>0,00</b>  | <b>-0,02</b> | <b>-0,07</b> | <b>0,00</b>  | <b>-0,02</b> | <b>0,04</b>  | <b>-0,02</b> | <b>0,00</b>  | <b>-0,05</b> |
| <b>Effetto struttura</b>     |             | <b>-0,10</b> | <b>0,16</b>  | <b>-0,12</b> | <b>-0,01</b> | <b>-0,32</b> | <b>-0,01</b> | <b>-0,12</b> | <b>0,04</b>  | <b>0,10</b>  | <b>-0,37</b> |
| Merceologica                 |             | -0,06        | 0,07         | -0,13        | 0,09         | -0,15        | -0,04        | -0,04        | 0,04         | 0,10         | -0,12        |
| Geografica                   |             | -0,06        | 0,14         | -0,09        | 0,03         | -0,27        | -0,03        | -0,12        | 0,03         | 0,06         | -0,31        |
| Interazione                  |             | 0,03         | -0,05        | 0,10         | -0,13        | 0,09         | 0,06         | 0,05         | -0,03        | -0,06        | 0,06         |
| <b>Effetto adattamento</b>   |             | <b>-0,02</b> | <b>-0,02</b> | <b>0,01</b>  | <b>-0,01</b> | <b>-0,01</b> | <b>0,00</b>  | <b>-0,02</b> | <b>-0,01</b> | <b>-0,02</b> | <b>-0,11</b> |

(1) Il "mondo" è costituito da 42 paesi: i 28 dell'Unione Europea e Argentina, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, Malaysia, Messico, Stati Uniti, Svizzera, Taiwan e Turchia.

(2) L'effetto competitività è la media ponderata delle variazioni delle quote elementari: si può ritenere che esso rifletta i mutamenti nei prezzi relativi e negli altri fattori che determinano il successo concorrenziale; l'effetto struttura dipende dal grado di conformità tra la specializzazione geografica e settoriale del paese di cui si analizza la quota e i cambiamenti nella composizione della domanda del mercato in esame, mentre la flessibilità rispetto a tali cambiamenti è misurata dall'effetto adattamento.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

*Nell'ultimo decennio la quota dell'Italia è diminuita di circa mezzo punto percentuale, passando dal 3,39 al 2,86 per cento delle importazioni mondiali: secondo l'esercizio di scomposizione effettuato, questa flessione complessiva è ascrivibile in primo luogo al modello di specializzazione geo-settoriale e, in particolare, all'orientamento geografico delle esportazioni italiane. L'unico elemento con un segno positivo, che ha attenuato l'impatto negativo della componente strutturale nel suo complesso, è rintracciabile nell'interazione tra distribuzione merceologica e geografica. L'effetto della competitività è risultato fondamentalmente neutrale.*

*Concentrando l'analisi sul 2014, si osserva che la quota dell'Italia è lievemente cresciuta rispetto all'anno precedente. Il contributo più rilevante è provenuto dalla componente strutturale, che per il secondo anno consecutivo ha inciso positivamente sia dal lato merceologico che da quello geografico, in controtendenza rispetto al quinquennio precedente. La maggior dinamicità della domanda di prodotti in cui l'Italia ha tradizionalmente un vantaggio comparato, come quelli alimentari, i mobili, la filiera della pelle e soprattutto la meccanica, e di prodotti di nuova specializzazione quali la farmaceutica, ha contribuito positivamente. L'impatto della componente geografica è risultato positivo grazie alla ripresa dei mercati europei, in cui l'Italia ha quote relativamente più elevate. Per contro, sull'incremento della quota aggregata dell'Italia ha inciso favorevolmente il rallentamento della domanda in alcuni mercati emergenti, ad esempio quello cinese, in cui la posizione dell'Italia è tuttora relativamente debole.*

*L'esercizio di constant-market-shares è stato riprodotto scomponendo rispettivamente la quota italiana, francese, tedesca e spagnola rispetto alle importazioni mondiali dal complesso dell'Area dell'euro.*



## APPROFONDIMENTI

*Nel decennio 2005-2014 l'Italia e, in particolare, la Francia hanno visto contrarsi la propria quota; quella della Spagna è rimasta sostanzialmente stabile, mentre la quota della Germania è cresciuta.*

**Tavola 2 - Analisi constant market shares della quota dell'Italia sulle importazioni del mondo dall'Area dell'euro** <sup>(1)(2)</sup>  
Percentuali sui valori correnti

|                              | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2005-2014    |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Quota di mercato</b>      | <b>11,05</b> | <b>11,04</b> | <b>11,10</b> | <b>11,06</b> | <b>10,64</b> | <b>10,44</b> | <b>10,48</b> | <b>10,58</b> | <b>10,50</b> | <b>10,57</b> |              |
| Variazione assoluta          | -            | 0,00         | 0,06         | -0,04        | -0,42        | -0,19        | 0,04         | 0,11         | -0,09        | 0,07         | -0,48        |
| <b>Effetto competitività</b> |              | <b>0,17</b>  | <b>0,00</b>  | <b>-0,05</b> | <b>-0,24</b> | <b>0,04</b>  | <b>-0,06</b> | <b>0,16</b>  | <b>-0,09</b> | <b>0,03</b>  | <b>-0,04</b> |
| <b>Effetto struttura</b>     |              | <b>-0,12</b> | <b>0,13</b>  | <b>-0,01</b> | <b>-0,16</b> | <b>-0,21</b> | <b>0,11</b>  | <b>0,05</b>  | <b>0,03</b>  | <b>0,13</b>  | <b>-0,04</b> |
| Merceologica                 |              | -0,11        | 0,11         | 0,02         | -0,09        | -0,18        | 0,05         | -0,04        | 0,08         | 0,08         | -0,07        |
| Geografica                   |              | 0,00         | 0,05         | 0,07         | 0,01         | -0,04        | 0,03         | 0,06         | 0,00         | 0,00         | 0,17         |
| Interazione                  |              | -0,02        | -0,03        | -0,10        | -0,07        | 0,01         | 0,03         | 0,04         | -0,05        | 0,04         | -0,14        |
| <b>Effetto adattamento</b>   |              | <b>-0,05</b> | <b>-0,07</b> | <b>0,02</b>  | <b>-0,03</b> | <b>-0,03</b> | <b>-0,01</b> | <b>-0,10</b> | <b>-0,04</b> | <b>-0,09</b> | <b>-0,39</b> |

(1) Vedi nota1, tavola 1.

(2) Vedi nota 2, tavola 1.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

*La quota italiana rispetto ai concorrenti dell'Area dell'euro è diminuita nell'ultimo decennio di circa cinque decimi di punto, al 10,6 per cento. L'analisi mostra che questo calo è stato principalmente determinato dalla scarsa flessibilità delle esportazioni italiane ad adattarsi ai cambiamenti della domanda mondiale (effetto adattamento) rispetto agli altri paesi europei. L'effetto geografico è stato invece nel complesso favorevole, compensando in parte la flessione della quota. Nel 2014 la quota dell'Italia è cresciuta: anche in questo caso la componente che ha trainato il miglioramento è stata quella strutturale. La specializzazione merceologica ha avuto un impatto positivo per il secondo anno consecutivo mentre l'effetto geografico è risultato neutrale. Anche la componente attribuita alla competitività delle merci italiane destinate al mercato estero ha avuto un effetto positivo, sebbene modesto.*

**Tavola 3 - Analisi constant market shares della quota della Francia sulle importazioni del mondo dall'Area dell'euro** <sup>(1)(2)</sup>  
Percentuali sui valori correnti

|                              | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2005-2014    |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Quota di mercato</b>      | <b>13,94</b> | <b>13,71</b> | <b>13,38</b> | <b>13,25</b> | <b>13,32</b> | <b>12,98</b> | <b>12,72</b> | <b>12,68</b> | <b>12,73</b> | <b>12,75</b> |              |
| Variazione assoluta          | -            | -0,23        | -0,33        | -0,12        | 0,07         | -0,34        | -0,26        | -0,04        | 0,05         | 0,02         | -1,19        |
| <b>Effetto competitività</b> |              | <b>-0,32</b> | <b>-0,32</b> | <b>-0,06</b> | <b>-0,28</b> | <b>-0,25</b> | <b>-0,25</b> | <b>-0,09</b> | <b>-0,06</b> | <b>-0,10</b> | <b>-1,74</b> |
| <b>Effetto struttura</b>     |              | <b>0,05</b>  | <b>0,25</b>  | <b>-0,05</b> | <b>0,44</b>  | <b>-0,07</b> | <b>-0,02</b> | <b>0,07</b>  | <b>0,12</b>  | <b>0,12</b>  | <b>0,93</b>  |
| Merceologica                 |              | 0,08         | 0,13         | 0,05         | 0,29         | -0,05        | 0,01         | 0,18         | 0,09         | 0,07         | 0,85         |
| Geografica                   |              | -0,01        | -0,07        | -0,12        | 0,00         | 0,04         | -0,03        | -0,04        | -0,02        | 0,02         | -0,23        |
| Interazione                  |              | -0,01        | 0,18         | 0,02         | 0,15         | -0,06        | 0,01         | -0,07        | 0,06         | 0,03         | 0,30         |
| <b>Effetto adattamento</b>   |              | <b>0,04</b>  | <b>-0,26</b> | <b>-0,01</b> | <b>-0,08</b> | <b>-0,03</b> | <b>0,00</b>  | <b>-0,03</b> | <b>-0,02</b> | <b>0,00</b>  | <b>-0,37</b> |

(1) Vedi nota1, tavola 1.

(2) Vedi nota 2, tavola 1.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica



Tra il 2005 e il 2014 la quota della Francia rispetto agli altri paesi dell'Area ha registrato una forte contrazione, pari a quasi 1,2 punti percentuali. L'effetto negativo della competitività è stato determinante. La componente merceologica ha parzialmente arginato la riduzione della quota: la specializzazione delle esportazioni francesi in settori a elevata intensità di ricerca e sviluppo e a offerta specializzata (prevalentemente aerospaziale, farmaceutica e meccanica) ha giocato un ruolo favorevole. Al contrario, l'orientamento geografico è risultato svantaggioso. Inoltre, anche per la Francia, la scarsa capacità di adattare la propria offerta seguendo le dinamiche della domanda è risultata un fattore negativo. Nell'ultimo anno il rapporto tra le esportazioni francesi e quelle totali dell'Area dell'euro è risultato sostanzialmente stabile. Il contributo complessivo della componente strutturale, con l'apporto più rilevante del fattore merceologico, si è confermato positivo mentre l'effetto competitività è risultato di nuovo sfavorevole.

**Tavola 4 - Analisi *constant market shares* della quota della Germania sulle importazioni del mondo dall'Area dell'euro<sup>1(2)</sup>**  
Percentuali sui valori correnti

|                              | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2005-2014    |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Quota di mercato</b>      | <b>31,91</b> | <b>31,80</b> | <b>32,23</b> | <b>32,07</b> | <b>31,68</b> | <b>31,92</b> | <b>31,96</b> | <b>31,91</b> | <b>31,96</b> | <b>32,29</b> |              |
| Variazione assoluta          | -            | -0,10        | 0,42         | -0,16        | -0,38        | 0,24         | 0,03         | -0,04        | 0,04         | 0,33         | 0,38         |
| <b>Effetto competitività</b> |              | <b>0,03</b>  | <b>0,01</b>  | <b>-0,03</b> | <b>-0,04</b> | <b>-0,17</b> | <b>0,15</b>  | <b>0,07</b>  | <b>0,07</b>  | <b>0,12</b>  | <b>0,21</b>  |
| <b>Effetto struttura</b>     |              | <b>-0,05</b> | <b>0,07</b>  | <b>-0,22</b> | <b>-0,36</b> | <b>0,22</b>  | <b>-0,06</b> | <b>-0,15</b> | <b>-0,05</b> | <b>0,29</b>  | <b>-0,31</b> |
| Merceologica                 |              | -0,06        | 0,38         | -0,30        | -0,23        | 0,17         | -0,07        | -0,32        | 0,01         | 0,24         | -0,18        |
| Geografica                   |              | -0,06        | 0,10         | 0,12         | 0,01         | 0,22         | 0,13         | 0,14         | 0,02         | 0,04         | 0,71         |
| Interazione                  |              | 0,07         | -0,41        | -0,04        | -0,15        | -0,17        | -0,11        | 0,04         | -0,08        | 0,01         | -0,84        |
| <b>Effetto adattamento</b>   |              | <b>-0,09</b> | <b>0,34</b>  | <b>0,09</b>  | <b>0,02</b>  | <b>0,19</b>  | <b>-0,05</b> | <b>0,03</b>  | <b>0,02</b>  | <b>-0,07</b> | <b>0,48</b>  |

(1) Vedi nota 1, tavola 1.

(2) Vedi nota 2, tavola 1.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

La quota della Germania rispetto all'insieme dei paesi dell'Area dell'euro è cresciuta nell'arco del decennio 2005-2014, grazie soprattutto al miglioramento di competitività delle esportazioni tedesche rispetto agli altri concorrenti dell'area. Anche l'orientamento geografico è stato un fattore di successo grazie alla notevole capacità di diversificazione dei mercati di sbocco da parte degli esportatori tedeschi. Al contrario la struttura merceologica e la sua interazione con quella geografica sono risultate complessivamente svantaggiose. Anche nel 2014 la quota della Germania è cresciuta grazie sia al miglioramento di competitività sia alla componente strutturale, su cui ha influito la favorevole specializzazione merceologica delle esportazioni tedesche in controtendenza con gli anni precedenti. Il rilancio della domanda mondiale di autoveicoli intercettata dalla produzione della Germania, primo esportatore mondiale, è stato un fattore decisivo.



**Tavola 5 - Analisi *constant market shares* della quota della Spagna sulle importazioni del mondo dall'Area dell'euro <sup>(1)(2)</sup>**  
Percentuali sui valori correnti

|                              | 2005        | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014        | 2005-2014    |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| <b>Quota di mercato</b>      | <b>6,17</b> | <b>6,12</b>  | <b>6,04</b>  | <b>6,07</b>  | <b>6,13</b>  | <b>6,12</b>  | <b>6,08</b>  | <b>6,08</b>  | <b>6,13</b>  | <b>6,23</b> |              |
| Variazione assoluta          | -           | -0,05        | -0,07        | 0,03         | 0,06         | -0,01        | -0,03        | -0,01        | 0,05         | 0,10        | 0,06         |
| <b>Effetto competitività</b> |             | <b>-0,02</b> | <b>-0,12</b> | <b>0,03</b>  | <b>-0,04</b> | <b>0,04</b>  | <b>0,07</b>  | <b>0,02</b>  | <b>0,03</b>  | <b>0,06</b> | <b>0,08</b>  |
| <b>Effetto struttura</b>     |             | <b>-0,03</b> | <b>-0,01</b> | <b>-0,06</b> | <b>0,05</b>  | <b>-0,07</b> | <b>-0,10</b> | <b>-0,11</b> | <b>-0,01</b> | <b>0,00</b> | <b>-0,35</b> |
| Merceologica                 |             | -0,01        | -0,01        | -0,08        | -0,05        | 0,02         | -0,01        | -0,02        | 0,01         | -0,02       | -0,17        |
| Geografica                   |             | -0,03        | -0,02        | 0,02         | 0,07         | -0,05        | -0,10        | -0,06        | 0,01         | -0,03       | -0,19        |
| Interazione                  |             | 0,01         | 0,03         | -0,01        | 0,03         | -0,04        | 0,02         | -0,03        | -0,04        | 0,05        | 0,00         |
| <b>Effetto adattamento</b>   |             | <b>0,01</b>  | <b>0,06</b>  | <b>0,06</b>  | <b>0,05</b>  | <b>0,02</b>  | <b>-0,01</b> | <b>0,08</b>  | <b>0,04</b>  | <b>0,05</b> | <b>0,34</b>  |

(1) Vedi nota 1, tavola 1.

(2) Vedi nota 2, tavola 1.

Fonte: elaborazioni Ices su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

*Anche la quota della Spagna ha mostrato una lieve espansione nel decennio preso in considerazione, sostenuta dalla capacità competitiva insieme all'attitudine di adattare la propria offerta in base ai mutamenti della domanda nei diversi mercati nel corso degli anni. Il modello di specializzazione e l'orientamento geografico hanno invece pesato negativamente. Nel 2014 la quota spagnola è risultata in crescita grazie, oltre che alla capacità di adattamento, anche al miglioramento di competitività delle esportazioni rispetto agli altri paesi dell'Area dell'euro.*



## Gli scambi con l'estero alla luce del Sec 2010: i servizi di lavorazione

di Paolo Forestieri e Carla Sciuillo\*

*Molte imprese italiane sono integrate in una rete di relazioni che va oltre i confini nazionali ed effettuano le proprie scelte strategiche e di produzione in un contesto fortemente internazionalizzato. L'esigenza di informazioni sulle reti di relazioni internazionali tra sistemi produttivi riscuote sempre maggiore attenzione.<sup>1</sup> La necessità di una gamma informativa più ampia è percepita anche dalle statistiche ufficiali e in questa direzione vanno alcuni cambiamenti introdotti dal nuovo Sistema europeo dei conti (Sec 2010), recepiti nelle stime dei conti nazionali a partire da settembre 2014.<sup>2</sup>*

*Il Sec 2010, per quanto riguarda le modalità di registrazione degli scambi di beni con l'estero, privilegia il criterio del trasferimento della proprietà del bene rispetto a quello del transito fisico. I flussi di beni movimentati con l'estero per subire processi di lavorazione erano in precedenza registrati nelle importazioni e nelle esportazioni di beni, anche in assenza di un trasferimento di proprietà tra unità residenti e non residenti. Secondo i nuovi standard, la merce spedita all'estero o ricevuta dall'estero senza che vi sia un trasferimento di proprietà (è il caso dei flussi di beni connessi alle lavorazioni per conto terzi) è invece esclusa dai flussi con l'estero e solo i relativi servizi di lavorazione sono contabilizzati nei servizi esportati e importati. In definitiva, i flussi di scambio con l'estero sono costituiti dal solo servizio di lavorazione prestato o ricevuto ed escludono i movimenti di merci connessi. La nuova contabilizzazione dei flussi di interscambio con l'estero consente, quindi, una lettura più chiara delle reali relazioni internazionali e della capacità dei paesi di produrre valore aggiunto grazie agli scambi con l'estero. Questa breve analisi descrittiva è relativa al periodo 2011-13.<sup>3</sup>*

*Con l'adozione del Sec 2010, l'Istat ha operato il passaggio dai flussi di esportazioni e importazioni lordi (ossia comprendenti i beni che transitano alle frontiere per essere lavorati) ai flussi netti e la stima separata dei servizi di lavorazione scambiati. La metodologia è basata sull'utilizzo a livello micro dei dati di commercio estero sugli scambi di merci, in combinazione con le segnalazioni a fini fiscali dell'interscambio di servizi, messe in atto da operatori italiani all'interno della UE (Intrastat servizi) e i flussi in quantità di petrolio greggio proveniente dall'estero, con i relativi prodotti petroliferi trasformati in Italia per conto di committenti esteri.*

*Il nuovo processo di stima permette di quantificare l'entità del fenomeno del transito delle merci per lavorazione relativo ai flussi di scambio dei beni con l'estero.<sup>4</sup>*

- ① A tale proposito, si ricorda l'iniziativa congiunta dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse) e della World Trade Organization (Wto) per la costruzione di un database (Trade in Value Added, TiVA) in cui si considera il valore aggiunto per paese nella produzione di beni e servizi esportati, grazie all'utilizzo congiunto di diverse fonti statistiche. Il database è accessibile da <http://stats.oecd.org>.
- ② Regolamento (Ue) n. 549/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 maggio 2014 relativo al Sistema europeo dei conti nazionali e regionali nell'Unione Europea.
- ③ Per un'analisi più approfondita si veda in particolare L. Bracci, S. Fabiani e A. Felettigh, *Trading processing for goods: a different view from the past on Italian trade flows?*, Banca d'Italia, Questioni di economia e finanza, di prossima pubblicazione.
- ④ Si veda in particolare: Istat (2014), *I nuovi conti nazionali in Sec 2010 - Innovazioni e ricostruzione delle serie storiche (1995-2013)*, "Nota Informativa".

Accessibile da <http://www.istat.it/it/archivio/133556>

\* Istat.



**Tavola 1 - Interscambio con l'estero (Sec 2010): rettifiche dovute al trattamento delle merci per lavorazione**  
Milioni di euro

| Flusso                            | Rettifica      |                |                | Valore         |                |                | Rettifica<br>(in percentuale del valore) |             |             |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|-------------|-------------|
|                                   | 2011           | 2012           | 2013           | 2011           | 2012           | 2013           | 2011                                     | 2012        | 2013        |
| <b>Importazioni di beni (Fob)</b> | <b>-12.154</b> | <b>-14.042</b> | <b>-12.474</b> | <b>382.450</b> | <b>360.579</b> | <b>342.948</b> | <b>-3,2</b>                              | <b>-3,9</b> | <b>-3,6</b> |
| <b>Esportazioni di beni (Fob)</b> | <b>-13.814</b> | <b>-14.421</b> | <b>-12.981</b> | <b>363.867</b> | <b>377.407</b> | <b>379.057</b> | <b>-3,8</b>                              | <b>-3,8</b> | <b>-3,4</b> |

Fonte: Istat

*Nella tavola 1 sono riportati, relativamente al periodo 2011-13, la rettifica dovuta al transito delle merci per lavorazione, il valore delle esportazioni e delle importazioni di beni secondo i nuovi standard contabili e l'incidenza percentuale della rettifica sui rispettivi flussi di beni. I dati indicano che l'incidenza degli scambi di merci per lavorazione è piuttosto stabile negli anni considerati assumendo, quindi, un carattere strutturale. Le rettifiche relative alle importazioni incidono per circa il 3,6 per cento del totale delle importazioni, mentre quelle riguardanti le esportazioni pesano per circa il 3,7 per cento, nella media dei tre anni. È necessario osservare che le rettifiche incorporano due componenti differenti: le merci importate per lavorazione e quelle reimportate dopo lavorazione (simmetricamente per le esportazioni). Quindi, il confronto fornisce una misura dell'entità del transito di merci per lavorazione, ma non la direzione dei transiti stessi.*

*Al di là della dimensione dei flussi di merci spostate per lavorazioni all'estero, che può derivare da modelli di internazionalizzazione molto diversi, un elemento centrale messo in luce dalle nuove informazioni disponibili è quello del valore dei servizi di lavorazione importati ed esportati.*

**Tavola 2 - Servizi di lavorazione**

Milioni di euro

| Flusso              | Servizi di lavorazione |              |              | Peso percentuale sul totale<br>dei servizi |            |            |
|---------------------|------------------------|--------------|--------------|--|------------|------------|
|                     | 2011                   | 2012         | 2013         | 2011                                       | 2012       | 2013       |
| <b>Importazioni</b> | <b>2.119</b>           | <b>2.046</b> | <b>2.006</b> | <b>3,1</b>                                 | <b>3,0</b> | <b>3,0</b> |
| <b>Esportazioni</b> | <b>2.751</b>           | <b>2.780</b> | <b>2.617</b> | <b>5,8</b>                                 | <b>5,4</b> | <b>5,1</b> |

Fonte: Istat e Banca d'Italia

*I dati aggregati (tavola 2) forniscono un'indicazione sia del valore sia del peso dei servizi di lavorazione scambiati con l'estero sul totale dei servizi esportati e importati.<sup>5</sup> Da essi emerge che la struttura produttiva del paese prevede reciproci scambi di servizi di lavorazione con altri sistemi economici geograficamente distinti per la realizzazione di prodotti finiti, sia come importazioni sia come esportazioni, ma con una prevalenza del secondo flusso.*

*Per comprendere quali siano i processi industriali interessati dall'uso o dalla fornitura di servizi di lavorazione è utile considerare i principali flussi importati ed esportati, utilizzando la classificazione statistica dei prodotti associata alle attività nella Comunità economica europea (Cpa 2008) a due cifre, evidenziando le tipologie prevalenti per valore.<sup>6</sup>*

<sup>5</sup> Si considera il totale dei servizi Fob al netto dei consumi degli italiani all'estero e degli stranieri in Italia.

<sup>6</sup> La classificazione statistica dei prodotti associata alle attività nella Comunità economica europea è consultabile in: <http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/>. I dati con il dettaglio proposto nella tavola 3 e nella tavola 4 non sono pubblici, ma derivano da una nostra elaborazione su microdati Istat.

### Tavola 3 - Servizi di lavorazione importati

Milioni di euro

| Prodotti  | 2011         | 2012         | 2013         |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Calzature                                       | 568          | 564          | 497          |
| Articoli di abbigliamento                       | 382          | 307          | 342          |
| Prodotti in metallo esclusi macchine e impianti | 248          | 222          | 349          |
| Altro   | 921          | 953          | 818          |
| <b>Totale</b>                                   | <b>2.119</b> | <b>2.046</b> | <b>2.006</b> |

Fonte: Istat

La tavola 3 riporta l'ammontare dei servizi di lavorazione per prodotto importato: nel periodo considerato i servizi relativi alle calzature e all'abbigliamento rappresentano una quota rilevante, pari ad almeno il 42 per cento del totale. Sommando a essi la terza tipologia per ordine di importanza (lavorazione su prodotti in metallo esclusi macchine e impianti) si raggiunge un'incidenza dell'ordine del 55 per cento, che segnala una concentrazione abbastanza spiccata dei servizi importati nei tre settori citati.

I servizi di lavorazione relativi alle prime due tipologie di beni sono a basso contenuto tecnologico e alta intensità di lavoro; ciò fa ritenere che l'invio all'estero per lavorazione, almeno in questi casi, risponda alla logica della riduzione dei costi di produzione, soprattutto del costo del lavoro.

### Tavola 4 - Servizi di lavorazione esportati

Milioni di euro

| Prodotti   | 2011         | 2012         | 2013         |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici | 759          | 818          | 648          |
| Prodotti petroliferi raffinati                         | 485          | 628          | 643          |
| Metalli preziosi                                       | 209          | 274          | 207          |
| Prodotti in metallo esclusi macchine e impianti        | 237          | 245          | 238          |
| Altro  | 1.062        | 815          | 881          |
| <b>Totale</b>  | <b>2.751</b> | <b>2.780</b> | <b>2.617</b> |

Fonte: Istat

I servizi di lavorazione esportati (tavola 4) si concentrano, invece, sui prodotti farmaceutici e sui prodotti petroliferi, che insieme pesano per circa il 49 per cento sul totale in media nei tre anni. Le lavorazioni su queste tipologie di prodotto richiedono l'utilizzo di tecniche di produzione e impianti ad alto contenuto tecnologico. Tali esportazioni non sono mosse, quindi, dal risparmio in termini di costo del lavoro, ma dalla capacità di effettuare lavorazioni complesse.

Il quadro appena delineato è centrato su un ristretto insieme di informazioni sull'esportazione e l'importazione di servizi di lavorazione che, tuttavia, evidenzia il complesso sistema delle relazioni internazionali tra imprese e sistemi produttivi.





**LE AREE E I PAESI**





### 3.1 Gli scambi di merci\*

L'ulteriore allargamento del surplus commerciale verso valori record registrato dall'Italia nel 2014 emerge da dinamiche geograficamente eterogenee, che vedono una ripresa dell'interscambio con le aree avanzate, in primis Unione Europea e America settentrionale, a fronte di criticità, per lo più di carattere geopolitico, che hanno minato la crescita interna e il commercio estero di aree sottoposte a forti tensioni, quali l'Africa settentrionale, il Medio Oriente e, tra i paesi europei non-UE, la Russia (tavola 3.1). In rallentamento sono risultati anche gli scambi con l'America centro-meridionale, risentendo delle difficoltà attraversate dalle principali economie di quest'area. La caduta delle quotazioni del petrolio e delle materie prime energetiche ha condotto al miglioramento dei saldi commerciali nei confronti dei paesi fornitori, contribuendo in misura significativa all'ampliamento dell'attivo italiano con l'estero.

Il maggiore contributo all'incremento del saldo è venuto dall'Unione Europea<sup>1</sup>, nel 2014 tornata prepotentemente ad accrescere il proprio peso sull'export italiano. Il saldo positivo (+14,8 miliardi), si è ampliato grazie all'accelerazione delle esportazioni (+3,8 per cento) che ha consentito di più che compensare la ripresa delle importazioni, tornate a crescere (+1,4 per cento) dopo una sostanziale stagnazione nell'ultimo quinquennio. In quest'area si notano i venti di ripresa dell'economia, dal momento che le esportazioni sono cresciute pressoché in tutti i principali mercati, ad eccezione di una lieve contrazione registrata in Francia, paese i cui acquisti dall'estero sono debolmente calati a livello globale. A livello aggregato le esportazioni dell'Italia verso l'area hanno sfiorato i 218 miliardi di euro, con un peso che ha superato il livello del 2012, invertendo la tendenza discendente in corso da oltre un decennio.

Il primo partner nell'area si conferma la Germania, con cui si va lentamente riducendo il passivo commerciale, in virtù di una crescita delle esportazioni più marcata di quella delle importazioni. Il deficit, pari a 4,5 miliardi di euro, si è tuttavia mantenuto tra i più significativi, attestandosi al 5° posto della graduatoria dei principali passivi commerciali dell'Italia. L'interscambio con la Germania ha accelerato la sua crescita su entrambi i lati.

\* Capitolo redatto da Donata Dionisi (Ice) con la supervisione di Sergio de Nardis (Nomisma).

**Tavola 3.1 - Scambi di merci dell'Italia per aree e principali paesi**

Valori in milioni di euro

| Aree e paesi                      | Esportazioni   |              |                             |                               | Importazioni   |              |                             |                               | Saldi         |               |
|-----------------------------------|----------------|--------------|-----------------------------|-------------------------------|----------------|--------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
|                                   | 2014           | Peso %       | Var. % dei valori 2013/2014 | Tcma <sup>(1)</sup> 2010/2014 | 2014           | Peso %       | Var. % dei valori 2013/2014 | Tcma <sup>(1)</sup> 2010/2014 | 2013          | 2014          |
| <b>Unione Europea</b>             | <b>217.721</b> | <b>54,7</b>  | <b>3,8</b>                  | <b>2,7</b>                    | <b>202.896</b> | <b>57,1</b>  | <b>1,4</b>                  | <b>0,0</b>                    | <b>9.661</b>  | <b>14.825</b> |
| Francia                           | 42.014         | 10,6         | -0,6                        | 1,7                           | 30.646         | 8,6          | 0,4                         | -1,2                          | 11.778        | 11.368        |
| Germania                          | 50.060         | 12,6         | 3,3                         | 3,4                           | 54.618         | 15,4         | 2,5                         | -1,9                          | -4.826        | -4.559        |
| Regno Unito                       | 20.907         | 5,3          | 6,7                         | 4,4                           | 10.071         | 2,8          | 4,1                         | 0,1                           | 9.921         | 10.837        |
| Spagna                            | 17.944         | 4,5          | 4,5                         | -2,2                          | 17.035         | 4,8          | 4,2                         | 0,4                           | 812           | 909           |
| <b>Paesi europei non UE</b>       | <b>46.993</b>  | <b>11,8</b>  | <b>-7,2</b>                 | <b>5,1</b>                    | <b>40.131</b>  | <b>11,3</b>  | <b>-8,3</b>                 | <b>2,5</b>                    | <b>6.835</b>  | <b>6.862</b>  |
| Russia                            | 9.523          | 2,4          | -11,6                       | 4,8                           | 16.164         | 4,6          | -20,0                       | 2,5                           | -9.426        | -6.641        |
| Svizzera                          | 19.074         | 4,8          | -6,4                        | 4,8                           | 10.534         | 3,0          | -1,0                        | 0,8                           | 9.744         | 8.540         |
| Turchia                           | 9.755          | 2,5          | -3,3                        | 5,0                           | 5.705          | 1,6          | 3,6                         | 2,6                           | 4.579         | 4.050         |
| <b>Africa settentrionale</b>      | <b>14.038</b>  | <b>3,5</b>   | <b>-4,7</b>                 | <b>1,2</b>                    | <b>13.680</b>  | <b>3,9</b>   | <b>-28,7</b>                | <b>-14,1</b>                  | <b>-4.461</b> | <b>358</b>    |
| <b>Altri paesi africani</b>       | <b>6.207</b>   | <b>1,6</b>   | <b>8,9</b>                  | <b>8,7</b>                    | <b>7.589</b>   | <b>2,1</b>   | <b>-1,7</b>                 | <b>7,5</b>                    | <b>-2.020</b> | <b>-1.382</b> |
| <b>America settentrionale</b>     | <b>32.904</b>  | <b>8,3</b>   | <b>9,4</b>                  | <b>9,7</b>                    | <b>14.968</b>  | <b>4,2</b>   | <b>13,9</b>                 | <b>4,3</b>                    | <b>16.930</b> | <b>17.936</b> |
| Stati Uniti                       | 29.802         | 7,5          | 10,2                        | 10,0                          | 12.495         | 3,5          | 8,3                         | 2,9                           | 15.512        | 17.307        |
| <b>America centro-meridionale</b> | <b>13.921</b>  | <b>3,5</b>   | <b>-4,6</b>                 | <b>5,8</b>                    | <b>9.516</b>   | <b>2,7</b>   | <b>6,0</b>                  | <b>-1,0</b>                   | <b>5.608</b>  | <b>4.405</b>  |
| Argentina                         | 1.032          | 0,3          | -5,0                        | 2,2                           | 883            | 0,2          | 7,3                         | -9,1                          | 264           | 150           |
| Brasile                           | 4.696          | 1,2          | -7,5                        | 4,9                           | 3.101          | 0,9          | -3,4                        | -1,6                          | 1.865         | 1.595         |
| Messico                           | 3.080          | 0,8          | -6,2                        | 4,7                           | 1.202          | 0,3          | 31,9                        | 17,9                          | 2.372         | 1.878         |
| <b>Medio Oriente</b>              | <b>19.867</b>  | <b>5,0</b>   | <b>-0,6</b>                 | <b>5,3</b>                    | <b>16.579</b>  | <b>4,7</b>   | <b>-17,9</b>                | <b>-5,7</b>                   | <b>-207</b>   | <b>3.289</b>  |
| Arabia Saudita                    | 4.824          | 1,2          | 7,6                         | 15,9                          | 4.191          | 1,2          | -23,8                       | 6,7                           | -1.018        | 633           |
| Emirati Arabi Uniti               | 5.316          | 1,3          | -3,5                        | 9,6                           | 628            | 0,2          | -51,7                       | 8,7                           | 4.208         | 4.688         |
| <b>Asia centrale</b>              | <b>5.082</b>   | <b>1,3</b>   | <b>3,4</b>                  | <b>-2,7</b>                   | <b>9.109</b>   | <b>2,6</b>   | <b>-6,5</b>                 | <b>4,0</b>                    | <b>-4.828</b> | <b>-4.027</b> |
| India                             | 3.041          | 0,8          | 2,4                         | -2,7                          | 4.159          | 1,2          | 4,7                         | 2,1                           | -1.003        | -1.118        |
| <b>Asia orientale</b>             | <b>33.944</b>  | <b>8,5</b>   | <b>4,9</b>                  | <b>8,5</b>                    | <b>38.892</b>  | <b>11,0</b>  | <b>7,1</b>                  | <b>-3,2</b>                   | <b>-3.956</b> | <b>-4.948</b> |
| Cina                              | 10.494         | 2,6          | 6,6                         | 5,1                           | 25.055         | 7,1          | 8,6                         | -3,4                          | -13.228       | -14.560       |
| Corea del Sud                     | 4.161          | 1,0          | 10,0                        | 13,4                          | 2.343          | 0,7          | -0,7                        | -5,9                          | 1.424         | 1.819         |
| Giappone                          | 5.364          | 1,3          | -10,9                       | 7,5                           | 2.705          | 0,8          | 5,4                         | -10,9                         | 3.457         | 2.659         |
| <b>Oceania</b>                    | <b>4.154</b>   | <b>1,0</b>   | <b>-4,5</b>                 | <b>7,2</b>                    | <b>917</b>     | <b>0,3</b>   | <b>-6,7</b>                 | <b>-6,0</b>                   | <b>3.369</b>  | <b>3.237</b>  |
| <b>Altri territori</b>            | <b>3.167</b>   | <b>0,8</b>   | <b>2,4</b>                  | <b>9,6</b>                    | <b>838</b>     | <b>0,2</b>   | <b>5,4</b>                  | <b>6,4</b>                    | <b>2.299</b>  | <b>2.328</b>  |
| <b>Mondo</b>                      | <b>397.996</b> | <b>100,0</b> | <b>2,0</b>                  | <b>4,2</b>                    | <b>355.115</b> | <b>100,0</b> | <b>-1,6</b>                 | <b>-0,8</b>                   | <b>29.230</b> | <b>42.882</b> |

(1) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Per quanto riguarda le esportazioni, gli aumenti maggiori sono stati conseguiti dai settori quantitativamente più rilevanti, come la meccanica, la chimica e gli alimentari; si è inoltre interrotta la contrazione del settore metallurgico, primo per importanza.

Si è invece lievemente ridotto l'avanzo commerciale registrato con la Francia, nostro secondo fornitore di merci, che tuttavia permane tra i più rilevanti, con oltre 11,3 miliardi di euro. La debole dinamica delle esportazioni verso tale economia si iscrive, come già rilevato, in un generale ridimensionamento dei suoi acquisti dall'estero. A risentirne, nel caso italiano, sono state soprattutto le vendite di macchinari e di prodotti della metallurgia, tra i principali settori per l'interscambio.

Infine è migliorato sia il saldo registrato nei confronti del Regno Unito, anch'esso sul podio dei più elevati avanzi commerciali, sia quello nei confronti della Spagna. In entrambi i casi è aumentato l'interscambio complessivo, con tassi di crescita sostenuti sia per l'import che per l'export, a fronte di medie dell'ultimo quinquennio decisamente più contenute, soprattutto per quanto riguarda le esportazioni verso la Spagna, frenate dalla crisi della sua domanda interna.

L'altra area che ha contribuito significativamente al miglioramento del surplus è l'America settentrionale, verso cui l'export è stato trascinato dalla robusta ripresa statunitense. L'avanzo commerciale nei confronti dell'area è il più ampio registrato dall'Italia lo scorso anno e gli Stati Uniti sono il paese leader della graduatoria dei saldi attivi. Tuttavia, anche le importazioni dall'area hanno fatto registrare tassi di crescita sostenuti. Nel caso statunitense, le esportazioni italiane sono state dominate dal settore della meccanica, giunta a costituire oltre un quinto del totale.

Il tradizionale saldo positivo verso la parte centro-meridionale del continente americano si è marginalmente ridotto, come risultato di una flessione delle esportazioni a fronte di un incremento dell'import. La riduzione delle vendite dell'Italia in questa regione è avvenuta in un quadro di contrazione della domanda dall'estero delle maggiori economie dell'area, in particolare Brasile e Argentina. Il Messico, nonostante il deprezzamento della propria moneta, ha incrementato l'import, ma non dall'Italia. L'andamento negativo del 2014, tuttavia, non ha compromesso l'ottima performance conseguita nell'ultimo quinquennio dall'export italiano verso l'area, cresciuto a un tasso medio annuo del 5,8 per cento.

È invece risultato sostanzialmente invariato il saldo con i paesi europei non UE, seconda area per importanza nell'interscambio dell'Italia, a seguito di una parallela contrazione di entrambi i flussi commerciali. Particolarmente significativa è stata la diminuzione degli scambi con la Russia, le cui vicissitudini con l'Ucraina hanno determinato un deterioramento dei rapporti politici ed economici. Più che le sanzioni dei paesi occidentali (che hanno colpito essenzialmente il settore della tecnologia militare e quello finanziario) a minare l'interscambio sono state le contro-sanzioni imposte da Mosca, concentrate nel sistema moda e nell'agroalimentare, e accanto a ciò, il notevole deprezzamento del rublo, che ha compromesso la capacità di assorbimento di merci italiane in diversi settori. Nel sistema moda, le cui esportazioni venivano assorbite per circa il 5 per cento dal dinamico mercato russo, la contrazione delle vendite è stata del 16 per cento. Nell'agroalimentare il peso del mercato russo per le vendite di prodotti italiani è più limitato (2,1 per cento). Le sanzioni di Mosca hanno riguardato prodotti che costituivano nel 2013 il 20 per cento delle esportazioni del settore verso la Russia; ne è derivato un freno alle vendite del settore, dopo la crescita considerevole registrata negli anni precedenti. Per quanto concerne le importazioni, la generale caduta delle quotazioni energetiche ha determinato un drastico crollo degli acquisti italiani nei settori dei prodotti delle miniere e delle cave, da solo responsabile dei 2/3 dell'import italiano dalla Russia, e del

<sup>1</sup> La Croazia è diventata il 28° membro dell'Unione Europea dal primo luglio 2014.

coke e prodotti petroliferi raffinati. L'unico settore ad aver mantenuto un tasso di crescita positivo è stato la metallurgia, terzo per rilevanza sull'import da Mosca.

Nell'area dei paesi europei non UE si è contratto anche l'interscambio con la Svizzera, tradizionalmente incentrato sul settore farmaceutico e dei metalli di base preziosi. Malgrado ciò, la Confederazione elvetica è rimasta al quarto posto della graduatoria dei principali avanzi commerciali, confermandosi come il settimo partner commerciale. Inoltre la Turchia, decimo mercato di sbocco per le merci italiane, dopo un quinquennio di sostenuta crescita sia dell'export che dell'import, ha fatto registrare una battuta d'arresto degli acquisti dall'Italia. Il dato si iscrive tuttavia in una più generale contrazione delle importazioni di tale economia dal mondo, cui non è estraneo il deprezzamento subito dalla lira turca nel corso dell'ultimo anno e mezzo.

Uno dei cambiamenti più rilevanti nella distribuzione geografica del commercio estero dell'Italia nel 2014 è stato il passaggio da un deficit a un surplus dell'interscambio con i paesi dell'Africa settentrionale, tradizionali fornitori di materie prime energetiche. Il valore delle importazioni italiane di gas naturale dall'area si è ridotto del 50,3 per cento (con la singolare eccezione della Libia, da cui ha continuato ad aumentare) e quello di petrolio greggio del 23 per cento, anche per effetto dell'eccezionale ribasso delle quotazioni. L'interscambio con questi paesi è stato condizionato negativamente anche dalle tensioni politiche che coinvolgono da qualche anno ormai soprattutto la Libia, fino al 2011 primo partner commerciale nell'area. Le esportazioni italiane si sono tuttavia ridotte non solo in Libia, ma anche, benché in misura inferiore, in Marocco e in Egitto.

Dinamiche simili hanno caratterizzato l'interscambio con il Medio Oriente, in cui è emerso un consistente saldo positivo. Le esportazioni verso l'area hanno subito una lieve battuta d'arresto (-0,6 per cento), quasi completamente ascrivibile al segno meno riportato nel settore della meccanica, che corrisponde a oltre un quarto delle vendite italiane verso l'area. Tuttavia si è drasticamente contratto il valore dell'import, anche qui, come nel Nord Africa, concentrato nel settore dei prodotti estrattivi (che copre poco meno dell'80 per cento delle vendite dell'area verso il nostro paese). Nella regione, se gli Emirati Arabi Uniti costituiscono la più rilevante economia di destinazione dei nostri prodotti, il primo partner commerciale è l'Arabia Saudita, in virtù di un peso molto maggiore sull'import, mantenuto malgrado la sua forte contrazione (-23,8 per cento).

È leggermente migliorato anche il saldo con l'Africa sub-sahariana, area con cui l'interscambio si è rivelato tra i più dinamici in termini di tassi di crescita medi dal 2010. La riduzione del disavanzo è derivata dalla contrazione del valore degli acquisti italiani di materie prime, per lo più ascrivibile al petrolio greggio. Nella fornitura di questo prodotto resta dominante il ruolo della Nigeria, ma è aumentata l'importanza di Angola, Ghana, Repubblica del Congo e, in misura marginale, anche di Gabon e Camerun.

I disavanzi commerciali più elevati sono stati registrati, come negli anni passati, in Asia. Tuttavia, il disavanzo con l'Asia centrale si è contratto in forza di una ripresa delle esportazioni italiane, manifestatasi anche nella maggior economia dell'area, l'India (verso cui le vendite sono aumentate del 2,4 per cento), dopo un quinquennio di difficoltà. Al miglioramento del saldo ha contribuito anche il marcato decremento delle importazioni, quasi completamente spiegato, anche in questo caso, con la flessione degli acquisti di petrolio, sia greggio che raffinato, di cui il Kazakistan è tra i principali fornitori italiani.



In controtendenza rispetto alla maggior parte delle aree, è invece aumentato il deficit commerciale nei confronti dell'Asia orientale, e in particolare quello con la Cina, che ha superato i 14,5 miliardi di euro. Nel 2014 entrambi i flussi di interscambio sono tornati a crescere, innalzando l'incidenza della Cina non solo come fonte di approvvigionamento (il suo peso sull'import italiano è infatti passato dal 6,4 per cento al 7,1 per cento), ma anche come mercato di sbocco, verso cui si guarda con crescente interesse per il progressivo ampliamento della classe media. L'interscambio commerciale con le altre economie asiatiche è cresciuto malgrado la frenata dal lato dell'import. Le esportazioni hanno continuato a crescere rapidamente verso la Corea del Sud, ma hanno subito una netta flessione verso il Giappone. È peggiorato leggermente anche il saldo positivo con l'Oceania, la cui economia dominante, l'Australia, ha ridotto complessivamente i flussi di scambio con l'Italia. L'avanzo commerciale con questo paese permane tra i più rilevanti, ma le esportazioni hanno registrato una contrazione, riconducibile al settore della meccanica, malgrado il buon andamento degli altri tradizionali settori di specializzazione italiana, quali alimentari e sistema moda.

**Tavola 3.2 - I primi 10 avanzi e disavanzi commerciali dell'Italia**

Valori in milioni di euro

| Avanzi              | Posizione 2013 | Saldi  |        | Variazione assoluta 2013-14 | Saldo normalizzato 2014 |
|---------------------|----------------|--------|--------|-----------------------------|-------------------------|
|                     |                | 2013   | 2014   |                             |                         |
| Stati Uniti         | 1              | 15.512 | 17.307 | 1.795                       | 40,9                    |
| Francia             | 2              | 11.778 | 11.368 | -410                        | 15,6                    |
| Regno Unito         | 3              | 9.921  | 10.837 | 916                         | 35,0                    |
| Svizzera            | 4              | 9.744  | 8.540  | -1.204                      | 28,8                    |
| Hong Kong           | 6              | 4.509  | 5.230  | 721                         | 91,4                    |
| Emirati Arabi Uniti | 7              | 4.208  | 4.688  | 480                         | 78,9                    |
| Turchia             | 5              | 4.579  | 4.050  | -529                        | 26,2                    |
| Polonia             | 10             | 2.758  | 3.164  | 406                         | 18,1                    |
| Australia           | 9              | 3.165  | 3.094  | -71                         | 75,2                    |
| Giappone            | 8              | 3.457  | 2.659  | -798                        | 33,0                    |

| Disavanzi   | Posizione 2013 | Saldi   |         | Variazione assoluta 2013-14 | Saldo normalizzato 2013 |
|-------------|----------------|---------|---------|-----------------------------|-------------------------|
|             |                | 2013    | 2014    |                             |                         |
| Cina        | 1              | -13.228 | -14.560 | -1.332                      | -41,0                   |
| Paesi Bassi | 2              | -11.616 | -10.348 | 1.268                       | -35,8                   |
| Russia      | 3              | -9.426  | -6.641  | 2.785                       | -25,9                   |
| Azerbaigian | 4              | -6.376  | -4.892  | 1.484                       | -80,4                   |
| Germania    | 5              | -4.826  | -4.559  | 267                         | -4,4                    |
| Libia       | 6              | -5.245  | -2.334  | 2.911                       | -34,6                   |
| Iraq        | 11             | -1.684  | -2.255  | -571                        | -53,7                   |
| Belgio      | 7              | -3.599  | -1.898  | 1.701                       | -6,7                    |
| Kazakistan  | 8              | -2.956  | -1.717  | 1.240                       | -54,9                   |
| Irlanda     | 9              | -2.253  | -1.621  | 632                         | -43,0                   |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

A seguito delle dinamiche appena descritte, la graduatoria dei principali avanzi e disavanzi commerciali italiani nel 2014 ha riportato cambiamenti limitati (tavola 3.2). Oltre ai paesi appena citati, va segnalata la presenza, per quanto concerne gli avanzi, di Hong Kong, con cui si è ulteriormente ampliato il surplus nell'ultimo anno, tanto da raggiungere il quinto posto tra quelli più elevati (era sesto nel 2013). L'altro paese ad aver compiuto un balzo in avanti è la Polonia, dal decimo all'ottavo posto, in virtù di un tasso di crescita dell'export italiano sostenuto e superiore a quello dell'import. Sono, invece, arretrati rispetto alle posizioni occupate nel 2013 l'attivo nei confronti della Turchia (dal quinto al settimo posto) e quello rispetto al Giappone (dall'ottava alla decima posizione).

**Tavola 3.3 - I primi 20 paesi di provenienza delle importazioni italiane**

Valori in milioni di euro

| Paesi |                 | Posizione | Valori         | Variazioni % | Pesi percentuali |              | Percentuale cumulata |
|-------|-----------------|-----------|----------------|--------------|------------------|--------------|----------------------|
|       |                 | 2013      | 2014           | 2013/14      | 2013             | 2014         | 2014                 |
| 1     | Germania        | 1         | 54.618         | 2,5          | 14,8             | 15,4         | 15,4                 |
| 2     | Francia         | 2         | 30.646         | 0,4          | 8,5              | 8,6          | 24,0                 |
| 3     | Cina            | 3         | 25.055         | 8,6          | 6,4              | 7,1          | 31,1                 |
| 4     | Paesi Bassi     | 4         | 19.634         | -5,1         | 5,7              | 5,5          | 36,6                 |
| 5     | Spagna          | 6         | 17.035         | 4,2          | 4,5              | 4,8          | 41,4                 |
| 6     | Russia          | 5         | 16.164         | -20,0        | 5,6              | 4,6          | 45,9                 |
| 7     | Belgio          | 7         | 15.115         | 0,6          | 4,2              | 4,3          | 50,2                 |
| 8     | Stati Uniti     | 8         | 12.495         | 8,3          | 3,2              | 3,5          | 53,7                 |
| 9     | Svizzera        | 9         | 10.534         | -1,0         | 2,9              | 3,0          | 56,7                 |
| 10    | Regno Unito     | 10        | 10.071         | 4,1          | 2,7              | 2,8          | 59,5                 |
| 11    | Austria         | 11        | 8.462          | -4,4         | 2,5              | 2,4          | 61,9                 |
| 12    | Polonia         | 14        | 7.160          | 8,0          | 1,8              | 2,0          | 63,9                 |
| 13    | Romania         | 18        | 5.735          | 10,5         | 1,4              | 1,6          | 65,5                 |
| 14    | Turchia         | 16        | 5.705          | 3,6          | 1,5              | 1,6          | 67,1                 |
| 15    | Azerbaigian     | 13        | 5.487          | -20,4        | 1,9              | 1,5          | 68,7                 |
| 16    | Repubblica Ceca | 19        | 4.878          | 9,3          | 1,2              | 1,4          | 70,1                 |
| 17    | Libia           | 12        | 4.543          | -43,9        | 2,2              | 1,3          | 71,3                 |
| 18    | Arabia Saudita  | 17        | 4.191          | -23,8        | 1,5              | 1,2          | 72,5                 |
| 19    | India           | 20        | 4.159          | 4,6          | 1,1              | 1,2          | 73,7                 |
| 20    | Ungheria        | 21        | 4.066          | 5,0          | 1,1              | 1,1          | 74,8                 |
|       | Resto del mondo |           | 89.361         |              |                  | 25,2         | 100,0                |
|       | <b>Mondo</b>    |           | <b>355.115</b> | <b>-1,6</b>  | <b>100,0</b>     | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>         |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Nella graduatoria dei principali deficit commerciali, si nota una generale tendenza alla riduzione delle loro dimensioni, con la significativa eccezione di quello con la Cina, che si è confermato il più ampio, e con l'Iraq, balzato dall'undicesimo al settimo posto in graduatoria. L'allargamento di questo disavanzo ha riflesso un incremento degli acquisti di petrolio greggio del 9,5 per cento, unico caso tra i principali fornitori di questa materia prima, in un contesto, come detto, di calo dei prezzi energetici e persistente debolezza della domanda interna ita-

liana. Al secondo posto tra i maggiori disavanzi è rimasto quello con i Paesi Bassi, sia pure in diminuzione rispetto all'anno precedente, come risultato di una decisa flessione delle importazioni determinata quasi completamente dal settore farmaceutico, la cui domanda si è contratta su scala nazionale. Tra i più elevati disavanzi si segnala inoltre l'Azerbaijan, nostro principale fornitore di petrolio greggio, da cui gli acquisti sono crollati del 21,5 per cento. La contrazione degli acquisti di greggio ha dimezzato anche il disavanzo con la Libia, che tuttavia si è mantenuto in sesta posizione. Sono invece scesi di una posizione rispetto all'anno scorso, a seguito del balzo in avanti dell'Iraq, Belgio, Kazakistan e Irlanda, con i quali i deficit si sono ridimensionati. Per quanto riguarda l'interscambio col Belgio, il tradizionale passivo, analogamente a quello con i Paesi Bassi, deriva anche dalla presenza di uno dei principali porti europei, porta di ingresso di merci di origine extra-continentale. Infine per l'Irlanda il passivo è ascrivibile essenzialmente alle importazioni dei settori chimico e farmaceutico, di cui il paese, piattaforma di multinazionali installate in Europa, costituisce uno dei leader mondiali. Tali settori rappresentano oltre il 60 per cento dell'import italiano dal paese e oltre il 40 per cento dell'export dell'isola.

**Tavola 3.4 - I primi 20 paesi di destinazione delle esportazioni italiane**

Valori in milioni di euro

| Paesi           |                     | Posizione | Valori  | Variazioni % | Pesi percentuali |       | Percentuale cumulata |
|-----------------|---------------------|-----------|---------|--------------|------------------|-------|----------------------|
|                 |                     | 2013      | 2014    | 2013/14      | 2013             | 2014  | 2014                 |
| 1               | Germania            | 1         | 50.060  | 3,3          | 12,4             | 12,6  | 12,6                 |
| 2               | Francia             | 2         | 42.014  | -0,6         | 10,8             | 10,6  | 23,1                 |
| 3               | Stati Uniti         | 3         | 29.802  | 10,2         | 6,9              | 7,5   | 30,6                 |
| 4               | Regno Unito         | 4         | 20.907  | 6,7          | 5,0              | 5,3   | 35,9                 |
| 5               | Svizzera            | 6         | 19.074  | -6,4         | 5,2              | 4,8   | 40,7                 |
| 6               | Spagna              | 5         | 17.944  | 4,5          | 4,4              | 4,5   | 45,2                 |
| 7               | Belgio              | 7         | 13.217  | 15,7         | 2,9              | 3,3   | 48,5                 |
| 8               | Cina                | 8         | 10.494  | 6,6          | 2,5              | 2,6   | 51,1                 |
| 9               | Polonia             | 9         | 10.324  | 9,9          | 2,4              | 2,6   | 53,7                 |
| 10              | Turchia             | 10        | 9.755   | -3,3         | 2,6              | 2,5   | 56,2                 |
| 11              | Russia              | 11        | 9.523   | -11,6        | 2,8              | 2,4   | 58,6                 |
| 12              | Paesi Bassi         | 14        | 9.285   | 2,3          | 2,3              | 2,3   | 60,9                 |
| 13              | Austria             | 18        | 8.328   | -2,1         | 2,2              | 2,1   | 63,0                 |
| 14              | Romania             | 16        | 6.195   | 3,2          | 1,5              | 1,6   | 64,5                 |
| 15              | Hong Kong           | 13        | 5.477   | 15,5         | 1,2              | 1,4   | 65,9                 |
| 16              | Giappone            | 19        | 5.364   | -10,9        | 1,5              | 1,3   | 67,3                 |
| 17              | Emirati Arabi Uniti | 12        | 5.316   | -3,5         | 1,4              | 1,3   | 68,6                 |
| 18              | Arabia Saudita      | 17        | 4.824   | 7,6          | 1,1              | 1,2   | 69,8                 |
| 19              | Brasile             | 20        | 4.696   | -7,5         | 1,3              | 1,2   | 71,0                 |
| 20              | Repubblica Ceca     | 21        | 4.658   | 9,4          | 1,1              | 1,2   | 72,2                 |
| Resto del mondo |                     |           | 110.739 |              |                  | 27,8  | 100,0                |
| Mondo           |                     |           | 397.996 | 2,0          | 100,0            | 100,0 | 100,0                |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat



Nel 2014 l'orientamento geografico delle esportazioni italiane sembra aver parzialmente deviato dal percorso di cambiamento in corso da dieci anni (tavola 3.5). In particolare, il peso dell'Unione Europea, in fase calante dal 2003, aveva raggiunto il minimo proprio nel 2013. L'anno scorso si è verificato un recupero, determinato, da un lato, dal graduale miglioramento congiunturale europeo, dall'altro, dalla frenata in atto nelle grandi economie emergenti. L'UE continua a costituire il mercato di gran lunga più importante per le nostre merci, non solo in termini quantitativi, ma anche di stabilità di presenza. Come mostrano alcune indagini<sup>2</sup>, le vendite delle imprese italiane nei mercati dell'UE hanno caratteristiche di persistenza notevolmente superiori a quelle nei più distanti mercati extra-UE, dove l'affacciarsi è ancora frequentemente un evento occasionale o frutto di strategie di internazionalizzazione meno stabili.

**Tavola 3.5 - Composizione delle esportazioni italiane per aree geografiche**

| Aree                              | 2003         | 2004         | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Unione Europea</b>             | <b>62,4</b>  | <b>61,9</b>  | <b>61,2</b>  | <b>61,2</b>  | <b>60,9</b>  | <b>58,9</b>  | <b>57,6</b>  | <b>57,3</b>  | <b>56,0</b>  | <b>54,3</b>  | <b>53,8</b>  | <b>54,7</b>  |
| <b>Paesi europei non UE</b>       | <b>9,5</b>   | <b>10,4</b>  | <b>10,6</b>  | <b>11,0</b>  | <b>11,1</b>  | <b>12,0</b>  | <b>11,7</b>  | <b>12,0</b>  | <b>13,3</b>  | <b>13,4</b>  | <b>13,0</b>  | <b>11,8</b>  |
| <b>Africa settentrionale</b>      | <b>2,5</b>   | <b>2,5</b>   | <b>2,5</b>   | <b>2,5</b>   | <b>2,7</b>   | <b>3,6</b>   | <b>4,0</b>   | <b>4,0</b>   | <b>2,9</b>   | <b>3,5</b>   | <b>3,8</b>   | <b>3,5</b>   |
| <b>Altri paesi africani</b>       | <b>1,2</b>   | <b>1,2</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,6</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,4</b>   | <b>1,4</b>   | <b>1,5</b>   | <b>1,6</b>   |
| <b>America settentrionale</b>     | <b>9,2</b>   | <b>8,7</b>   | <b>8,8</b>   | <b>8,2</b>   | <b>7,4</b>   | <b>6,9</b>   | <b>6,6</b>   | <b>6,7</b>   | <b>6,8</b>   | <b>7,6</b>   | <b>7,7</b>   | <b>8,3</b>   |
| <b>America centro-meridionale</b> | <b>2,7</b>   | <b>2,7</b>   | <b>2,8</b>   | <b>3,0</b>   | <b>3,3</b>   | <b>3,3</b>   | <b>3,1</b>   | <b>3,3</b>   | <b>3,8</b>   | <b>3,9</b>   | <b>3,7</b>   | <b>3,5</b>   |
| <b>Medio Oriente</b>              | <b>3,6</b>   | <b>3,7</b>   | <b>3,9</b>   | <b>4,1</b>   | <b>4,6</b>   | <b>5,0</b>   | <b>5,2</b>   | <b>4,8</b>   | <b>4,9</b>   | <b>4,9</b>   | <b>5,1</b>   | <b>5,0</b>   |
| <b>Asia centrale</b>              | <b>0,7</b>   | <b>0,8</b>   | <b>1,0</b>   | <b>1,1</b>   | <b>1,2</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,7</b>   | <b>1,7</b>   | <b>1,6</b>   | <b>1,4</b>   | <b>1,3</b>   | <b>1,3</b>   |
| <b>Asia orientale</b>             | <b>6,7</b>   | <b>6,6</b>   | <b>6,4</b>   | <b>6,3</b>   | <b>6,1</b>   | <b>6,0</b>   | <b>7,0</b>   | <b>7,3</b>   | <b>7,6</b>   | <b>7,8</b>   | <b>8,3</b>   | <b>8,5</b>   |
| <b>Oceania</b>                    | <b>1,0</b>   | <b>1,1</b>   | <b>1,0</b>   | <b>0,9</b>   | <b>0,9</b>   | <b>1,0</b>   | <b>1,0</b>   | <b>0,9</b>   | <b>1,0</b>   | <b>1,1</b>   | <b>1,1</b>   | <b>1,0</b>   |
| <b>Altri territori</b>            | <b>0,4</b>   | <b>0,4</b>   | <b>0,5</b>   | <b>0,4</b>   | <b>0,5</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,7</b>   | <b>0,7</b>   | <b>0,9</b>   | <b>0,0</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>   |
| <b>Mondo</b>                      | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

La ripresa economica dell'America settentrionale ne ha ulteriormente innalzato la quota sulle esportazioni italiane, tornata poco al di sotto del livello del 2005. L'anno scorso il recupero di peso delle aree avanzate è avvenuto a scapito dei paesi europei non UE, dell'Africa settentrionale e del Medio Oriente, tutti colpiti da tensioni politiche ed eventi economici (perdita di ragioni di scambio per la caduta dei prezzi petroliferi), che ne hanno minato la domanda interna e dunque la possibilità di assorbire merci italiane.

Si è invece ulteriormente innalzato il peso dell'Asia orientale. I tassi di crescita attesi nell'area e soprattutto le dinamiche in corso in Cina, la cui economia sta via via spostandosi verso i consumi interni, aprono opportunità di rafforzamento della presenza italiana, in un'area che tende ad assorbire quote sempre maggiori della produzione mondiale. La dimensione del mercato dell'Estremo Oriente si è infatti accresciuta di oltre 6 punti percentuali in 14 anni, prevalentemente a scapito dei mercati europei e statunitense. Nella misura in cui le imprese italiane riescono a riorientare i flussi di vendita verso questa regione fortemente dinamica, l'export complessivo può beneficiarne sia in assoluto che in rapporto ai concorrenti.

<sup>2</sup> Cfr. Brancati R. (a cura di), *Le strategie per la crescita. Imprese, mercati, governi*, Rapporto MET 2015.

**Tavola 3.6 - Dimensione dei mercati e quote delle esportazioni italiane**

Percentuali

| Aree e paesi                      | Dimensione dei mercati <sup>(1)</sup> |              |              | Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni italiane <sup>(2)</sup> |             |            |            | Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni dell'Area dell'euro <sup>(3)</sup> |             |             |             |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------|--------------|---|-------------|------------|------------|--|-------------|-------------|-------------|
|                                   | 2000                                  | 2013         | 2014         | 2000  | 2010        | 2013       | 2014       | 2000   | 2010        | 2013        | 2014        |
| <b>Unione Europea</b>             | <b>38,4</b>                           | <b>31,5</b>  | <b>31,9</b>  | <b>6,0</b>  | <b>4,9</b>  | <b>4,7</b> | <b>4,8</b> | <b>11,3</b>  | <b>9,9</b>  | <b>9,6</b>  | <b>9,7</b>  |
| Francia                           | 5,1                                   | 3,6          | 3,6          | 9,4   | 8,3         | 8,2        | 8,2        | 16,0   | 14,1        | 13,9        | 13,7        |
| Germania                          | 7,8                                   | 6,4          | 6,5          | 7,5   | 5,8         | 5,6        | 5,6        | 14,8   | 11,9        | 11,8        | 12,0        |
| Regno Unito                       | 5,2                                   | 3,4          | 3,5          | 4,9   | 4,1         | 3,9        | 4,0        | 9,5  | 9,0         | 8,2         | 8,2         |
| Spagna                            | 2,2                                   | 1,8          | 1,9          | 9,6   | 8,1         | 7,0        | 7,0        | 16,0   | 15,5        | 14,4        | 14,1        |
| <b>Paesi europei non UE</b>       | <b>3,7</b>                            | <b>5,6</b>   | <b>5,3</b>   | <b>6,9</b>  | <b>6,2</b>  | <b>6,0</b> | <b>6,2</b> | <b>14,3</b>  | <b>14,9</b> | <b>15,6</b> | <b>15,6</b> |
| Russia                            | 0,5                                   | 1,7          | 1,6          | 5,3   | 4,8         | 4,5        | 4,4        | 13,8   | 12,2        | 12,2        | 12,7        |
| Svizzera                          | 1,3                                   | 1,1          | 1,1          | 8,5   | 9,0         | 8,8        | 9,9        | 13,5   | 17,0        | 18,5        | 17,6        |
| Turchia                           | 0,8                                   | 1,4          | 1,3          | 8,5   | 6,4         | 6,1        | 6,0        | 18,1   | 16,6        | 16,7        | 16,8        |
| <b>Africa settentrionale</b>      | <b>0,9</b>                            | <b>1,2</b>   | <b>1,2</b>   | <b>11,0</b>   | <b>10,0</b> | <b>9,1</b> | <b>8,5</b> | <b>21,1</b>  | <b>23,7</b> | <b>22,5</b> | <b>21,4</b> |
| <b>Altri paesi africani</b>       | <b>1,2</b>                            | <b>2,3</b>   | <b>2,3</b>   | <b>3,6</b>  | <b>2,1</b>  | <b>2,0</b> | <b>2,0</b> | <b>11,1</b>  | <b>9,0</b>  | <b>8,9</b>  | <b>9,6</b>  |
| <b>America settentrionale</b>     | <b>23,3</b>                           | <b>15,1</b>  | <b>15,3</b>  | <b>1,9</b>  | <b>1,3</b>  | <b>1,5</b> | <b>1,6</b> | <b>15,5</b>  | <b>11,3</b> | <b>12,2</b> | <b>12,5</b> |
| Stati Uniti                       | 19,2                                  | 12,3         | 12,6         | 2,1   | 1,5         | 1,7        | 1,7        | 15,4   | 11,2        | 12,2        | 12,4        |
| <b>America centro-meridionale</b> | <b>6,4</b>                            | <b>6,6</b>   | <b>6,6</b>   | <b>2,6</b>  | <b>1,7</b>  | <b>1,7</b> | <b>1,6</b> | <b>19,2</b>  | <b>14,0</b> | <b>14,4</b> | <b>14,5</b> |
| Brasile                           | 1,0                                   | 1,4          | 1,4          | 4,0   | 2,8         | 2,8        | 2,7        | 17,1   | 14,5        | 15,1        | 15,1        |
| Messico                           | 3,0                                   | 2,3          | 2,4          | 1,2   | 1,3         | 1,2        | 1,1        | 15,6   | 13,7        | 13,7        | 12,4        |
| <b>Medio Oriente</b>              | <b>2,3</b>                            | <b>4,5</b>   | <b>4,8</b>   | <b>5,3</b>  | <b>3,6</b>  | <b>3,3</b> | <b>3,2</b> | <b>18,6</b>  | <b>18,5</b> | <b>18,9</b> | <b>18,2</b> |
| Emirati Arabi Uniti               | 0,4                                   | 1,4          | 1,5          | 4,8   | 3,0         | 3,2        | 2,9        | 19,6   | 17,4        | 18,5        | 16,8        |
| <b>Asia centrale</b>              | <b>1,4</b>                            | <b>3,8</b>   | <b>3,8</b>   | <b>2,0</b>  | <b>1,5</b>  | <b>1,1</b> | <b>1,1</b> | <b>12,1</b>  | <b>14,8</b> | <b>12,1</b> | <b>12,3</b> |
| India                             | 0,8                                   | 2,5          | 2,5          | 2,1   | 1,3         | 1,0        | 1,0        | 11,1   | 12,4        | 10,8        | 10,8        |
| <b>Asia orientale</b>             | <b>21,0</b>                           | <b>27,7</b>  | <b>27,2</b>  | <b>1,3</b>  | <b>0,9</b>  | <b>0,9</b> | <b>0,9</b> | <b>13,5</b>  | <b>10,4</b> | <b>10,9</b> | <b>10,9</b> |
| Cina                              | 3,5                                   | 10,6         | 10,2         | 1,1   | 1,0         | 0,8        | 0,9        | 11,5   | 9,0         | 8,1         | 8,0         |
| Corea del Sud                     | 2,5                                   | 2,8          | 2,8          | 1,2   | 0,8         | 1,0        | 1,1        | 13,8   | 10,9        | 12,2        | 11,9        |
| Giappone                          | 5,9                                   | 4,5          | 4,3          | 1,2   | 0,9         | 1,1        | 1,0        | 12,6   | 11,5        | 13,8        | 12,5        |
| Singapore                         | 2,1                                   | 2,0          | 1,9          | 1,2   | 0,7         | 0,8        | 0,8        | 13,8   | 7,6         | 8,9         | 10,0        |
| <b>Oceania e altri territori</b>  | <b>1,4</b>                            | <b>1,7</b>   | <b>1,7</b>   | <b>2,5</b>  | <b>1,8</b>  | <b>2,0</b> | <b>1,9</b> | <b>16,6</b>  | <b>12,4</b> | <b>11,0</b> | <b>11,3</b> |
| Australia                         | 1,2                                   | 1,4          | 1,3          | 2,8   | 2,1         | 2,3        | 2,2        | 19,1   | 13,4        | 15,4        | 16,3        |
| <b>Mondo</b>                      | <b>100,0</b>                          | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>3,7</b>  | <b>3,0</b>  | <b>2,8</b> | <b>2,8</b> | <b>12,5</b>  | <b>11,1</b> | <b>11,2</b> | <b>11,2</b> |

<sup>(1)</sup> Rapporto tra le importazioni dei mercati dal mondo e il totale delle importazioni mondiali (escluso Taiwan).

<sup>(2)</sup> Rapporto tra le esportazioni dell'Italia e le esportazioni del mondo verso i mercati.

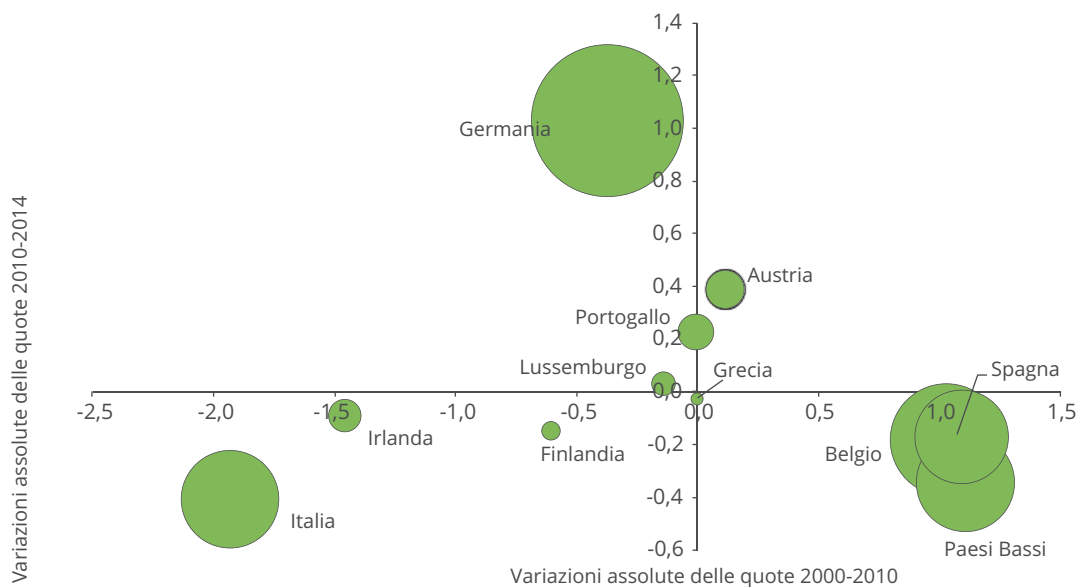
<sup>(3)</sup> Rapporto tra le esportazioni dell'Italia e le esportazioni dell'Area dell'euro verso i mercati.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots e, per Taiwan, Taiwan Directorate General of Customs

Proprio il più forte orientamento delle esportazioni italiane verso i mercati rivelatisi meno dinamici negli anni della crisi ha contribuito a causare un ridimensionamento delle loro quote, che si è tuttavia arrestato negli ultimi anni (tavola 3.6). La quota italiana è infatti rimasta stabile a livello aggregato (2,8 per cento sulle esportazioni mondiali e 11,2 per cento su quelle dell'Area dell'euro) e in alcune regioni si è anche accresciuta rispetto all'anno precedente. In particolare, è marginalmente aumentata la quota italiana nell'Unione Europea (dal 4,7 al 4,8 per cento in rapporto alle esportazioni mondiali e dal 9,6 al 9,7 per cento rispetto a quelle dell'Area dell'euro). Tale evoluzione ha prolungato la dinamica più positiva che ha contrassegnato la prima parte dell'attuale decennio, in contrapposizione con l'evoluzione di quello precedente. Tra il 2000 e il 2010 la quota italiana nel mercato UE si era ridotta di circa 1 punto percentuale sull'export mondiale nell'area e di quasi 1,5 punti in rapporto all'export dei paesi euro.

Considerando i principali sbocchi delle merci italiane nell'UE, il risultato del 2014 in rapporto alle esportazioni mondiali sottende un leggero rafforzamento nel mercato britannico e una stabilità nelle altre principali economie. Se si considera la quota in rapporto alle esportazioni dell'Area dell'euro, si vede che l'Italia ha conseguito guadagni nel mercato tedesco, a fronte di arretramenti in quello francese e spagnolo. Per quanto riguarda la Francia, è da segnalare che il regresso dura ormai da diversi anni (la quota italiana sulle esportazioni dell'Area dell'euro è scesa al 13,7 per cento nel 2014; era al 16 per cento nel 2000). Ne hanno tratto beneficio, fino al 2010, Belgio, Paesi Bassi e Spagna e successivamente soprattutto Austria, Germania e Portogallo (grafico 3.1).

**Grafico 3.1 - Francia: quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni dell'Area dell'euro**  
Variazioni assolute e quote percentuali - 2000-2014

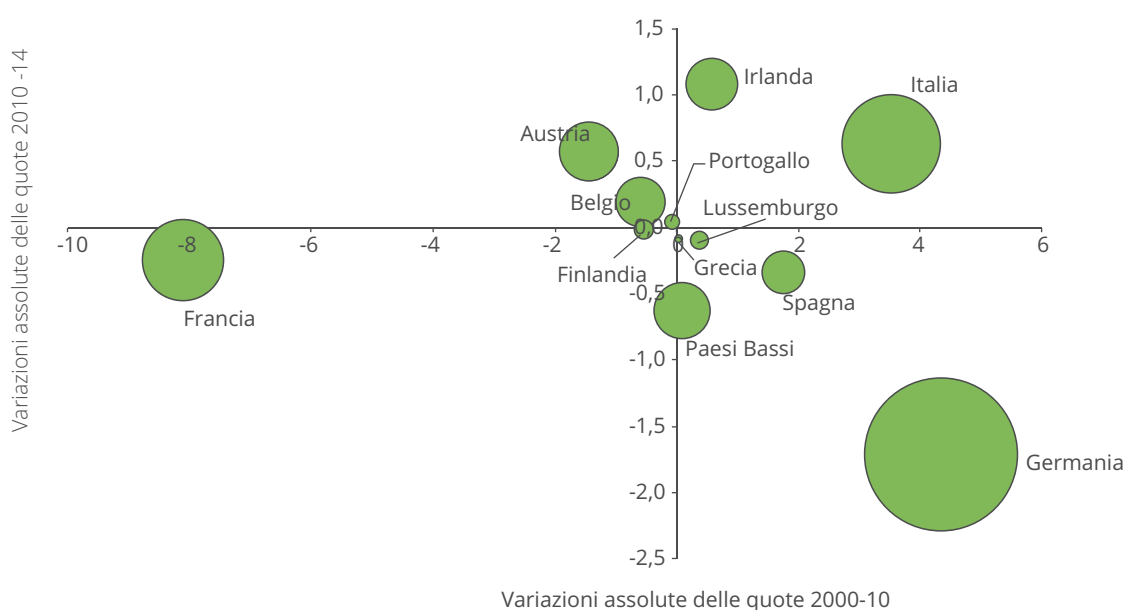


La dimensione della bolla rappresenta il livello della quota di ciascun paese nel mercato in esame nel 2014.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Il più marcato rafforzamento della quota italiana sulle esportazioni mondiali si è registrato nei paesi europei non UE, e in particolare nel mercato svizzero, dove essa ha realizzato un netto incremento, giungendo a sfiorare il 10 per cento. La dinamica in Svizzera, profondamente influenzata dalle vendite di oro, si è dimostrata per l'Italia molto favorevole. Rispetto ai principali partner dell'Area dell'euro, infatti, la quota italiana è cresciuta con una certa costanza per tutto il periodo 2000-2014, ai danni soprattutto di quella francese e negli ultimi anni di quella tedesca (grafico 3.2).

**Grafico 3.2 - Svizzera: quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni dell'Area dell'euro**  
 Variazioni assolute e quote percentuali - 2000-14



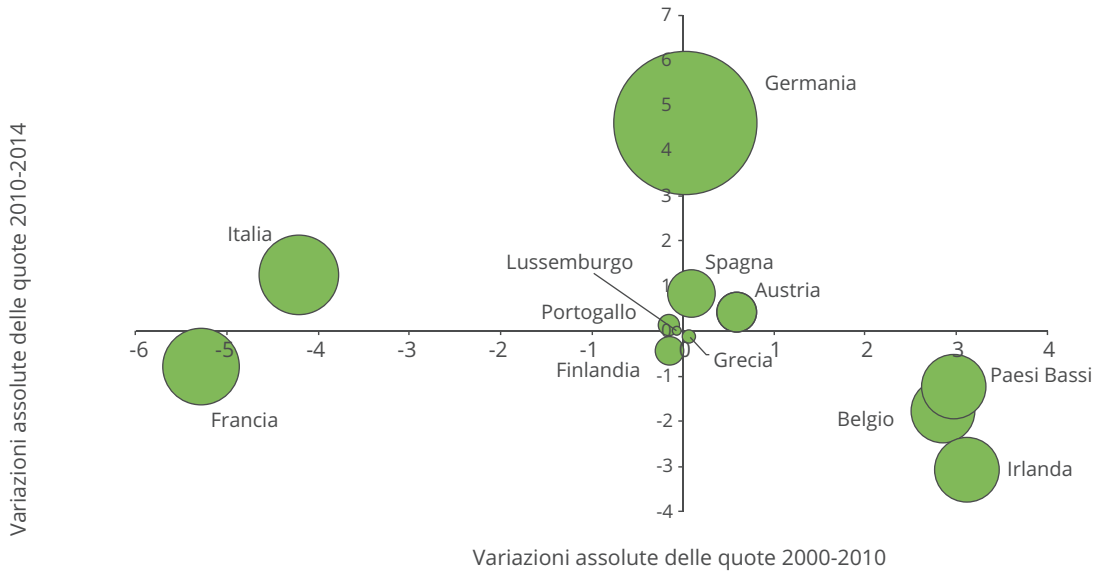
La dimensione della bolla rappresenta il livello della quota di ciascun paese nel mercato in esame nel 2014.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Nel continente africano vanno distinte due dinamiche differenti: da un lato emerge chiaramente nella parte settentrionale, che costituisce per l'Italia un'importante area di destinazione di export, una tendenza alla contrazione della quota, sia sui concorrenti mondiali che su quelli dell'Area dell'euro. Dall'altro invece, nella parte sub-sahariana del continente, la quota italiana è rimasta stabile sul mondo nel 2014 (2 per cento), ma si è sensibilmente rafforzata sull'Area dell'euro (9,6 per cento).

In America settentrionale la quota italiana sulle esportazioni mondiali ha recuperato terreno negli ultimi anni, con incrementi su entrambi i principali mercati. Negli Stati Uniti va segnalata anche la tendenza, in atto dal 2010, a un rafforzamento della quota italiana sull'Area dell'euro, pari a circa un ottavo del totale, dopo le perdite significative registratesi nel decennio precedente a vantaggio di Belgio, Irlanda e Paesi Bassi (grafico 3.3).

**Grafico 3.3 - Stati Uniti: quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni dell'Area dell'euro**  
 Variazioni assolute e quote percentuali - 2000-2014



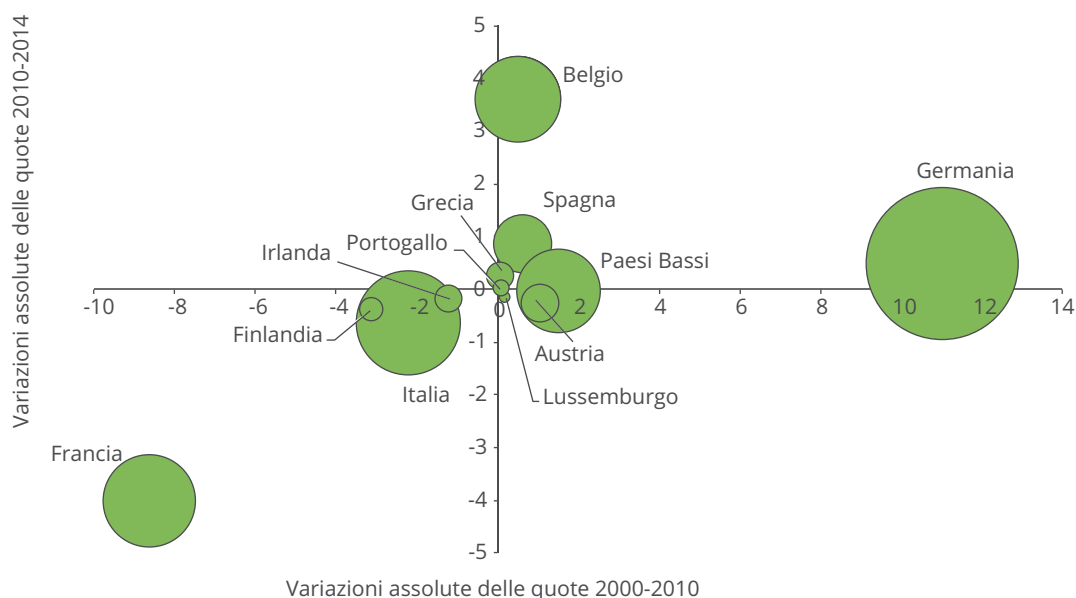
La dimensione della bolla rappresenta il livello della quota di ciascun paese nel mercato in esame nel 2014.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Nella parte centro-meridionale del continente, invece, la quota italiana ha subito nel 2014 un'ulteriore erosione rispetto alle esportazioni mondiali, ma si è rafforzata nei confronti di quelle dell'Area dell'euro, malgrado la flessione sul mercato messicano.

La quota di mercato ha subito un significativo decremento in un'area centrale per l'interscambio italiano, il Medio Oriente, dove la contrazione è avvenuta sia rispetto ai concorrenti mondiali che a quelli dell'Area dell'euro. Nel principale mercato della regione, gli Emirati Arabi Uniti, le esportazioni italiane sono cresciute meno della media dell'Area dell'euro sia nel decennio 2000-2010, dominato dall'ascesa di quota della Germania a scapito della Francia, sia nell'ultimo quadriennio, caratterizzato soprattutto dal successo del Belgio (grafico 3.4).

**Grafico 3.4 - Emirati Arabi Uniti: quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni dell'Area dell'euro**  
 Variazioni assolute e quote percentuali - 2000-2014



La dimensione della bolla rappresenta il livello della quota di ciascun paese nel mercato in esame nel 2014.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

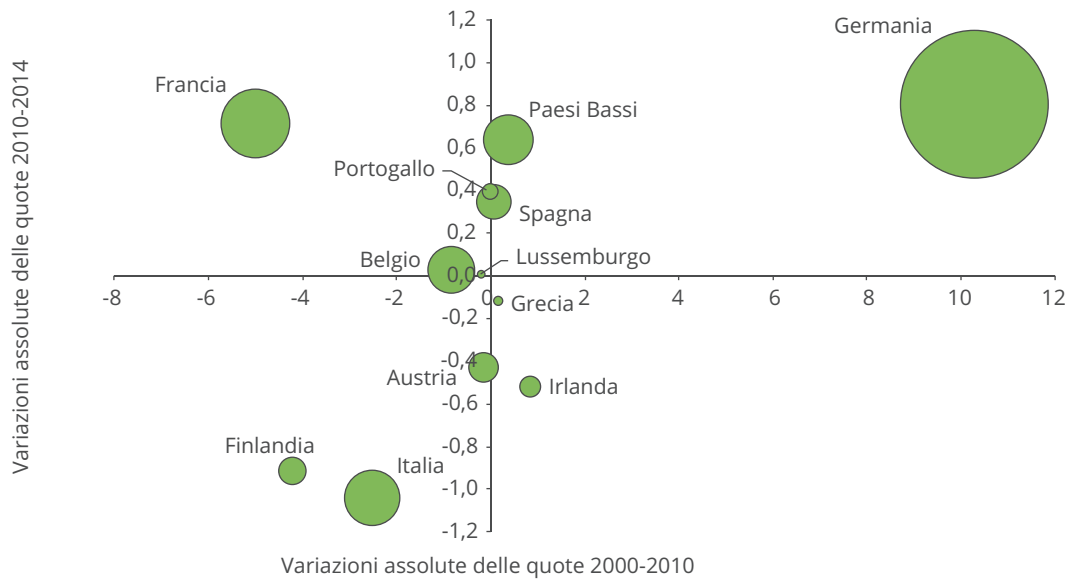
In Asia centrale la quota italiana è rimasta invariata rispetto alle esportazioni mondiali, ma è migliorata sull'Area dell'euro, grazie a un incremento sul mercato kazako, oltre che alla tenuta su quello indiano.

In Asia orientale, area che costituisce ormai il secondo mercato mondiale, le quote italiane si sono mantenute stabili rispetto a entrambi gli aggregati nel 2014, consolidando la ripresa che si era manifestata dal 2010. Tuttavia, sul mercato cinese, dominato nell'ultimo quindicennio dall'espansione della quota tedesca, le esportazioni italiane hanno continuato a perdere terreno rispetto ai concorrenti dell'Area dell'euro. Oltre alla Germania, ne hanno tratto vantaggio, a partire dal 2010, la Francia, i Paesi Bassi, il Portogallo e la Spagna (grafico 3.5).

Infine va segnalato il recupero realizzato dalla quota italiana sulle esportazioni dell'Area dell'euro in Oceania, dovuto essenzialmente al risultato conseguito in Australia.

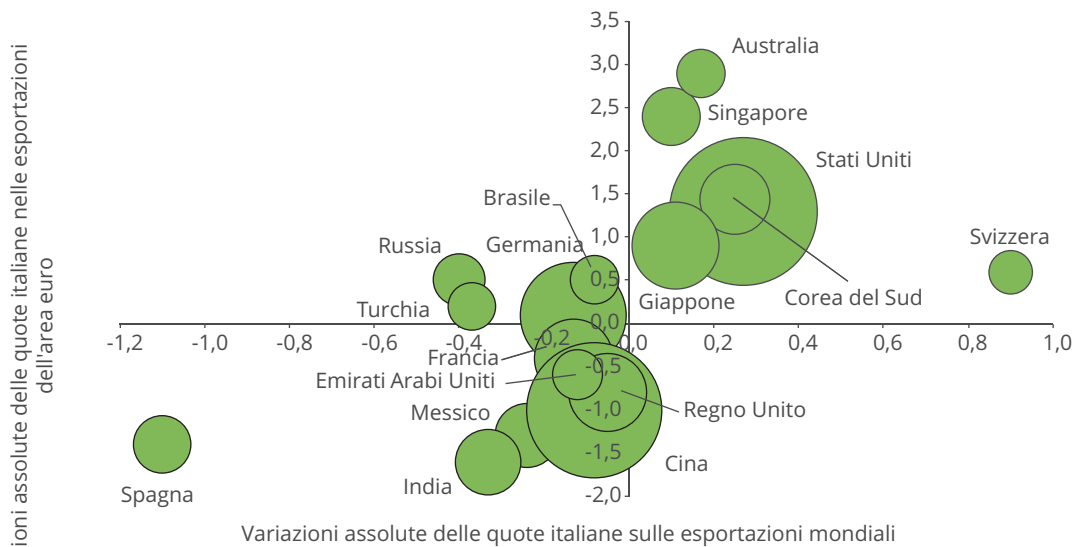
Nell'insieme, considerando congiuntamente, tra il 2010 e il 2014, la dinamica della quota dell'Italia sulle esportazioni dell'Area dell'euro e su quelle mondiali (grafico 3.6), è possibile osservare che il recupero italiano si è manifestato congiuntamente in entrambe le dimensioni in un numero limitato di mercati importanti, tutti appartenenti all'area extra-UE; essi sono, in ordine di dimensione, Stati Uniti, Giappone, Corea del Sud, Singapore, Australia e Svizzera. Al contrario, arretramenti di quota tanto nei confronti dei paesi euro che dell'insieme delle esportazioni mondiali si sono avuti in Cina, Francia, Spagna, India, Messico ed Emirati Arabi Uniti. Infine si notano quattro mercati importanti (Germania, Russia, Brasile e Turchia), in cui le esportazioni italiane, pur avendo continuato a perdere quota rispetto a quelle mondiali, hanno recuperato terreno nei confronti di quelle dell'Area dell'euro.

**Grafico 3.5 - Cina: quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni dell'Area dell'euro**  
 Variazioni assolute e quote percentuali - 2000-14



La dimensione della bolla rappresenta il livello della quota di ciascun paese nel mercato in esame nel 2014.  
 Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

**Grafico 3.6 - Quote italiane: andamento rispetto alle esportazioni del mondo e dell'Area dell'euro**  
 Periodo 2010-14



La dimensione della bolla rappresenta la dimensione del mercato sulle importazioni mondiali.  
 Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi - Dots e dati degli istituti nazionali di statistica

## 3.2 Gli scambi di servizi

Anche l'interscambio di servizi dell'Italia, come quello di merci, ha fatto registrare dinamiche divergenti nelle varie aree geografiche nel 2014 (tav.3.7).

Si è ampliato considerevolmente il deficit nei confronti dell'Unione Europea, il cui peso sulle importazioni italiane è di 9 punti superiore rispetto a quello sull'export. All'interno dell'Unione, oltre ai principali partner commerciali, rivestono un peso importante anche economie relativamente più piccole, ma specializzate nella produzione di servizi. Il Lussemburgo ne è il caso esemplare, vendendo all'Italia più del 5 per cento dei servizi acquistati dal mondo, ma rientrano tra i principali fornitori anche Irlanda, Paesi Bassi, Austria e Belgio.

Si è invece accresciuto l'avanzo con i paesi europei non UE, verso cui si dirige oltre un settimo delle nostre esportazioni di servizi. In quest'area, il partner privilegiato è la Svizzera che, da sola, assorbe i due terzi degli acquisti dell'area. Importante è anche il suo ruolo come fornitore (oltre 5,4 miliardi di euro nel 2014).

Le esportazioni verso l'Africa settentrionale sono aumentate in misura notevole (+31,2 per cento), soprattutto verso l'Egitto, mentre sono crollati gli acquisti di servizi da questi paesi, a eccezione dell'Algeria. Sono invece ancora cresciuti entrambi i flussi dell'interscambio con l'area degli altri paesi africani, il cui peso risulta maggiore come fornitore che come acquirente di servizi dal nostro paese. Il continente americano ha un peso molto maggiore sull'interscambio di servizi dell'Italia rispetto a quello di merci. Nel 2014 l'avanzo commerciale con l'America settentrionale si è ampliato, superando i 3 miliardi di euro, grazie soprattutto alle vendite negli Stati Uniti, che costituiscono anche il primo fornitore di servizi nell'area per l'Italia, con un peso simile a quello dei principali partner europei. Nella parte meridionale del continente invece emerge l'incidenza del Brasile, sia sull'export che sull'import.

Il disavanzo con l'Asia si è ridotto, come risultato di una contrazione degli acquisti italiani (-2,1 per cento). Le esportazioni sono rimaste sostanzialmente invariate, benché vada segnalato un andamento particolarmente positivo in due mercati importanti quali Emirati Arabi Uniti (+9,7 per cento) e Cina (+9,1 per cento). Il principale partner dell'area è in questo caso costituito dal Giappone, con cui si registra un saldo positivo.

L'interscambio con l'Oceania, anch'essa più importante per gli scambi di servizi dell'Italia che per quelli di merci, è diminuito nel 2014, malgrado la crescita registrata dalle esportazioni nel mercato più grande dell'area, l'Australia.

## 3.3 L'internazionalizzazione produttiva

Questo paragrafo presenta i dati disponibili sull'internazionalizzazione produttiva dell'economia italiana, basati sulle partecipazioni delle imprese estere in Italia e di quelle italiane all'estero.<sup>3</sup> Per quanto concerne la presenza delle multinazionali estere in Italia, ai tradizionali gap di attrattività dati dai problemi strutturali che appesantiscono l'economia nazionale, si è aggiunto, durante la crisi globale, il generale indebolimento dell'attività di investimento di molti importanti paesi. Tuttavia nell'ultimo anno, il trend negativo sembra essersi interrotto. Il numero di imprese italiane partecipate è tornato a crescere (+1 per cento) attestandosi a quota 9.464. Anche il numero di dipendenti è aumentato (+0,6 per cento), tornando poco al di sotto del livello del 2012. Il fatturato, tuttavia, si è contratto marginalmente (0,5 per cento).

<sup>3</sup> La fonte è la banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano.



**Tavola 3.7 - Scambi di servizi dell'Italia per aree e principali paesi**  
Milioni di euro

| Aree e paesi                      | Esportazioni  |              |                                  | Importazioni  |              |                                  | SalDI         |               |
|-----------------------------------|---------------|--------------|----------------------------------|---------------|--------------|----------------------------------|---------------|---------------|
|                                   | 2014          | Peso %       | Var.%<br>dei valori<br>2013/2014 | 2014          | Peso %       | Var.%<br>dei valori<br>2013/2014 | 2013          | 2014          |
| <b>Unione Europea</b>             | <b>46.397</b> | <b>52,8</b>  | <b>4,0</b>                       | <b>53.955</b> | <b>61,8</b>  | <b>7,6</b>                       | <b>-5.497</b> | <b>-7.558</b> |
| Austria                           | 2.279         | 2,6          | -0,1                             | 2.296         | 2,6          | -2,8                             | -82           | -17           |
| Belgio                            | 2.599         | 3,0          | -6,1                             | 1.820         | 2,1          | 1,2                              | 969           | 779           |
| Francia                           | 7.202         | 8,2          | 5,6                              | 7.904         | 9,0          | 2,4                              | -897          | -702          |
| Germania                          | 9.808         | 11,2         | 5,5                              | 8.309         | 9,5          | 5,8                              | 1.447         | 1.499         |
| Irlanda                           | 2.089         | 2,4          | -2,0                             | 4.099         | 4,7          | 2,8                              | -1.856        | -2.010        |
| Lussemburgo                       | 1.713         | 2,0          | 15,2                             | 4.589         | 5,3          | 14,8                             | -2.511        | -2.876        |
| Paesi Bassi                       | 3.007         | 3,4          | 7,9                              | 3.065         | 3,5          | 4,3                              | -151          | -58           |
| Polonia                           | 1.322         | 1,5          | 6,3                              | 1.167         | 1,3          | 14,3                             | 223           | 155           |
| Regno Unito                       | 6.837         | 7,8          | 5,7                              | 7.726         | 8,8          | 18,5                             | -55           | -889          |
| Repubblica Ceca                   | 695           | 0,8          | 10,0                             | 708           | 0,8          | -9,1                             | -147          | -13           |
| Romania                           | 674           | 0,8          | 4,5                              | 1.323         | 1,5          | 11,6                             | -542          | -650          |
| Spagna                            | 2.595         | 3,0          | 2,9                              | 3.515         | 4,0          | 9,6                              | -686          | -920          |
| Svezia                            | 1.392         | 1,6          | 0,2                              | 1.059         | 1,2          | 30,4                             | 576           | 332           |
| <b>Paesi europei non UE</b>       | <b>13.876</b> | <b>15,8</b>  | <b>4,6</b>                       | <b>9.415</b>  | <b>10,8</b>  | <b>6,0</b>                       | <b>4.376</b>  | <b>4.461</b>  |
| Russia                            | 1.953         | 2,2          | 3,9                              | 978           | 1,1          | -5,4                             | 846           | 975           |
| Svizzera                          | 9.207         | 10,5         | 3,3                              | 5.427         | 6,2          | 9,4                              | 3.950         | 3.780         |
| Turchia                           | 928           | 1,1          | 27,2                             | 1.388         | 1,6          | 3,6                              | -609          | -460          |
| <b>Africa settentrionale</b>      | <b>885</b>    | <b>1,0</b>   | <b>31,2</b>                      | <b>1.422</b>  | <b>1,6</b>   | <b>-9,2</b>                      | <b>-892</b>   | <b>-537</b>   |
| <b>Altri paesi africani</b>       | <b>601</b>    | <b>0,7</b>   | <b>3,8</b>                       | <b>1.202</b>  | <b>1,4</b>   | <b>5,8</b>                       | <b>-557</b>   | <b>-601</b>   |
| <b>America settentrionale</b>     | <b>10.355</b> | <b>11,8</b>  | <b>5,2</b>                       | <b>7.268</b>  | <b>8,3</b>   | <b>1,4</b>                       | <b>2.682</b>  | <b>3.087</b>  |
| Canada                            | 1.331         | 1,5          | 22,2                             | 435           | 0,5          | 25,3                             | 742           | 895           |
| Stati Uniti                       | 9.025         | 10,3         | 3,0                              | 6.833         | 7,8          | 0,2                              | 1.941         | 2.192         |
| <b>America centro-meridionale</b> | <b>3.605</b>  | <b>4,1</b>   | <b>4,6</b>                       | <b>2.962</b>  | <b>3,4</b>   | <b>8,2</b>                       | <b>708</b>    | <b>643</b>    |
| Brasile                           | 1.444         | 1,6          | -4,1                             | 652           | 0,7          | 1,2                              | 862           | 792           |
| <b>Asia</b>                       | <b>6.726</b>  | <b>7,7</b>   | <b>0,0</b>                       | <b>7.976</b>  | <b>9,1</b>   | <b>-2,1</b>                      | <b>-1.419</b> | <b>-1.249</b> |
| Cina                              | 1.235         | 1,4          | 9,1                              | 1.539         | 1,8          | -4,1                             | -473          | -304          |
| Emirati Arabi Uniti               | 589           | 0,7          | 9,7                              | 1.070         | 1,2          | -6,9                             | -613          | -481          |
| Giappone                          | 1.314         | 1,5          | -11,9                            | 800           | 0,9          | -14,1                            | 560           | 515           |
| <b>Oceania</b>                    | <b>1.340</b>  | <b>1,5</b>   | <b>-0,6</b>                      | <b>601</b>    | <b>0,7</b>   | <b>-4,3</b>                      | <b>720</b>    | <b>739</b>    |
| Australia                         | 1.217         | 1,4          | 2,8                              | 509           | 0,6          | -4,1                             | 653           | 708           |
| Altri (1)                         | 4.033         | 4,6          | -7,2                             | 2.563         | 2,9          | -17,3                            | 1.247         | 1.470         |
| <b>Mondo</b>                      | <b>87.820</b> | <b>100,0</b> | <b>3,5</b>                       | <b>87.365</b> | <b>100,0</b> | <b>4,6</b>                       | <b>1.369</b>  | <b>455</b>    |

(1) Questo aggregato comprende i dati non ripartibili e quelli delle istituzioni creditizie e organizzazioni internazionali.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

**Tavola 3.8 - Dipendenti delle imprese italiane a partecipazione estera per aree e principali paesi (1)**  
Distribuzione percentuale

|                                    | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014 <sup>(2)</sup> |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| <b>Unione Europea (a 27)</b>       | <b>57,0</b>  | <b>56,7</b>  | <b>56,5</b>  | <b>55,8</b>  | <b>54,1</b>         |
| Austria                            | 0,8          | 0,8          | 0,8          | 0,9          | 0,8                 |
| Belgio                             | 1,2          | 1,2          | 1,3          | 1,3          | 1,3                 |
| Danimarca                          | 0,9          | 0,9          | 0,8          | 0,7          | 0,7                 |
| Finlandia                          | 0,9          | 0,8          | 1,1          | 1,0          | 0,7                 |
| Francia                            | 16,2         | 16,3         | 16,7         | 17,3         | 15,9                |
| Germania                           | 13,9         | 13,6         | 13,8         | 13,7         | 13,7                |
| Grecia                             | 0,5          | 0,5          | 0,5          | 0,4          | 0,4                 |
| Irlanda                            | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3                 |
| Lussemburgo                        | 0,2          | 0,2          | 0,3          | 0,3          | 0,3                 |
| Paesi Bassi                        | 3,4          | 3,3          | 3,2          | 3,2          | 3,0                 |
| Regno Unito                        | 7,9          | 7,9          | 7,4          | 6,8          | 7,1                 |
| Spagna                             | 6,8          | 7,0          | 6,7          | 6,2          | 6,1                 |
| Svezia                             | 3,8          | 3,7          | 3,6          | 3,6          | 3,6                 |
| Ungheria                           | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1                 |
| <b>Altri paesi europei</b>         | <b>8,1</b>   | <b>8,9</b>   | <b>8,4</b>   | <b>8,4</b>   | <b>8,7</b>          |
| Norvegia                           | 0,4          | 0,4          | 0,3          | 0,3          | 0,3                 |
| Russia                             | 1,1          | 1,8          | 1,4          | 1,4          | 1,8                 |
| Svizzera                           | 6,3          | 6,4          | 6,3          | 6,3          | 6,3                 |
| <b>Africa settentrionale</b>       | <b>0,9</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,1</b>          |
| Egitto                             | 0,8          | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,0                 |
| <b>Altri paesi africani</b>        | <b>0,3</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>          |
| Sudafrica                          | 0,3          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| <b>America settentrionale</b>      | <b>26,5</b>  | <b>26,7</b>  | <b>26,7</b>  | <b>26,8</b>  | <b>27,4</b>         |
| Canada                             | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,6                 |
| Stati Uniti                        | 25,9         | 26,1         | 26,2         | 26,3         | 26,8                |
| <b>America centro-meridionale</b>  | <b>0,8</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>          |
| Argentina                          | 0,5          | 0,4          | 0,5          | 0,4          | 0,5                 |
| <b>Medio Oriente</b>               | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,9</b>   | <b>0,9</b>   | <b>1,1</b>          |
| Emirati Arabi Uniti                | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3                 |
| Israele                            | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| Kuwait                             | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| <b>Asia centrale e meridionale</b> | <b>0,7</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,7</b>   | <b>0,7</b>          |
| India                              | 0,7          | 0,6          | 0,6          | 0,7          | 0,7                 |
| <b>Asia orientale</b>              | <b>4,7</b>   | <b>5,2</b>   | <b>5,7</b>   | <b>6,0</b>   | <b>6,7</b>          |
| Cina                               | 0,3          | 0,4          | 0,8          | 0,9          | 1,4                 |
| Corea del Sud                      | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,3                 |
| Giappone                           | 3,3          | 3,6          | 3,8          | 4,0          | 4,0                 |
| Hong Kong                          | 0,4          | 0,4          | 0,4          | 0,4          | 0,4                 |
| Singapore                          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| Taiwan                             | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| <b>Oceania</b>                     | <b>0,3</b>   | <b>0,3</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>   | <b>0,2</b>          |
| Australia                          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| <b>Mondo</b>                       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>        |
| Valore in unità                    | 920.649      | 933.406      | 921.980      | 915.906      | 921.575             |
| Variazioni percentuali             | -1,7         | 1,4          | -1,2         | -0,7         | 0,6                 |

(1) Industria, commercio all'ingrosso e servizi alle imprese.

(2) 2014: dati preliminari.

Fonte: Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Nella distribuzione geografica dei dipendenti non si rilevano sostanziali cambiamenti rispetto agli anni passati (tavola 3.8). Permane una forte presenza dei paesi avanzati, con la Triade, costituita da Unione Europea, USA e Giappone, a cui fa capo oltre l'85 per cento degli addetti di imprese nazionali partecipate.

La quota dell'Unione Europea (54 per cento) è andata erodendosi nel corso degli ultimi anni, a beneficio di altre aree, sia avanzate che emergenti. Tra i partner europei, la quota della Francia ha subito un netto ridimensionamento nel 2014, dopo essere salita progressivamente negli anni precedenti. La Francia resta comunque il paese europeo con la presenza produttiva più forte in Italia (in termini di numero di dipendenti nelle partecipate), con particolare attenzione per il sistema moda e il settore del lusso. È rimasta stabile la quota tedesca, secondo paese in termini di addetti, mentre è cresciuta, superando il 7 per cento, l'incidenza del Regno Unito. Tra i partner europei va inoltre segnalata la presenza significativa, anche se leggermente calante, di Spagna, Svezia e Paesi Bassi.

Nel 2014 è cresciuta l'incidenza dei paesi europei non UE, e in particolare della Russia, malgrado le tensioni che hanno influenzato l'interscambio commerciale.

Tra i maggiori incrementi va segnalato quello dell'America settentrionale, dovuto essenzialmente a un aumento di quota degli Stati Uniti, da cui dipende oltre un quarto degli addetti delle partecipate estere in Italia, con un'incidenza prevalente dei servizi informatici, ICT e di consulenza.<sup>4</sup>

Anche il Medio Oriente ha accresciuto il proprio peso in Italia in termini di dipendenti, come risultato delle partecipazioni degli Emirati Arabi Uniti, principali investitori dell'area. Si è inoltre accresciuta sensibilmente la quota dell'Asia orientale (+0,7 per cento), principalmente per l'ascesa della Cina, il cui peso ha raggiunto l'1,4 per cento. Negli scorsi mesi, il paese asiatico ha avviato una vasta campagna di investimenti e acquisizioni non solo in Italia ma in tutta Europa. Le principali partecipazioni cinesi in imprese italiane sono settorialmente eterogenee: dai servizi assicurativi e finanziari alle infrastrutture, dall'*automotive* alle telecomunicazioni.<sup>5</sup> Si va completando dunque il processo di integrazione di Pechino nell'economia mondiale, con iniziative d'investimento che si prospettano sempre più consistenti. Va segnalato che è aumentata la quota di addetti delle partecipate di multinazionali coreane, mentre si è mantenuta stabile quella giapponese.

È presto per dire se l'accento di miglioramento del 2014 segnali l'avvio di un'evoluzione strutturalmente più favorevole per quanto riguarda l'attrazione di investimenti nel nostro paese. Si può, tuttavia, rilevare che alcune indagini internazionali cominciano a evidenziare un cambiamento di percezione da parte degli investitori esteri con una risalita di posizioni nelle graduatorie di attrattività.<sup>6</sup> Se questi segnali troveranno conferma nei dati, l'economia italiana potrà trarre importanti benefici dai contributi che le partecipazioni estere possono apportare in termini sia di attività in ricerca e sviluppo che di migliori pratiche manageriali.

All'aumento della presenza degli investitori esteri si è contrapposto nel 2014 un indebolimento della proiezione italiana all'estero sia in termini di numero di partecipate (-2,2 per cento), sia di addetti (3,1 per cento), sia, infine, di fatturato (-1,2 per cento). In un contesto di generale arretramento della propensione a investire, le difficoltà di accesso al credito hanno pesato anche nel 2014 sulla capacità di internazionalizzarsi delle imprese italiane, che tuttavia ha continuato a rafforzarsi anche negli anni della crisi. Le sue motivazioni principali sono l'ingresso in nuovi mercati e l'aumento della qualità dei prodotti, prima che la riduzione dei costi.<sup>7</sup> Sulla tendenza a sperimentare varie forme di internazionalizzazione, incluse le cosiddette "forme leggere", incide anche la maggiore consapevolezza dell'importanza di inserirsi in "catene del valore globali", che consentono migliori approvvigionamenti e più agevoli inserimenti in nuovi mercati.

<sup>4</sup> Nel 2013, tuttavia, la Germania ha scalzato dal primo posto gli Stati Uniti in termini di numero di imprese partecipate, soprattutto grazie a investimenti realizzati da piccole e medie imprese. Si vedano Mariotti S., Mutinelli M., Sansoucy L. (2015), *Italia Multinazionale 2014*, Rubbettino.

<sup>5</sup> Ivi.

<sup>6</sup> Ad esempio, secondo l'FDI Confidence Index della società A. T. Kearney, nel 2015 l'Italia è salita dal ventesimo al dodicesimo posto della classifica dei principali paesi europei per attrazione di investimenti.

<sup>7</sup> Si veda il rapporto *Struttura, performance e nuovi investimenti delle multinazionali italiane all'estero*, Istat, 15 dicembre 2014.

**Tavola 3.9 - Fatturato delle imprese estere a partecipazione italiana per aree e principali paesi**

Distribuzione percentuale

|                                       | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014 <sup>(1)</sup> |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| <b>Unione Europea (a 27)</b>          | <b>56,3</b>  | <b>55,3</b>  | <b>54,7</b>  | <b>53,3</b>  | <b>53,2</b>         |
| Austria                               | 0,9          | 0,9          | 1,0          | 1,0          | 1,0                 |
| Belgio                                | 3,0          | 2,9          | 2,0          | 1,8          | 1,8                 |
| Francia                               | 10,5         | 10,5         | 9,9          | 9,6          | 9,0                 |
| Germania                              | 9,2          | 9,4          | 8,8          | 8,5          | 8,5                 |
| Paesi Bassi                           | 3,8          | 3,3          | 4,6          | 4,2          | 4,2                 |
| Polonia                               | 2,7          | 2,5          | 2,5          | 2,4          | 2,3                 |
| Portogallo                            | 4,0          | 3,9          | 4,2          | 4,3          | 4,3                 |
| Regno Unito                           | 4,4          | 4,5          | 4,5          | 4,6          | 4,6                 |
| Repubblica Ceca                       | 1,0          | 1,0          | 1,1          | 1,0          | 1,0                 |
| Repubblica Slovacca                   | 0,7          | 0,8          | 0,9          | 0,8          | 0,8                 |
| Romania                               | 1,3          | 1,3          | 1,4          | 1,4          | 1,3                 |
| Spagna                                | 10,3         | 9,8          | 9,6          | 9,4          | 9,4                 |
| Ungheria                              | 0,6          | 0,5          | 0,5          | 0,6          | 0,6                 |
| <b>Altri paesi europei</b>            | <b>6,5</b>   | <b>6,7</b>   | <b>6,9</b>   | <b>7,1</b>   | <b>7,2</b>          |
| Norvegia                              | 0,6          | 0,7          | 0,7          | 0,8          | 0,9                 |
| Russia                                | 1,5          | 1,7          | 2,0          | 1,8          | 1,6                 |
| Svizzera                              | 2,0          | 1,8          | 1,6          | 1,5          | 1,4                 |
| Turchia                               | 1,6          | 1,8          | 1,9          | 2,0          | 1,9                 |
| <b>Africa settentrionale</b>          | <b>1,8</b>   | <b>1,9</b>   | <b>1,9</b>   | <b>1,8</b>   | <b>1,8</b>          |
| Algeria                               | 0,4          | 0,5          | 0,5          | 0,4          | 0,4                 |
| Egitto                                | 0,9          | 0,9          | 0,9          | 0,9          | 0,9                 |
| <b>Altri paesi africani</b>           | <b>2,4</b>   | <b>4,1</b>   | <b>4,0</b>   | <b>4,1</b>   | <b>3,6</b>          |
| Angola                                | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,4          | 0,4                 |
| Sudafrica                             | 1,1          | 2,8          | 2,8          | 3,0          | 2,6                 |
| <b>America settentrionale</b>         | <b>8,0</b>   | <b>8,5</b>   | <b>10,3</b>  | <b>13,9</b>  | <b>14,6</b>         |
| Canada                                | 0,6          | 0,5          | 0,5          | 0,6          | 0,6                 |
| Stati Uniti                           | 7,4          | 8,0          | 9,8          | 13,3         | 13,9                |
| <b>America centrale e meridionale</b> | <b>15,3</b>  | <b>14,3</b>  | <b>13,9</b>  | <b>12,0</b>  | <b>12,0</b>         |
| Argentina                             | 2,0          | 2,2          | 2,0          | 1,4          | 1,4                 |
| Brasile                               | 6,8          | 6,4          | 5,9          | 5,2          | 5,3                 |
| Cile                                  | 3,4          | 2,9          | 3,1          | 2,5          | 2,6                 |
| Messico                               | 2,0          | 1,9          | 1,9          | 1,8          | 1,8                 |
| <b>Medio Oriente</b>                  | <b>0,7</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,6</b>          |
| Arabia Saudita                        | 0,5          | 0,5          | 0,5          | 0,5          | 0,5                 |
| <b>Asia centrale e meridionale</b>    | <b>2,2</b>   | <b>2,1</b>   | <b>1,8</b>   | <b>1,6</b>   | <b>1,7</b>          |
| India                                 | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,6                 |
| Kazakistan                            | 1,5          | 1,4          | 1,1          | 0,9          | 0,9                 |
| <b>Asia orientale</b>                 | <b>5,8</b>   | <b>5,5</b>   | <b>4,8</b>   | <b>4,6</b>   | <b>4,6</b>          |
| Cina                                  | 2,0          | 2,2          | 1,9          | 1,8          | 1,8                 |
| Giappone                              | 0,8          | 0,8          | 0,5          | 0,4          | 0,4                 |
| Hong Kong                             | 0,6          | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3                 |
| Singapore                             | 1,6          | 1,4          | 1,3          | 1,2          | 1,3                 |
| <b>Oceania</b>                        | <b>1,0</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,9</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>          |
| Australia                             | 1,0          | 0,8          | 0,8          | 0,8          | 0,8                 |
| <b>Mondo</b>                          | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>        |
| Valore in milioni di euro             | 514.996      | 553.913      | 561.208      | 565.347      | 558.482             |
| Variazioni percentuali                | 10,4         | 7,6          | 1,3          | 0,7          | -1,2                |

(1) 2014: dati preliminari.

Fonte: Reprint, Ice - Politecnico di Milano

La distribuzione geografica delle partecipazioni italiane in imprese estere è meno concentrata rispetto a quella che caratterizza la provenienza delle partecipazioni estere in Italia.

Considerando il fatturato delle affiliate estere di imprese italiane (tav. 3.9), si nota che la quota dell'Unione Europea si è progressivamente ridimensionata nell'ultimo quadriennio, attestandosi poco al di sopra del 53 per cento. È invece aumentata la quota di fatturato diretta ai paesi europei non UE, anche se con andamenti diversificati nei principali mercati.

Il peso dell'Africa settentrionale è rimasto invariato, nonostante le tensioni politiche nel complesso dell'area. Si è invece ridotta l'incidenza dell'Africa sub-sahariana, con un calo soprattutto del fatturato in Sudafrica.

Gli Stati Uniti si sono confermati come la meta privilegiata per le multinazionali italiane. La loro incidenza in termini di fatturato è la più alta tra i paesi destinatari ed è cresciuta ulteriormente lo scorso anno. La quota dell'America centro-meridionale è invece rimasta invariata nel 2014, dopo essere diminuita sensibilmente nel triennio precedente. Segni di recupero sono stati registrati nei tre principali mercati, Brasile, Cile e Messico.

Nel 2014 si è contratta l'incidenza del Medio Oriente, mentre è cresciuta quella dell'Asia centrale, dove si nota l'interesse italiano per le imprese indiane, per lo più del settore meccanico<sup>8</sup> e per le imprese kazake nel settore estrattivo. Infine si è mantenuto stabile il peso del fatturato realizzato nell'Asia orientale (in cui tuttavia va segnalato l'aumento di Singapore) e in Oceania.

<sup>8</sup> Ivi.



### Le esportazioni e la geografia della domanda estera: un confronto tra l'Italia e i principali paesi dell'Unione Europea

di Donata Dionisi\*

*Sulla performance delle esportazioni sui mercati mondiali incidono, oltre che fattori di competitività e di composizione merceologica, le caratteristiche di specializzazione geografica dei diversi paesi concorrenti.*

*L'andamento delle esportazioni dipende, infatti, in modo determinante dalla dinamica relativa delle economie estere, sia in termini di domanda interna che di capacità di esportare e partecipare alle catene globali del valore. Fondamentale risulta perciò l'orientamento geografico delle esportazioni di un paese, ovvero la sua proiezione verso mercati più o meno dinamici. La linea di demarcazione tra gli uni e gli altri non coincide necessariamente con la tradizionale ripartizione tra mercati "maturi" ed "emergenti", ma si ritrova tanto nell'ambito dell'area avanzata quanto in quella emergente o in via di sviluppo e può ovviamente variare nel tempo.*

*La distribuzione geografica delle esportazioni manifesta una limitata variabilità nel breve periodo: i fattori che vi incidono sono per lo più di carattere strutturale, dipendenti dalla collocazione geografica dei paesi, dai vantaggi comparati che ne definiscono la struttura merceologica della produzione e da fattori storici. Vi incidono anche elementi politici quali le scelte di politica commerciale che spingono alla realizzazione di accordi preferenziali.*

*In passato, uno dei più significativi cambiamenti in termini di orientamento geografico delle esportazioni si è verificato proprio a seguito di un processo economico-politico, l'integrazione europea, che ha portato i partner della Comunità prima e dell'Unione poi, ad accrescere il proprio peso come mercato di sbocco per le reciproche esportazioni.*

*Nonostante una certa inerzia, l'orientamento geografico non costituisce, però, un elemento immutabile nel tempo. Esso risponde, più o meno rapidamente, al contesto internazionale cioè allo sviluppo economico delle varie aree e alla loro progressiva integrazione nei mercati globali.*

*Distribuzione geografica della domanda estera e capacità di adattamento dell'export a quest'ultima costituiscono insieme elementi fondamentali nell'influire sulla dinamica dell'export. Per valutare il caso italiano, si è partiti da un confronto sull'orientamento geografico delle esportazioni rispetto ai partner dell'Unione Europea (UE). Il confronto è stato effettuato nell'arco di dieci anni (2005-2014), considerando la distribuzione delle esportazioni dell'Italia e dell'Unione Europea tra nove aree geografiche.<sup>1</sup> Scegliere come termine di paragone l'Unione Europea ha il vantaggio di evidenziare le specificità dell'Italia rispetto a paesi simili per varie caratteristiche, tra cui la posizione geografica e le politiche commerciali esterne.*

\* Ice.

<sup>1</sup> Per misurare l'orientamento geografico relativo delle esportazioni italiane, sono stati usati i dati Fmi-Dots (Direction of Trade Statistics) sulle importazioni di ogni area geografica dall'Italia e dall'Unione Europea. In primo luogo, è stato calcolato il peso di ogni area sulle esportazioni dell'Italia con la seguente formula:  $\text{Peso } \alpha_{it} = \text{imp } a_{it} / \text{imp } m_{it}$  dove  $a$  rappresenta l'area e  $m$  il mondo. Si è poi calcolato in modo speculare il peso dell'area sulle esportazioni dell'UE:  $\text{Peso } \alpha_{ue} = \text{imp } a_{ue} / \text{imp } m_{ue}$ . L'indice di orientamento relativo è dato dal rapporto percentuale tra il primo e il secondo peso. Un valore superiore a 100 indica una specializzazione italiana rispetto all'aggregato dell'UE. Viceversa valori inferiori a 100 indicano una despecializzazione relativa nell'area rispetto all'UE.

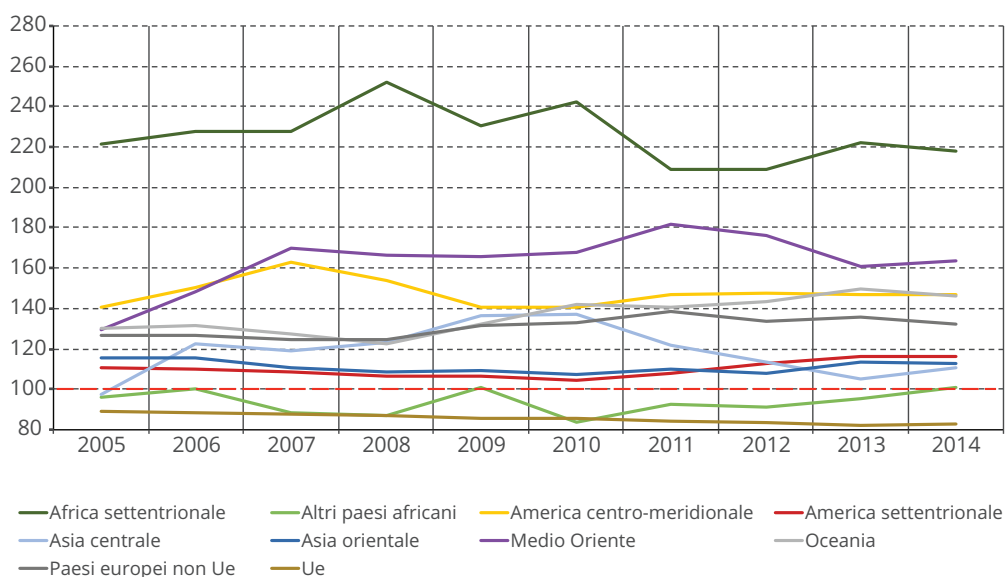
Dall'analisi degli indici di specializzazione geografica emerge in primo luogo il forte orientamento delle esportazioni italiane verso il Nord Africa e il Medio Oriente. Vicinanza geografica e legami storico-politici contribuiscono a spiegare questa maggiore proiezione del nostro paese verso tali mercati. Si deve, d'altra parte, notare che la specializzazione in queste due aree riflette, negli ultimi anni, un arretramento del loro peso nell'export italiano, ma meno che proporzionale rispetto alla contrazione osservata nell'export UE. Ciò è segno delle difficoltà di queste aree a importare in un periodo caratterizzato da tensioni geopolitiche e dal ribasso dei prezzi delle materie prime, in particolare il petrolio, che ne ha minato le ragioni di scambio.

L'export dell'Italia risulta, inoltre, relativamente più orientato di quello dell'UE verso l'America centro-meridionale e l'Oceania, dove probabilmente beneficia della vicinanza culturale di una parte della popolazione locale, almeno in alcuni grandi paesi. L'orientamento relativo delle esportazioni italiane verso i paesi europei non UE e l'Asia centrale, dopo essere tendenzialmente aumentato nella seconda parte degli anni duemila, ha subito un ridimensionamento a partire dal 2011. In America settentrionale e in Asia orientale, invece, è accaduto l'opposto e il più accentuato orientamento delle esportazioni italiane verso tali mercati sembra segnalare una buona capacità di adattamento ai mutamenti nelle tendenze della domanda mondiale.

A fronte di indici di specializzazione geografica superiori a 100 per tutte le aree menzionate finora, soltanto l'Unione Europea e l'area degli "altri paesi africani" si distinguono per avere un peso sulle esportazioni italiane inferiore alla loro incidenza su quelle dell'UE.

### Grafico 1 - Orientamento geografico delle esportazioni italiane

Indici di orientamento relativo rispetto all'Unione Europea, in percentuale



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots

La minore propensione dell'Italia verso gli scambi intra-comunitari è in parte un riflesso delle sue elevate dimensioni all'interno dell'UE, che si traducono meccanicamente in una minore importanza relativa dei mercati UE rispetto a quelli esterni; in altra parte potrebbe riflettere anche la posizione periferica dell'economia italiana rispetto ai maggiori mercati dell'Unione.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> La specializzazione delle esportazioni verso le aree esterne all'Unione Europea è una caratteristica comune agli altri maggiori paesi dell'Unione, nei quali anzi essa assume un'intensità maggiore che in Italia.



*La de-specializzazione verso l'UE è una caratteristica osservabile nell'intero arco di tempo considerato, ma che ha teso a rafforzarsi nel periodo più recente (con una interruzione nel 2014). La crisi del debito sovrano e la recessione che ne è seguita hanno probabilmente incoraggiato in Italia più che nella media dei paesi UE lo "sganciamento" relativo da questo mercato e la ricerca di sbocchi alternativi per le esportazioni.*

*La de-specializzazione verso il gruppo degli "altri paesi africani" ha avuto un andamento oscillante nel decennio osservato e si è annullata nel 2014.*

*I cambiamenti appena descritti nell'orientamento dell'export italiano hanno avvicinato o allontanato il suo modello di specializzazione geografica rispetto a quello dei paesi UE? Per verificare questo aspetto, ci siamo avvalsi di un indice di somiglianza, che è determinato da un confronto tra i pesi delle aree sulle esportazioni di un singolo paese e i pesi delle medesime sulle esportazioni dell'Unione Europea. L'indice varia tra 0 e 100, il valore minimo implica la massima dissomiglianza tra la distribuzione del paese e quella dell'area UE, il valore massimo, viceversa, implica la perfetta coincidenza tra le due distribuzioni.<sup>3</sup>*

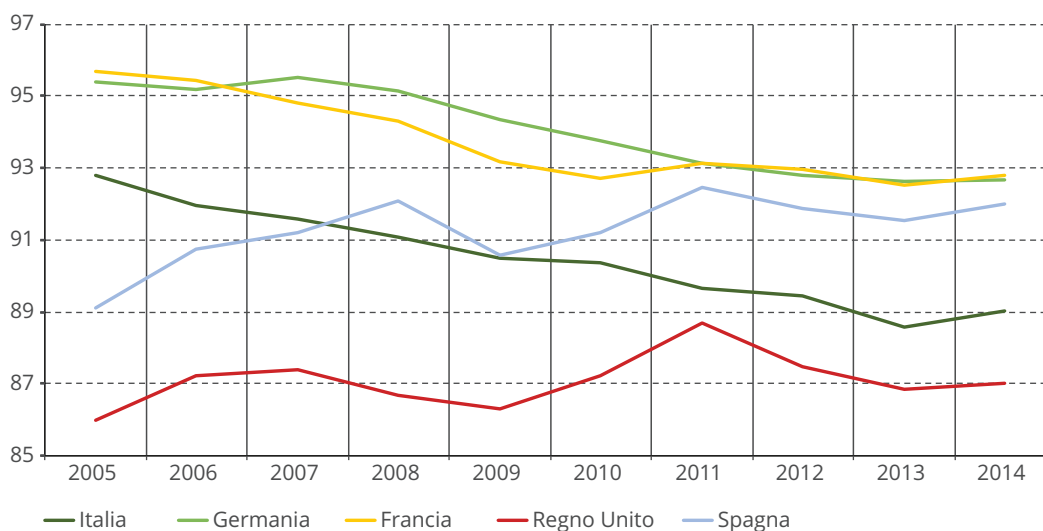
*L'indice è stato calcolato per i cinque principali paesi dell'Unione Europea. Esso è per tutti relativamente elevato (superiore a 85), ma ha rivelato fino al 2013 andamenti decrescenti, indicativi di un abbassamento del grado di similarità delle strutture geografiche di export. Tuttavia va notato che, mentre per Francia, Germania e Italia la tendenza discendente ha caratterizzato quasi ininterrottamente l'ultimo decennio, nel caso della Spagna e del Regno Unito essa è emersa soltanto dopo il 2011, interrompendo una fase di convergenza verso la media dell'Unione. Nel 2014 l'indice ha registrato un lieve recupero in tutti i paesi. In Italia si è attestato comunque su un livello tra i più bassi tra i principali paesi europei, superiore solo a quello del Regno Unito. La peculiare posizione geografica del Regno Unito e la sua tradizionale struttura di export, fortemente orientata verso l'America, spiega le persistenti differenze rispetto all'UE.*

<sup>3</sup> L'indice di somiglianza (S) usato è dato dalla seguente formula:  $S = 100 - 1/2 \sum_i |a_i - b_i|$  in cui  $a_i$  e  $b_i$  indicano i pesi percentuali di ogni area sulle esportazioni rispettivamente del paese considerato e dell'insieme dei paesi UE.



**Grafico 2 - Indici di somiglianza della distribuzione geografica delle esportazioni rispetto a quelle dell'Unione Europea**

Percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi - Dots

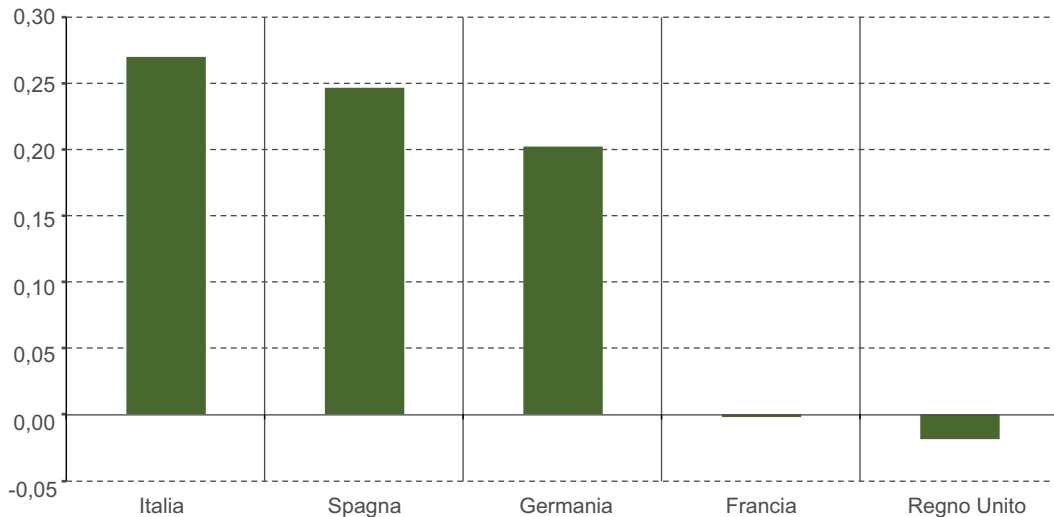
*Il fatto che i maggiori paesi dell'Unione rivelino comunque una forte somiglianza rispetto alla distribuzione geografica delle esportazioni dell'area si spiega in parte proprio con le loro grandi dimensioni relative, che accrescono la loro influenza sulla media alla quale vengono confrontati. Inoltre i risultati ottenuti dipendono anche dal fatto che le analisi sono state condotte in relazione a macro-aree di destinazione. Un'analisi svolta con i singoli paesi come mercati di sbocco, in luogo delle nove aree qui prese in considerazione, porterebbe presumibilmente a valori più bassi per gli indici di somiglianza.*

*Finora ci si è concentrati sull'esame (in termini di specializzazione e somiglianza) dei cambiamenti intervenuti nell'orientamento geografico delle esportazioni italiane in confronto con l'insieme dei partner UE. Il passo successivo è quello di analizzare la conformità di tali cambiamenti con la dinamica dei mercati di sbocco. La domanda su cui si vuole indagare è: la composizione geografica dell'export di ciascuna economia e, in particolare, dell'Italia è stata in grado di seguire l'espansione dei mercati maggiormente dinamici? Per verificare questo aspetto facciamo ricorso al concetto di flessibilità geografica delle esportazioni, misurata in termini di correlazione lineare tra le variazioni degli indici di orientamento relativo delle esportazioni di ciascun paese verso le nove aree considerate e le variazioni dei loro pesi sulle importazioni mondiali. Valori positivi suggeriscono una buona capacità di cogliere la diversa dinamicità dei mercati, valori negativi indicano invece un orientamento geografico sviluppato verso mercati a domanda relativamente lenta.*



### Grafico 3 - Indici di flessibilità geografica delle esportazioni

Grado di correlazione lineare tra le variazioni degli indici di orientamento geografico delle esportazioni e quelle dei pesi di ogni area sulle importazioni mondiali - 2005-2014



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots

*Da un confronto sull'intero periodo 2005-14 risulta che l'Italia si è caratterizzata, in media, per una capacità relativamente elevata di seguire la domanda internazionale, evidenziata da una correlazione con la dinamica dei mercati di sbocco superiore a quella dei partner europei considerati. All'opposto, la Francia e soprattutto il Regno Unito si sono rivelate le economie più statiche, con strutture di export che si sono mosse meno in sintonia con i mercati di sbocco.*

### Tavola 1 - Indici di flessibilità geografica delle esportazioni

Grado di correlazione lineare tra le variazioni degli indici di orientamento geografico delle esportazioni e quelle dei pesi di ogni area sulle importazioni mondiali

| Paesi       | Flessibilità |           |           |
|-------------|--------------|-----------|-----------|
|             | 2005-2008    | 2008-2011 | 2011-2014 |
| Italia      | 0,3          | 0,1       | -0,1      |
| Francia     | -0,4         | 0,0       | -0,2      |
| Germania    | 0,3          | 0,5       | 0,1       |
| Regno Unito | -0,3         | -0,1      | 0,2       |
| Spagna      | 0,0          | 0,0       | 0,2       |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots

Tali indicatori sottendono tuttavia andamenti alquanto differenziati all'interno del periodo considerato. Segmentando l'intero periodo in tre archi temporali (2005-2008, 2008-2011 e 2011-2014), emerge che la correlazione positiva dell'Italia è andata notevolmente indebolendosi col passare del tempo. Prima dell'esplosione della crisi (nel 2005-2008) l'Italia aveva un indice di flessibilità uguale a quello della Germania e significativamente superiore a quello degli altri partner europei. Successivamente tale indicatore si è marcatamente ridotto, divenendo addirittura negativo nella fase più recente (2011-2014).

Un percorso diverso ha caratterizzato l'export tedesco il cui orientamento si è correlato maggiormente con l'evoluzione dei mercati mondiali nella prima fase della crisi (2008-2010), riuscendo così ad assorbire meglio del nostro Paese il collasso del commercio globale verificatosi tra il 2008 e il 2009. L'indice di flessibilità si è poi ridotto anche per la Germania negli ultimi anni (2011-2014), mantenendo però un valore positivo.

Gli altri paesi europei hanno registrato un incremento della loro flessibilità partendo tuttavia da livelli negativi o di molto inferiori: prima della crisi, sia il Regno Unito che la Francia erano riorientati a esportare verso mercati a domanda relativamente lenta (correlazioni negative nel 2005-2008), ma si sono dimostrati nel successivo periodo un po' più reattivi nel seguire i cambiamenti della domanda; la Francia, però, è andata incontro a un nuovo indebolimento nella fase più recente. Per la Spagna la flessibilità si è mantenuta nulla nei primi due periodi considerati, ma è salita considerevolmente nell'ultimo triennio.

La crisi internazionale ha colpito duramente le imprese italiane, anche quelle esportatrici. A fronte di un mercato interno in drastica contrazione dal 2011, le imprese che avevano una potenzialità o una già consolidata vocazione a esportare hanno dovuto cercare di rafforzare la loro capacità di penetrazione nel mercato mondiale per compensare il venire meno della domanda interna. Ciò ha implicato riorganizzazioni, cambiamenti nei processi produttivi e anche il tentativo di modificare, lì dove possibile, la geografia delle vendite all'inseguimento dei mercati più dinamici. La distribuzione delle esportazioni italiane sta progressivamente spostandosi verso Oriente, tentando di cogliere le opportunità offerte dallo sviluppo di questa area; il percorso appare tuttavia ancora lungo, come mostrano le difficoltà di riorientarsi verso i mercati più dinamici manifestatesi nell'ultimo triennio. Di maggiore successo, in termini di specializzazione in rapporto ai partner UE, è l'orientamento verso il mercato nordamericano, caratterizzato negli ultimi anni da una più forte dinamica. In questa ricerca delle opportunità di sbocco più promettenti che coinvolge tutte le economie, le distribuzioni delle esportazioni dei paesi europei sono apparse divergere negli anni della crisi. In questo quadro, il grado di similarità geografica dell'export dell'Italia con quello dell'UE si è ulteriormente abbassato, proseguendo una tendenza che ha contrassegnato anche lo scorso decennio.

La distribuzione geografica dell'export italiano, frutto di peculiarità territoriali, di dotazioni fattoriali e di vicissitudini storico-politiche ha manifestato nel periodo più recente, caratterizzato dalla crisi del mercato interno, una ridotta capacità di catturare la domanda internazionale e di seguirne l'andamento. Una capacità che è stata a lungo una caratteristica strutturale del nostro export<sup>4</sup> e che va urgentemente recuperata.

<sup>4</sup> Si veda il contributo di Iapadre L. "Le esportazioni italiane e la geografia della domanda estera (1948-1994)" in *Rapporto sul Commercio estero 1994*, Icc, Istituto nazionale per il Commercio Estero.



### Il ruolo degli imprenditori immigrati per l'interscambio commerciale dell'Italia

di Isabella Corvino, Daniele Frigeri e Andrea Stocchiero\*, Patrizia Cella e Mariagloria Narilli\*\*

#### Premessa

*Il ruolo crescente dell'immigrazione nelle società d'accoglienza, l'inclusione sociale e l'integrazione nel mondo del lavoro e nella produzione sono questioni sempre più trattate, ma solo recentemente la letteratura scientifica e il dibattito politico hanno iniziato a evidenziare il ruolo degli imprenditori immigrati nel commercio con l'estero. L'importazione di "beni nostalgici", o di materie prime di qualità e le esportazioni sono attività in cui i migranti hanno la possibilità di impiegare il loro vantaggio competitivo, dato dal vivere contemporaneamente tra due sponde: quella del paese di insediamento e quella dei paesi di origine.*

*La letteratura che analizza le determinanti e gli effetti della partecipazione dei migranti al commercio internazionale si basa ancora molto su casi studio (cfr. Bacarreza e Ehrlich, 2006; Gould 1994; Head e Ries 1998), incentrati sull'analisi di una particolare collettività straniera o sui volumi di scambio tra due paesi specifici, in parte aumentati grazie alla presenza di imprenditori immigrati. La letteratura internazionale ha approfondito le questioni relative all'impulso economico che esercitano le comunità di immigrati, al superamento delle barriere informative, all'impatto dei networks transnazionali sul costo del lavoro e sui prezzi finali delle merci. Secondo alcuni autori (cfr. Rauch 2001; Rauch e Casella 2003), i networks<sup>1</sup> aumentano i flussi commerciali bilaterali e hanno un considerevole ruolo nel far incontrare domanda e offerta. L'effetto della presenza di imprenditori immigrati è tanto più importante quanto meno il paese abbia legami storici con i paesi di origine, anche in qualità di ex colonie (cfr. Rauch e Trindade 2002). Parson (2012) ha poi notato come, dividendo il mondo in un emisfero nord ricco e un emisfero sud più povero, l'effetto commerciale attivato è maggiore nella direttrice che va da nord a sud, perché i prodotti esportati dal nord sono maggiormente differenziati e perché le barriere informative per entrare nei mercati del nord sono più alte. Secondo Head e Ries (1998) l'accesso preferenziale degli immigrati alle opportunità di alcuni mercati (quelli dei paesi d'origine e dei beni etnici) è evidente e le politiche migratorie possono imprimere indirettamente un forte impatto sui flussi di import-export; a tal proposito Iranzo e Peri (2009) simulano come una libera circolazione delle persone e dei beni, nel caso dell'entrata dei paesi dell'Europa orientale nell'Unione Europea, favorisca l'emigrazione di persone con alti livelli educativi, portando a un aumento del loro reddito e a una maggiore efficienza produttiva nei paesi di immigrazione, che a sua volta si riverbera nel miglioramento delle condizioni anche delle popolazioni che risiedono nei paesi di origine, attraverso la riduzione dei prezzi dei beni.*

*La letteratura italiana, per un diverso livello di anzianità del fenomeno migratorio rispetto a paesi di tradizionale immigrazione, si concentra sulle sfide crescenti che questo pone nel commercio internazionale, nel momento in cui si passa dall'importazione di beni nostalgici per le comunità immigrate a una fase in cui i migranti diventano attori del commercio internazionale tout court*

\* Centro studi di politica internazionale (Cespi)

\*\* Istat

<sup>1</sup> Le reti sono una forma di capitale sociale, secondo la definizione di P. Steiner (2001) "una rete stabile più o meno istituzionalizzata di relazioni reciproche e conoscenze tra individui costituisce una risorsa, attuale o potenziale, che gli individui possono mobilitare per raggiungere i loro obiettivi".

(cfr. Arrighetti, Bolzani, Lasagni 2014). Si ribadisce il ruolo del network e delle business communities (Frigeri, 2014) nel facilitare tramite legami fiduciari il passaggio di informazioni utili ad abbattere i costi di transazione e a stimolare gli scambi. Inoltre, De Benedictis, Bratti, Santoni (2014) sottolineano come vi sia una relazione positiva tra immigrazione e commercio, derivante dal fatto che: (a) le preferenze di consumo degli immigrati favoriscono l'importazione dei beni etnici, così come l'export verso i propri paesi d'origine; (b) il ponte creato dalle migrazioni e dalle business communities<sup>2</sup> riduce i costi fissi di conoscenza<sup>3</sup> delle possibilità di export e innalza il livello di informazione sulle opportunità di mercato esistenti nei paesi di origine; (c) gli immigrati hanno un accesso preferenziale nel proprio paese d'origine (tanto più se provenienti da un paese caratterizzato da situazioni istituzionali instabili, dove vi sono contratti impliciti o difficili da tutelare per cui il migrante agisce da garanzia). Tali effetti positivi sono ancor più evidenti e importanti in zone economicamente meno dinamiche. De Arcangelis, Ferri, Galeotti e Giovannetti (2000) affermano infine che l'intensificarsi delle migrazioni da aree come il Mediterraneo e l'Europa orientale potrebbe consolidare la penetrazione commerciale italiana in combinazione con i flussi di investimenti diretti esteri.

Da questa breve analisi della letteratura si evince quindi come gli effetti delle migrazioni sul commercio internazionale siano tendenzialmente positivi. Tali meccanismi dovrebbero quindi essere sostenuti da politiche adatte per creare le migliori condizioni di integrazione socio-economica transnazionale. Sulla base di una collaborazione scientifica recentemente attivata tra l'Ice, l'Istat e il Cespri, si è cercato di definire un approccio metodologico che consenta di individuare le imprese con imprenditori stranieri che hanno attivato flussi commerciali con i paesi di origine. La metodologia illustrata nel seguente paragrafo ha carattere sperimentale e necessita di ulteriori approfondimenti e raffinamenti. Nel paragrafo successivo sono riportati alcuni risultati empirici preliminari, che tuttavia non hanno ancora il carattere di produzione statistica ufficiale.

### Aspetti metodologici

La metodologia proposta per individuare le imprese esportatrici e importatrici con imprenditore straniero si basa sull'integrazione tra l'archivio degli operatori che realizzano commercio estero (Coe) e l'Archivio statistico delle imprese attive (Asia) in Italia, opportunamente ampliato per includere informazioni sulla nazionalità dell'imprenditore (register-based approach).

A livello definitorio, l'imprenditore è colui che detiene e organizza i fattori produttivi in termini di capitali, mezzi di produzione, forza lavoro e materie prime, attraverso i quali contribuisce alla creazione di nuova ricchezza e valore sotto forma di beni e servizi utili alla collettività. Più complessa è la misurazione statistica degli imprenditori, anche in relazione alle diverse tipologie di imprese che operano sul territorio nazionale: imprese individuali, società di persone e società di capitali o cooperative.

Al fine di individuare la figura dell'imprenditore (o degli imprenditori) in tutti i tipi di impresa, è stata sviluppata una metodologia che sfrutta le informazioni di fonte amministrativa sulla struttura societaria dell'impresa.

In particolare si è fatto riferimento alla stessa struttura informativa utilizzata per l'individuazione

- <sup>2</sup> Le business communities migranti sono l'insieme delle ditte e delle persone appartenenti a uno stesso gruppo nazionale disposte a partecipare e a investire in varia misura nelle imprese sorte in una determinata area territoriale.
- <sup>3</sup> Una barriera informale è la mancanza di informazioni sulle opportunità commerciali e di investimento internazionali, Portes e Rey (1999), Rauch e Casella (2003).



dell'occupazione indipendente del registro delle imprese attive (Asia). Tale struttura è il risultato dell'integrazione di più fonti sia statistiche (il registro delle imprese attive, l'archivio dei gruppi d'impresa) sia amministrative, di cui le principali sono: l'archivio artigiani e commercianti dell'Istituto nazionale della previdenza sociale (Inps), l'archivio persone d'impresa delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura (Cciaa), l'archivio soci, sempre di provenienza Cciaa, e il quadro Rh del modello unico Persone fisiche (Pf) gestito dall'Anagrafe tributaria. In tale database integrato, oltre alle informazioni sulle imprese, si hanno anche quelle sui soci di ogni impresa. Nel dettaglio, per poter individuare la figura dell'imprenditore, sono state considerate le seguenti informazioni:

- a) la carica che ogni socio ricopre all'interno dell'impresa
- b) la quota di partecipazione societaria che eventualmente il socio detiene all'interno dell'impresa
- c) l'essere o meno occupato indipendente
- d) la forma giuridica dell'impresa a cui il socio appartiene.

Sostanzialmente per le imprese individuali e per tutte le società di persone sono stati considerati imprenditori tutti gli occupati indipendenti. Per le società di capitali e per le società cooperative sono stati considerati imprenditori quei soci che, all'interno dell'impresa, ricoprono o una carica di tipo amministrativo oppure detengono una quota societaria di maggioranza o entrambe. Sono state escluse dall'analisi tutte le imprese appartenenti a gruppi d'impresa, a eccezione di quelle con vertice costituito da una persona fisica.

Una volta individuati gli imprenditori all'interno di ogni impresa, al fine di stabilire se essi siano di origine straniera, è stato considerato il loro codice fiscale.<sup>4</sup> Sfruttando tale informazione, per ogni impresa sono stati individuati sia i soci che gli imprenditori stranieri provenienti da uno dei paesi considerati nella ricerca, nell'ipotesi che il dato fiscale identifichi una reale esperienza migratoria.<sup>5</sup> È considerata impresa con imprenditore immigrato quella in cui una o più persone fisiche originarie dai paesi considerati nella ricerca rivestono il ruolo di imprenditore/socio di riferimento. L'analisi è stata realizzata considerando un insieme limitato di paesi (Brasile, Cina, Ecuador, Nigeria, Pakistan, Perù, Senegal e Tunisia), scelti secondo un criterio di distribuzione per continenti e per il peso numerico della collettività straniera in Italia. I settori di attività economica sono stati definiti ad hoc a partire dalla classificazione delle Attività economiche (Ateco) a due cifre sulla base dei settori di specializzazione prevalente in cui operano gli imprenditori immigrati in Italia. Come illustrato nella tavola 1, le imprese con imprenditore immigrato dagli otto paesi prescelti per la ricerca e che realizzano attività di import-export verso questi stessi paesi sono 2.565. Spiccano per numerosità le aziende con imprenditori cinesi, seguiti da nigeriani, senegalesi, tunisini, e pakistani. I primi tre settori in cui si concentra la loro attività sono l'intermediazione commerciale diversa da autoveicoli e motocicli (che da sola conta per più del 75 per cento della numerosità complessiva delle imprese), gli altri settori non manifatturieri e i settori tradizionali del made in Italy (tessili, abbigliamento e calzature).

- ④ Come è noto, è possibile stabilire il paese di nascita di un individuo a partire dal dodicesimo carattere presente nel codice fiscale. Un individuo è nato all'estero se il dodicesimo carattere è uguale a "Z". Inoltre i 3 caratteri seguenti del codice fiscale permettono di stabilire il paese di nascita.
- ⑤ Questa informazione presenta tuttavia una serie di limitazioni che possono agire nella direzione di una sovrastima o sottostima del fenomeno. I fattori di sottostima sono causati da un mancato conteggio degli imprenditori di seconda generazione nati in Italia, mentre la sovrastima riguarda l'impossibilità di distinguere cittadini italiani nati all'estero e rientrati in Italia.

**Tavola 1 - Imprese esportatrici ed importatrici con imprenditore immigrato per settore di attività economica e nazionalità - Anno 2013**

| Settore di attività economica/Nazionalità   | Brasile    | Cile         | Ecuador   | Nigeria    | Pakistan   | Perù      | Senegal    | Tunisia    | Totale       |
|---|------------|--------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|------------|--------------|
| <b>Manifattura</b>  |            |              |           |            |            |           |            |            |              |
| Industrie alimentari  | 1          | 6            | -         | -          | -          | -         | -          | -          | 7            |
| Settori tradizionali del <i>made in Italy</i> (tessili, abbigliamento, calzature, ecc.) | 8          | 151          | 1         | 3          | 2          | 7         | 8          | 4          | 184          |
| Riparazione di macchine e apparecchiature   | 3          | -            | 1         | -          | 1          | -         | 1          | 2          | 8            |
| Altri settori manifatturieri <sup>(1)</sup>   | 12         | 16           | 4         | 1          | -          | 4         | 4          | 8          | 49           |
| <b>Intermediazione commerciale</b>  |            |              |           |            |            |           |            |            |              |
| Intermediazione commerciale diversa da autoveicoli e motocicli                          | 54         | 1.163        | 28        | 206        | 114        | 35        | 245        | 88         | 1.933        |
| Intermediazione commerciale di autoveicoli e motocicli                                  | 3          | 4            | -         | 52         | 1          | 1         | 12         | -          | 73           |
| <b>Costruzioni e servizi non commerciali</b>  |            |              |           |            |            |           |            |            |              |
| Costruzioni   | 10         | 3            | 5         | 6          | -          | 2         | 8          | 25         | 59           |
| Servizi di alloggio e ristorazione  | 1          | 30           | -         | 2          | 1          | -         | -          | 4          | 38           |
| <b>Altri settori<sup>(2)</sup></b>  | <b>15</b>  | <b>47</b>    | <b>14</b> | <b>63</b>  | <b>11</b>  | <b>12</b> | <b>44</b>  | <b>8</b>   | <b>214</b>   |
| <b>Totale</b>   | <b>107</b> | <b>1.420</b> | <b>53</b> | <b>333</b> | <b>130</b> | <b>61</b> | <b>322</b> | <b>139</b> | <b>2.565</b> |

<sup>(1)</sup> Includono i settori industriali diversi da quelli specificati nell'ambito della manifattura (per esempio chimica, meccanica, ecc.).

<sup>(2)</sup> Includono tutti i settori di tipo non manifatturiero o commerciale non rappresentati nella tavola (per esempio, intermediari finanziari, servizi di trasporto ecc.).

Fonte: elaborazioni sperimentali su Asia Coe (Istat)

### Analisi dei risultati preliminari

*L'analisi dei flussi commerciali attivati dalle imprese<sup>6</sup> con imprenditore immigrato mostra, in termini di valore monetario delle merci, una differente prevalenza nella direzionalità dell'interscambio a seconda del paese di provenienza. Nel caso di Cina, Nigeria, Ecuador, e Pakistan, le importazioni risultano prevalenti rispetto alle esportazioni, mentre la situazione inversa si riscontra per Senegal, Perù, Tunisia e Brasile (tavola 2).*

<sup>6</sup> Le micro-imprese includono aziende da 1 a 9 addetti, le piccole imprese da 10 a 49, le medie imprese da 50 a 249 imprese, e le grandi imprese oltre 250 addetti.



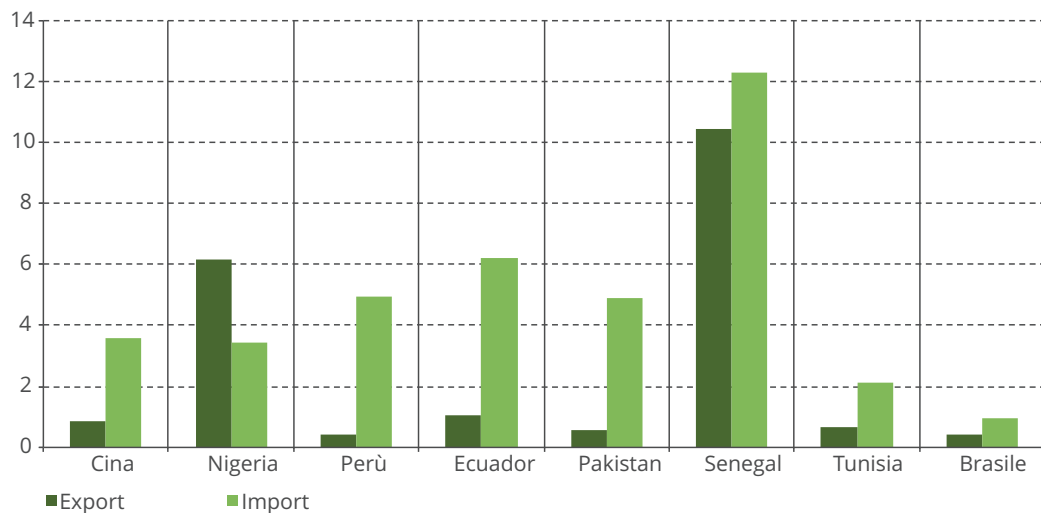
**Tavola 2 - Importazioni ed esportazioni attivate da imprese con imprenditore immigrato - Anno 2013**  
Composizioni percentuali del valore monetario dei flussi cumulati

| Paesi    | Export | Import |
|----------|--------|--------|
| Cina     | 14     | 86     |
| Nigeria  | 31     | 69     |
| Perù     | 55     | 45     |
| Ecuador  | 47     | 53     |
| Pakistan | 14     | 86     |
| Senegal  | 85     | 15     |
| Tunisia  | 58     | 42     |
| Brasile  | 69     | 31     |

Fonte: elaborazioni sperimentali su dati Asia Coe (Istat)

*In termini di numerosità delle aziende attive nell'interscambio commerciale con i paesi di origine emerge, per la maggioranza dei paesi, una più elevata incidenza delle imprese a titolarità immigrata nell'attività di importazione. Sul fronte dell'export, appare particolarmente significativo il peso delle imprese a titolarità senegalese, che pesano per quasi l'11 per cento, e di quelle nigeriane, che pesano per il 6 per cento (grafico 1).*

**Grafico 1 - Imprese a titolarità immigrata per paese e per direzione del flusso commerciale - Anno 2013**  
In percentuale del totale imprese import/export residenti in Italia



Fonte: elaborazioni sperimentali su dati Asia Coe (Istat)

*In termini di valore dell'interscambio, sono le nazionalità sud-americane che fanno registrare i pesi relativi maggiori dal lato delle importazioni, con quote prossime al 6 per cento sui valori di interscambio complessivi.*



In termini dimensionali nel 96 per cento dei casi si tratta di micro-imprese, poco meno del 4 per cento sono piccole imprese e solo 6 sono di medie dimensioni. Le imprese cinesi si distinguono, oltre che per la numerosità, con 1.420 unità, per un numero comparativamente più elevato di imprese di dimensione piccola (il 5,3 per cento del totale delle imprese cinesi, pari a 76 unità). Da notare inoltre, che seppur con numeri nettamente inferiori alla realtà cinese, il totale delle piccole imprese brasiliane si attesta a circa il 10 per cento del totale.

In termini di valore complessivo dell'interscambio, il contributo degli imprenditori immigrati ai flussi commerciali nazionali da e verso i paesi considerati è di poco inferiore all'1 per cento, per oltre 400 milioni di euro (tavola 3). Un'analisi per singolo paese mostra quote superiori all'1 per cento solo per la Cina, il Pakistan e il Senegal.

La fotografia appare più interessante in termini di numerosità di imprese. I titolari immigrati rappresentano in media il 2,5 per cento del numero totale di imprese italiane che importano ed esportano da e verso questi paesi, con punte significative nei servizi di alloggio e ristorazione (15,2 per cento), nel commercio diverso da autoveicoli e motocicli (5,9 per cento), nelle costruzioni (4,3 per cento) e negli altri settori non manifatturieri (3,8 per cento) (tavola 3).

**Tavola 3 - Valore complessivo dell'interscambio attivato da imprese con imprenditore straniero per settore di attività economica - Anno 2013**

| Settore di attività economica   | Valore complessivo interscambio <sup>(1)</sup> | Valore interscambio (in % del dato nazionale) | Numero di imprese (in % del dato nazionale) |
|---|--|---|---|
| Industrie alimentari  | 348.149  | 0,0   | 0,2   |
| Altri settori manifatturieri  | 2.504.259                                      | 0,0   | 0,1   |
| Altri settori non manifatturieri diversi da quelli specificati                          | 11.678.238                                     | 1,5   | 3,8   |
| Intermediazione commerciale diversa da autoveicoli e motocicli                          | 364.632.606                                    | 2,6   | 5,9   |
| Intermediazione commerciale di autoveicoli e motocicli                                  | 989.820  | 0,2   | 2,7   |
| Costruzioni   | 565.485  | 0,5   | 4,3   |
| Riparazione, manutenzione e installazione di macchine e apparecchiature                 | 0  | 0,0   | 0,4   |
| Servizi di alloggio e ristorazione  | 782.793  | 20,1  | 15,2  |
| Settori tradizionali del <i>Made in Italy</i> (tessili, abbigliamento, calzature, ecc.) | 30.718.205                                     | 0,4   | 1,2   |
| <b>Totale</b>   | <b>412.219.555</b>                             | <b>0,8</b>                                    | <b>2,5</b>                                  |

<sup>(1)</sup> Valore cumulato delle esportazioni e delle importazioni in euro

Fonte: Istat



*L'analisi prosegue con qualche esempio relativo a singoli paesi di origine degli imprenditori immigrati.*

*Gli imprenditori di origine cinese hanno un peso pari all'1,5 per cento sul valore economico delle importazioni italiane dal colosso orientale, mentre in termini di numerosità di imprese si attestano al 3,6 per cento. L'interscambio è realizzato prevalentemente da imprese attive nell'intermediazione commerciale (diversa da autoveicoli e motocicli) e nei settori tradizionali del made in Italy (tessile, abbigliamento, calzature). Per quanto riguarda le esportazioni sono rilevanti anche imprese di altri settori manifatturieri.*

*Gli imprenditori pakistani in Italia sono coinvolti soprattutto in attività di importazione dal proprio paese. Rappresentano il 5 per cento delle imprese italiane che importano dal Pakistan e sono registrati esclusivamente nel settore dell'intermediazione commerciale diversa da autoveicoli e motocicli.*

*Gli imprenditori di origine tunisina più attivi in termini di valore dell'interscambio bilaterale con l'Italia sono concentrati soprattutto nell'intermediazione commerciale (diversa da autoveicoli e motocicli) in entrambe le direzioni e per quanto riguarda le sole esportazioni nei settori del tessile, abbigliamento e calzature.*

### Conclusioni

*L'evidenza empirica illustrata in questo contributo, seppur sulla base di una metodologia ancora sperimentale, sembra indicare un peso ancora modesto del fenomeno dell'imprenditoria immigrata rispetto al valore complessivo degli scambi dell'Italia con i paesi di provenienza degli imprenditori. Tuttavia, si rilevano già alcuni elementi di potenzialità importanti, evidenziati, per alcune nazionalità straniere, dalla numerosità delle imprese che contribuiscono all'interscambio fra l'Italia e il proprio paese di origine. Un fenomeno che potrà essere ulteriormente indagato, non solo ampliando la base dell'indagine, ma soprattutto considerando la sua evoluzione nel tempo e la possibilità che esso venga sostenuto e rafforzato a partire dalle evidenze mostrate.*

### Nota bibliografica di approfondimento

*Arrighetti A., Bolzani D. e Lasagni A. (2014), Beyond the Enclave? Break-outs Into Mainstream Markets and Multicultural Hybridism in Ethnic Firms, "Entrepreneurship & Regional Development", vol. 26, n. 9-10.*

*Bacarreza G. J. C. e Ehrlich L. (2006), The Impact of Migration on Foreign Trade: A Developing Country Approach, "American Journal of Economic Development", n. 6.*

*Bratti M., De Benedictis L. e Santoni G. (2014), On the pro-trade effects of immigrants, "Review of World Economics", vol. 150, n. 3*

*De Arcangelis G., Ferri G., Galeotti M. e Giovannetti G. (2000), Sud o est? Sfide e opportunità per l'Italia di una crescente integrazione, Banca d'Italia, "Incontro di lavoro sulle economie del Mediterraneo", Roma 6 aprile.*

*Frigeri D. (2014), Osservatorio Nazionale sull'Inclusione Finanziaria dei Migranti in Italia, terzo rapporto, Roma, CeSPI – Centro Studi di Politica Internazionale.*

- Gould D. M. (1994), Immigrant Links to the Home Country: Empirical Implications for U.S. Bilateral Trade, *"The Review of Economics and Statistics"*, vol. 76, n. 2.
- Head K. e Ries J. (1998), Immigration and Trade Creation: Econometric Evidence from Canada, *"The Canadian Journal of Economics / Revue Canadienne d'Economie"*, vol. 31, n. 1.
- Iranzo S. e Peri G. (2009), Migration and Trade: Theory with an Application to the Eastern–Western European Integration, *"CREAM Discussion Paper Series"*, n. 5.
- Parsons C. R. (2012), Do Migrants Really Foster Trade? The Trade-Migration Nexus, a Panel Approach 1960–2000, *"World Bank Policy Research Working Paper"*, n. 6034.
- Portes R. e Rey H. (1999), The Determinants of Cross-Border Equity Flows, *NBER WP No. 7336*.
- Rauch J. E. (2011), Association and Social Networks in International Trade, *"Journal of Economic Literature"*, vol. 39, n. 4.
- Rauch J. E. e Casella A. (2003), Overcoming Informational Barriers to International Resource Allocation: Prices and Ties, *"The Economic Journal"*, vol. 113, n. 484.
- Rauch J. E. e Trindade V. (2002), Ethnic Chinese Networks in International Trade, *"The Review of Economics and Statistics"*, vol. 84, n. 1.
- Steiner P. (2001) *La sociologie économique, La Decouverte, Paris; traduzione it.: Economia, mercati, società, Il Mulino, Bologna.*





I SETTORI





## 4.1 Gli scambi di merci\*

Nel 2014 l'espansione del saldo commerciale è avvenuta seguendo in parte le impronte del 2013, riflettendo da un lato la contrazione del disavanzo energetico e dall'altra l'incremento del saldo manifatturiero. Nel primo caso la dinamica è riconducibile all'intensificarsi di alcuni dei fattori che già nel 2013 avevano determinato una contrazione degli acquisti di prodotti energetici dell'Italia. In particolare la domanda ha continuato a mostrare segnali di debolezza<sup>1</sup>, riflettendosi in una contrazione delle quantità importate del 9,3 per cento, mentre la riduzione della quotazione internazionale del petrolio, confermata dall'intensificarsi dei fattori ribassisti, si è riflessa in una caduta dei prezzi all'import del 7,4 per cento, solo marginalmente contrastata dal deprezzamento dell'euro nella seconda metà dell'anno. Al **settore estrattivo** è interamente riconducibile la flessione delle importazioni totali, mentre il 2014 si è caratterizzato per una ripresa piuttosto generalizzata degli acquisti dall'estero nella **manifattura** (tavola 4.1). L'incremento delle importazioni non ha tuttavia impedito un'ulteriore espansione del surplus manifatturiero, che ha raggiunto i 99,5 miliardi di euro, grazie alla dinamica favorevole delle esportazioni (+2,2 per cento), che erano invece state stagnanti nel 2013.

Nel 2014 il commercio estero dell'Italia, nella sua declinazione settoriale, ha manifestato una *performance* positiva per la maggior parte delle voci. Un *trait d'union* nell'andamento dei settori che hanno conseguito i risultati migliori può essere individuato nella loro identità tecnologica e innovativa, che contraddistingue non solo i settori tecnologici in senso stretto, quali la farmaceutica o l'aeronautica, ma anche la componente a più elevato contenuto di innovazione tecnologica dei settori considerati tradizionali, quali la filiera tessile e quella del legno-arredo.

Lo scenario politico ed economico internazionale ha posto delle sfide importanti per le imprese italiane proiettate sui mercati esteri. La situazione politica in Russia, l'intensificarsi delle tensioni geopolitiche nell'area del Mediterraneo, la riduzione del prezzo del petrolio che, se da un lato ha ridotto l'onere delle importazioni, dall'altro ha indebolito il potere d'acquisto di alcuni importanti mercati di destinazione delle merci italiane e, infine, il rallentamento della crescita economica nelle economie emergenti sono alcuni dei principali eventi che hanno caratterizzato il 2014. Nonostante l'avversità di tali fattori, le imprese italiane hanno mostrato una discreta capacità di approfittare della dinamicità della domanda di altri mercati maturi e politicamente più stabili, in particolare quello nordamericano e quello dell'Unione Europea, conseguendo guadagni di quota in molti comparti.

Il recupero di quota sembra inserirsi in un quadro, dai contorni sempre più definiti, di riposizionamento competitivo delle esportazioni italiane, risultato di una strategia volta a puntare su fattori che rientrano nel dominio della qualità, più che del prezzo.

Passando all'analisi del dettaglio settoriale, il miglioramento del saldo manifatturiero è stato rallentato, anche per il 2014, dalla contrazione delle vendite di **coke e prodotti petroliferi raffinati** (-14,2 per cento) e di **prodotti della metallurgia** (-4,5 per cento). Con riferimento ai primi, la riduzione delle quotazioni internazionali del petrolio ha consentito un lieve recupero dei margini di guadagno per i produttori italiani senza, tuttavia, contrastarne la perdita di competitività sui mercati internazionali. Il settore risulta ancora caratterizzato da un eccesso di capacità produttiva rispetto alla domanda, sia per effetto del calo dei consumi interni che

<sup>1</sup> L'Unione Petrolifera ha stimato per il 2014 un calo di consumi di energia dell'Italia, misurati in milioni di tep, pari al 5,1 per cento. Fonte: Unione Petrolifera (2014), *Preconsuntivo petrolifero 2014*, Roma.

\* Capitolo redatto da Vera Santomartino (Ice) con la supervisione di Alessandra Lanza (Partner Prometeia).

dell'intensificarsi della concorrenza internazionale. Nel 2014 non si è verificato l'effetto di sostituzione della produzione interna con le importazioni che aveva determinato un grande incremento degli acquisti dall'estero nel 2013, risultati invece in forte calo nel 2014 (-17,1 per cento). La metallurgia ha scontato anche nel 2014 una contrazione significativa delle esportazioni, ascrivibile ai flussi di *oro e altri metalli preziosi* (-27,5 per cento) e, in misura minore, ai *prodotti della siderurgia* (-2,9 per cento). Per i settori legati alla produzione dell'acciaio, il 2014 ha visto una discreta ripresa dopo l'andamento sfavorevole del 2013 (+1,3 per cento per *tubi e profilati*, +7,7 per cento per gli *altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio*).

**Tavola 4.1 - Scambi con l'estero di merci per settori: valori**

Milioni di euro e variazioni percentuali

|  | Esportazioni   |                                  |                   | Importazioni   |                                  |                   | Saldi          |                |
|--|----------------|----------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------------|-------------------|----------------|----------------|
|  | 2014           | 2010-14 <sup>(1)</sup><br>Var. % | 2013-14<br>Var. % | 2014           | 2010-14 <sup>(1)</sup><br>Var. % | 2013-14<br>Var. % | 2013           | 2014           |
| <b>Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca</b> | <b>5.922</b>   | <b>1,3</b>                       | <b>-1,0</b>       | <b>12.961</b>  | <b>3,9</b>                       | <b>2,2</b>        | <b>-6.712</b>  | <b>-7.052</b>  |
| <b>Prodotti dell'industria estrattiva</b>                          | <b>1.190</b>   | <b>0,5</b>                       | <b>-0,9</b>       | <b>47.912</b>  | <b>-5,1</b>                      | <b>-19,7</b>      | <b>-58.448</b> | <b>-46.722</b> |
| Petrolio greggio e gas naturale                                    | 374            | -5,4                             | -13,4             | 44.261         | -4,9                             | -20,3             | -55.068        | -43.887        |
| <b>Prodotti delle attività manifatturiere</b>                      | <b>381.936</b> | <b>4,3</b>                       | <b>2,2</b>        | <b>282.483</b> | <b>-0,2</b>                      | <b>2,1</b>        | <b>97.047</b>  | <b>99.456</b>  |
| Prodotti alimentari, bevande e tabacco                             | 28.391         | 6,4                              | 3,2               | 28.931         | 3,4                              | 2,9               | -598           | -540           |
| Prodotti tessili, abbigliamento e accessori                        | 46.892         | 5,9                              | 4,3               | 28.722         | 2,6                              | 7,9               | 18.352         | 18.170         |
| <i>Prodotti tessili</i>  | 9.747          | 2,1                              | 3,6               | 6.516          | 1,9                              | 5,8               | 3.247          | 3.232          |
| <i>Articoli di abbigliamento</i>                                   | 18.548         | 5,4                              | 4,3               | 12.629         | 1,2                              | 8,7               | 6.173          | 5.919          |
| <i>Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili</i>          | 18.597         | 8,6                              | 4,6               | 9.577          | 5,1                              | 8,3               | 8.932          | 9.020          |
| Calzature  | 8.726          | 5,9                              | 4,0               | 4.781          | 2,8                              | 7,5               | 3.947          | 3.945          |
| Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)             | 1.570          | 3,0                              | 3,8               | 3.048          | -2,6                             | 5,6               | -1.373         | -1.478         |
| Carta e prodotti di carta; stampa                                  | 6.424          | 2,8                              | 2,6               | 6.399          | -0,8                             | 1,1               | -65            | 25             |
| Coke e prodotti petroliferi raffinati                              | 14.044         | -1,3                             | -14,2             | 10.123         | 4,3                              | -17,1             | 4.161          | 3.923          |
| Sostanze e prodotti chimici  | 25.949         | 3,5                              | 1,7               | 34.248         | 1,6                              | -1,4              | -9.212         | -8.299         |
| Articoli farmaceutici e chimico-medicinali                         | 20.735         | 10,4                             | 5,6               | 19.679         | 3,2                              | -5,1              | -1.095         | 1.056          |
| Articoli in gomma e materie plastiche                              | 14.225         | 3,6                              | 2,4               | 8.848          | 3,0                              | 3,6               | 5.360          | 5.376          |
| Vetro, ceramica, materiali non metallici per l'edilizia            | 9.501          | 2,8                              | 1,5               | 3.435          | -0,1                             | 7,8               | 6.175          | 6.066          |
| Metalli di base e prodotti in metallo                              | 44.617         | 3,2                              | -2,0              | 35.992         | -0,1                             | 2,1               | 10.304         | 8.624          |
| <i>Prodotti della metallurgia</i>                                  | 26.118         | 2,9                              | -4,5              | 28.832         | -0,5                             | 1,3               | -1.105         | -2.715         |
| <i>Prodotti in metallo</i>   | 18.499         | 3,7                              | 1,7               | 7.160          | 1,7                              | 5,6               | 11.409         | 11.339         |
| Computer, apparecchi elettronici e ottici                          | 12.041         | 0,9                              | -2,2              | 22.450         | -9,8                             | -1,8              | -10.563        | -10.408        |
| Apparecchi elettrici   | 20.826         | 1,8                              | 2,9               | 13.575         | 0,5                              | 4,9               | 7.301          | 7.251          |
| Macchinari ed apparecchi meccanici                                 | 74.194         | 5,4                              | 3,6               | 23.817         | 1,5                              | 6,5               | 49.240         | 50.377         |
| Mezzi di trasporto   | 39.905         | 3,7                              | 7,2               | 31.902         | -4,2                             | 8,0               | 7.694          | 8.003          |
| <i>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>                        | 27.614         | 5,1                              | 4,0               | 26.771         | -3,4                             | 10,3              | 2.279          | 843            |
| <i>Altri mezzi di trasporto</i>                                    | 12.290         | 0,9                              | 14,9              | 5.131          | -7,8                             | -2,8              | 5.415          | 7.159          |
| Mobili   | 8.633          | 2,7                              | 3,2               | 1.756          | -0,4                             | 11,1              | 6.787          | 6.877          |
| Prodotti delle altre industrie manifatturiere                      | 13.991         | 5,8                              | 3,7               | 9.559          | 1,9                              | 7,3               | 4.581          | 4.432          |
| <i>Gioielleria, bigiotteria e pietre preziose lavorate</i>         | 6.035          | 7,2                              | -0,2              | 2.147          | 7,6                              | 12,3              | 4.135          | 3.888          |
| <b>Altri prodotti</b>  | <b>8.948</b>   | <b>2,9</b>                       | <b>-2,9</b>       | <b>11.747</b>  | <b>-1,5</b>                      | <b>-1,1</b>       | <b>-2.656</b>  | <b>-2.800</b>  |
| <b>Totale</b>  | <b>397.996</b> | <b>4,2</b>                       | <b>2,0</b>        | <b>355.115</b> | <b>-0,9</b>                      | <b>-1,6</b>       | <b>29.230</b>  | <b>42.882</b>  |

<sup>(1)</sup> Tasso di crescita media annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Con riferimento agli altri settori manifatturieri quasi tutti hanno contribuito positivamente all'espansione del surplus, ma con variazioni dei saldi più contenute rispetto a quanto osservato nel 2013, che riflettono aumenti delle esportazioni in parte compensati dalla ripresa delle importazioni per la maggior parte delle voci.

La principale novità nel dettaglio settoriale delle esportazioni manifatturiere è rappresentata dalla *performance* positiva dei **prodotti tessili**, che nel corso del 2014 hanno confermato la ripresa anticipata nei primi mesi dell'anno<sup>2</sup>, segnando una crescita superiore alla media degli ultimi cinque anni. Il principale contributo alla crescita delle esportazioni del settore è derivato dagli *altri prodotti tessili*, seguiti dai *tessuti*. All'interno degli *altri prodotti tessili* la ripresa è ascrivibile, oltre che ai *tessuti a maglia*, ai *tessili tecnici* e ai *tessuti non tessuti*. Tali prodotti sono venuti acquisendo un peso crescente sulle esportazioni del settore (rispettivamente il 9,1 e l'8,3 per cento del totale nel 2014), manifestando una crescita più dinamica anche rispetto alla media dei manufatti. L'Italia figura al terzo posto fra i principali esportatori mondiali di tali prodotti, alle spalle di Cina e Germania, con una quota del 9 per cento. Il dato è di particolare interesse trattandosi di produzioni dove l'innovazione tecnologica riveste un ruolo essenziale. I tessuti tecnici, in particolare, trovano applicazione in settori diversi dalla moda, quali l'*automotive* o l'arredamento, dove assumono particolare rilevanza le caratteristiche tecniche del prodotto, che a loro volta derivano dall'interazione con altri settori tecnologicamente avanzati quali la chimica o la meccanica. Nell'analisi della specializzazione commerciale dell'Italia, orientata verso i settori cosiddetti tradizionali, occorre pertanto riconsiderare il ruolo del tessile anche alla luce di tali specificità.

Fra i settori che nel 2014 hanno mostrato un andamento più dinamico rispetto alla media degli ultimi anni, si segnala il comparto dei **mezzi di trasporto**. Il dato sul settore **autoveicoli, rimorchi e semirimorchi** riflette da un lato la flessione delle fasi a monte della filiera, con un calo del 2,7 per cento per l'export di parti e di componenti e, dall'altro, la forte dinamicità degli autoveicoli, in crescita del 10 per cento. Il dato sugli *autoveicoli* è riconducibile ai sistemi produttivi non solo delle regioni settentrionali, in particolare Piemonte ed Emilia Romagna, ma anche dell'Abruzzo, che nell'ultimo anno ha visto una significativa ripresa delle vendite sui mercati internazionali. Il dato sugli *autoveicoli* è in netto miglioramento anche negli acquisti dall'estero, dopo due anni di contrazione, riflettendo la ripresa della domanda interna, sia per uso privato che industriale.<sup>3</sup> Negli **altri mezzi di trasporto**, l'andamento è stato favorevole sia per *navi e imbarcazioni* che per *aeromobili e veicoli spaziali* (+4,5 per cento), giunti a 5,6 miliardi di euro di esportazioni. Quest'ultimo rappresenta un settore a elevata intensità di ricerca e sviluppo, nell'ambito del quale svolge un ruolo importante il distretto di tecnologia aerospaziale del Lazio. Fra i settori in accelerazione si segnala l'andamento favorevole del sistema casa, con un incremento rispettivamente del 3,2 per cento per i **mobili** e del 5,3 per cento per gli *elettrodomestici*. Il dato relativo ai mobili si inserisce in un percorso di ripresa iniziato già a partire dal 2010, che vede il settore riavvicinarsi, anno dopo anno, ai livelli di export precedenti la crisi. Il dato sugli elettrodomestici rappresenta invece una novità, facendo seguito a un triennio di *performance* negativa sui mercati esteri.

<sup>2</sup> Ice (2014), Rapporto 2013-2014, *L'Italia nell'economia internazionale*, Roma.

<sup>3</sup> Prometeia, Intesa Sanpaolo (2015), *Analisi dei settori industriali - maggio 2015*, Bologna.



Nel 2014 alcuni dei settori manifatturieri che avevano manifestato risultati brillanti nella fase della ripresa post crisi, hanno sperimentato una lieve decelerazione, pur confermandosi fra i settori più dinamici della manifattura italiana. È il caso, in particolare, degli **articoli farmaceutici** e degli **articoli in pelle**. Questi ultimi, insieme agli **articoli di abbigliamento** e ai **prodotti tessili**, hanno risentito in modo particolare della contrazione degli acquisti dalla Russia. Nel 2013 il paese rappresentava il settimo mercato di destinazione dell'export italiano del sistema moda, con un peso pari a circa il 5 per cento del totale. Dopo la crisi del 2009 le esportazioni verso questo mercato avevano registrato una dinamica favorevole, seppure in rallentamento, interrottasi nel 2014 con un calo del 16 per cento (-378 milioni di euro). Molti operatori presentano uno sbilanciamento verso il mercato russo, nel quale sono stati fatti investimenti nel marketing e nella distribuzione che rendono più complesso un riorientamento delle vendite verso altri mercati. Tuttavia le imprese italiane hanno mostrato, già in reazione alla crisi, una buona capacità di diversificazione dei mercati di destinazione delle merci. Inoltre la dinamica favorevole del sistema moda si manifesta anche in altri mercati, altrettanto importanti per la *performance* commerciale del comparto. Fra questi figurano diversi partner europei, fra cui Germania, Svizzera, Regno Unito e Spagna, mentre le vendite sui mercati extra europei hanno beneficiato in modo particolare della vivacità del mercato statunitense (+9,8 per cento). Fra le destinazioni potenzialmente più interessanti per le esportazioni italiane del settore, la Corea del Sud riveste un ruolo importante, sia in ragione della dinamicità della domanda che del posizionamento dell'Italia nel mercato.

La **meccanica** si è confermata un settore importante per l'export italiano; l'incremento del surplus, che ha superato i 50 miliardi di euro, è interamente ascrivibile alla crescita delle esportazioni. L'analisi del dettaglio settoriale mostra per il 2014 una dinamicità superiore alla media per le *macchine di impiego generale* e per le *altre macchine per impieghi speciali*, all'interno delle quali sono venuti ad assumere un peso crescente i macchinari per l'industria della carta e del cartone.

Un'analisi specifica merita il raggruppamento dei **prodotti alimentari, bevande e tabacco**, per il quale è proseguita la riduzione del disavanzo grazie alla maggiore dinamicità delle esportazioni rispetto agli acquisti dall'estero. Un esame più attento del dato sull'export mostra, tuttavia, una dinamica che, seppure positiva nel confronto con gli altri settori manifatturieri, non conferma la forte crescita nei valori osservata nell'ultimo decennio (+3,2 per cento nel 2014 rispetto ad una crescita media nel periodo 2005-2013 del 6,6 per cento). Il 2014 ha certamente risentito delle sanzioni applicate dalla Russia su alcune voci doganali del comparto agroalimentare provenienti dall'Unione Europea e da altri partner commerciali, benché il paese rappresentasse nel 2013 appena il 2,1 per cento delle esportazioni italiane del settore. Con l'introduzione delle sanzioni, le vendite di prodotti agroalimentari verso la Russia, che erano salite rapidamente negli anni precedenti, hanno fatto segnare una contrazione del 12,3 per cento. I prodotti sanzionati rappresentavano circa 1/5 dell'export agroalimentare italiano verso la Russia e il principale contributo alla variazione negativa è derivato da *formaggi e latticini*. Si ritiene, tuttavia, che l'impatto delle sanzioni sulla *performance* commerciale del settore agroalimentare italiano non debba essere sovrastimato, ma richieda piuttosto di essere valutato congiuntamente agli altri fattori che hanno inciso negativamente sugli acquisti russi dall'Italia. Questi ultimi hanno inevitabilmente risentito del forte deprezzamento del rublo nei confronti dell'euro, che ha reso le merci italiane relativamente meno convenienti, e della caduta del prezzo del petrolio, che ha indebolito la capacità di importazione della Russia. Si segnala, inoltre, come l'introduzione delle sanzioni potrebbe aver determinato tentativi di aggiramento tramite un dirottamento delle forniture dirette in Russia verso altri partner commerciali, non coinvolti dal divieto di importazione posto dal governo di Mosca. L'ipotesi sarebbe confermata dal forte incremento dell'import russo

da Bielorussia e Kazakistan che formano, insieme alla Russia, l'Unione doganale euroasiatica. L'Italia non sembra, tuttavia, essere coinvolta, avendo registrato variazioni negative dei flussi di prodotti agroalimentari diretti nei due paesi.

Con riferimento agli altri mercati di sbocco, l'export italiano è rallentato anche in Francia e in Germania, nostri principali partner, mentre ha proseguito la dinamica favorevole con un'accelerazione negli Stati Uniti (+6,3 per cento) e nel Regno Unito (+7 per cento).

Le esportazioni di **vetro, ceramica e materiali non metallici per l'edilizia** non hanno confermato la *performance* del 2013, essendo aumentate a un tasso inferiore alla media dei manufatti. Il dato nasconde, tuttavia, la dinamica vivace delle *piastrelle in ceramica*, in crescita del 5,8 per cento, trainata dai tradizionali mercati di sbocco dell'export ceramico, fra cui la Germania e gli Stati Uniti. Nel mercato americano sono state favorite dal miglioramento dello scenario dell'edilizia residenziale.<sup>4</sup>

Nel 2014 la crescita dei flussi in valore delle esportazioni è stata sostenuta, oltre che dai valori medi unitari, anche dalle quantità, che sono tornate positive segnando un incremento dello 0,6 per cento (tavola 4.2). Il 2014 conferma la tendenza alla ricomposizione qualitativa delle esportazioni manifatturiere, di cui è sintomatico l'aumento dei valori medi unitari a fronte di prezzi all'export meno dinamici o in calo. Considerando complessivamente i manufatti, i prezzi all'esportazione sono diminuiti dello 0,2 per cento, a fronte di valori medi unitari in aumento dell'1,5 per cento, con un'accelerazione rispetto all'anno precedente. In un contesto di recupero delle quantità esportate e riduzione dei prezzi, l'incremento dei valori medi unitari riflette verosimilmente un riorientamento delle vendite sui mercati esteri verso prodotti qualitativamente superiori. Tale tendenza accomuna tutti i principali settori di specializzazione commerciale dell'Italia, segnatamente alimentari e bevande, abbigliamento, pelle e calzature, meccanica e mobili.<sup>5</sup>

Un caso particolarmente evidente in tal senso è quello delle *calzature*, dove nel 2014 si sono registrate una contrazione delle quantità esportate (-1,7 per cento) e un lieve incremento dei prezzi (0,9 per cento), a fronte di una crescita sostenuta dei valori medi unitari (+5,8 per cento). Anche dal lato delle importazioni, con prezzi in lieve calo, i valori medi unitari mostrano un andamento crescente (+2,4 per cento), osservabile non solo per gli ultimi due anni, ma anche per il decennio precedente, verosimilmente riconducibili anche a una ricomposizione geografica degli acquisti italiani dall'estero verso paesi dove il prezzo medio delle esportazioni di calzature è più elevato<sup>6</sup>, in particolare Francia, Germania, Spagna e Paesi Bassi.

Passando all'analisi degli altri settori del comparto moda, gli **articoli di abbigliamento** hanno seguito una dinamica simile a quella delle calzature, con valori medi unitari delle esportazioni aumentati a tassi nettamente superiori rispetto ai prezzi. Fanno eccezione i **prodotti tessili**, per i quali il divario tra i due indici, che era cresciuto molto fino al 2013, ha subito una battuta d'arresto l'anno scorso.

L'osservazione degli altri settori di specializzazione commerciale dell'Italia rivela, inoltre, come la qualità dei prodotti esportati sia un elemento trainante anche per la **meccanica**, che presenta uno degli incrementi più importanti dell'indice dei valori medi unitari rispetto al 2010 (+21,3 punti percentuali in termini assoluti), secondo solo al sistema moda.

<sup>4</sup> Prometeia, Intesa Sanpaolo (2015), *Analisi dei settori industriali - maggio 2015*, Bologna.

<sup>5</sup> Il fatto che la dinamica dei valori medi unitari sia stata tendenzialmente superiore a quella dei prezzi suggerisce che la misura ufficiale della crescita delle quantità esportate, basata su una deflazione dei valori con gli indici di valore unitario, sia distorta verso il basso.

<sup>6</sup> Assocalzurifici (2014), *Tutti i passi dell'industria calzaturiera italiana*, Roma.

**Tavola 4.2 - Scambi con l'estero di merci per settori: quantità e prezzi**

Variazioni percentuali; indici 2014 in base 2010=100

|   | Esportazioni      |                |                     |                |                   |                | Importazioni      |                |                     |                |                   |                |
|---|-------------------|----------------|---------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|-------------------|----------------|
|   | Quantità          |                | Valori medi unitari |                | Prezzi            |                | Quantità          |                | Valori medi unitari |                | Prezzi            |                |
|   | 2013-14<br>Var. % | 2014<br>Indici | 2013-14<br>Var. %   | 2014<br>Indici | 2013-14<br>Var. % | 2014<br>Indici | 2013-14<br>Var. % | 2014<br>Indici | 2013-14<br>Var. %   | 2014<br>Indici | 2013-14<br>Var. % | 2014<br>Indici |
| <b>Prodotti dell'agricoltura della silvicoltura e della pesca</b>   | <b>0,9</b>        | <b>92,1</b>    | <b>-2,2</b>         | <b>114,3</b>   | <b>-</b>          | <b>-</b>       | <b>2,8</b>        | <b>95,5</b>    | <b>-0,6</b>         | <b>121,9</b>   | <b>-</b>          | <b>-</b>       |
| <b>Prodotti dell'industria estrattiva</b>                           | <b>2,5</b>        | <b>92,0</b>    | <b>-3,1</b>         | <b>111,3</b>   | <b>-1,8</b>       | <b>99,8</b>    | <b>-9,3</b>       | <b>68,6</b>    | <b>-11,5</b>        | <b>118,3</b>   | <b>-7,4</b>       | <b>121,0</b>   |
| <b>Prodotti delle attività manifatturiere</b>                       | <b>0,6</b>        | <b>103,1</b>   | <b>1,5</b>          | <b>114,8</b>   | <b>-0,2</b>       | <b>104,6</b>   | <b>2,1</b>        | <b>91,4</b>    | <b>-0,1</b>         | <b>108,5</b>   | <b>-1,8</b>       | <b>102,2</b>   |
| Prodotti alimentari, bevande e tabacco                              | 1,5               | 109,5          | 1,7                 | 116,8          | 0,7               | 108,2          | 2,9               | 98,1           | 0,1                 | 116,5          | -2,7              | 112,5          |
| Prodotti tessili, abbigliamento e accessori                         | 0,2               | 101,3          | 4,0                 | 123,9          | 1,4               | 107,0          | 5,7               | 90,7           | 2,1                 | 122,1          | 0,0               | 109,5          |
| <i>Prodotti tessili</i>   | 2,4               | 92,2           | 1,3                 | 117,8          | 1,6               | 110,8          | 5,9               | 89,7           | -0,1                | 120,1          | -1,0              | 110,9          |
| <i>Articoli di abbigliamento</i>                                    | 0,7               | 101,7          | 3,6                 | 121,2          | 1,2               | 104,7          | 7,8               | 91,4           | 0,9                 | 114,6          | -0,8              | 106,8          |
| <i>Calzature articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili</i> | -1,1              | 107,8          | 5,7                 | 129,2          | 1,2               | 106,1          | 2,7               | 91,2           | 5,4                 | 134,0          | 2,1               | 112,5          |
| <i>Calzature</i>  | -1,7              | 99,4           | 5,8                 | 127,1          | 0,9               | 105,8          | 4,9               | 90,9           | 2,4                 | 123,2          | -0,4              | 108,9          |
| Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)              | 0,9               | 102,1          | 3,0                 | 110,2          | 2,2               | 107,0          | 3,4               | 82,2           | 2,2                 | 109,6          | 0,7               | 105,3          |
| Carta e prodotti di carta   | 2,5               | 107,3          | 0,1                 | 103,9          | 0,4               | 103,3          | 2,5               | 97,5           | -1,4                | 99,0           | -1,4              | 99,4           |
| Coke e prodotti petroliferi raffinati                               | -11,4             | 69,1           | -2,9                | 137,9          | -6,6              | 128,0          | -10,6             | 98,3           | -7,3                | 120,5          | -7,3              | 131,3          |
| Sostanze e prodotti chimici   | 1,1               | 100,0          | 0,6                 | 115,0          | -2,9              | 108,4          | -1,1              | 93,0           | -0,3                | 114,7          | -2,0              | 105,4          |
| Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici                | 10,2              | 142,1          | -4,0                | 104,9          | -0,9              | 102,8          | -3,8              | 105,5          | -1,3                | 107,8          | -0,4              | 97,3           |
| Articoli in gomma e in materie plastiche                            | 0,3               | 96,9           | 2,1                 | 118,9          | 0,1               | 107,1          | 4,5               | 100,5          | -0,8                | 111,9          | 0,0               | 103,4          |
| Vetro, ceramica, materiali non metallici per l'edilizia             | -0,4              | 100,0          | 1,8                 | 111,8          | 0,6               | 102,6          | 6,0               | 89,7           | 1,8                 | 111,3          | -0,7              | 101,6          |
| Metalli di base e prodotti in metallo                               | -0,6              | 108,2          | -1,3                | 104,8          | -1,1              | 99,2           | 4,9               | 97,8           | -2,5                | 102,0          | -2,5              | 97,7           |
| <i>Prodotti della metallurgia</i>                                   | -0,4              | 114,1          | -3,9                | 98,1           | -2,1              | 95,7           | 5,1               | 99,7           | -3,3                | 98,4           | -3,1              | 96,7           |
| <i>Prodotti in metallo</i>  | -1,1              | 98,3           | 2,9                 | 117,5          | -0,1              | 102,9          | 3,6               | 89,3           | 1,9                 | 120,0          | -0,3              | 102,0          |
| Computer, apparecchi elettronici e ottici                           | -2,6              | 95,2           | 0,3                 | 109,0          | 1,8               | 106,4          | -2,7              | 80,8           | 0,8                 | 82,0           | -2,2              | 91,0           |
| Apparecchi elettrici  | 2,4               | 103,1          | 0,5                 | 104,2          | -0,2              | 103,0          | 3,7               | 88,3           | 1,2                 | 115,7          | -0,4              | 103,2          |
| Macchinari ed apparecchi meccanici                                  | -0,9              | 101,8          | 4,5                 | 121,3          | 0,3               | 103,0          | 5,2               | 93,0           | 1,3                 | 114,3          | -0,3              | 103,1          |
| Mezzi di trasporto  | 5,3               | 108,3          | 1,8                 | 106,9          | -0,3              | 100,0          | 5,3               | 76,5           | 2,5                 | 110,1          | -3,0              | 93,7           |
| <i>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>                         | 2,2               | 116,2          | 1,7                 | 105,1          | -0,2              | 100,2          | 8,3               | 81,4           | 1,8                 | 106,8          | -3,2              | 92,9           |
| <i>Altri mezzi di trasporto</i>                                     | 13,2              | 92,0           | 2,3                 | 113,1          | -1,0              | 99,1           | -8,0              | 55,8           | 7,1                 | 130,8          | -1,0              | 105,4          |
| Mobili  | 1,8               | 99,9           | 1,3                 | 111,3          | 1,0               | 104,3          | 10,5              | 95,0           | 0,6                 | 103,5          | -0,5              | 100,9          |
| Prodotti delle altre industrie manifatturiere                       | 1,8               | 106,2          | 1,8                 | 118,1          | 0,0               | 104,9          | 5,5               | 90,9           | 1,6                 | 118,6          | -0,9              | 104,3          |
| <b>Totale</b>   | <b>0,6</b>        | <b>102,8</b>   | <b>1,4</b>          | <b>114,8</b>   | <b>-0,3</b>       | <b>104,5</b>   | <b>1,1</b>        | <b>87,5</b>    | <b>-2,7</b>         | <b>110,5</b>   | <b>-3,1</b>       | <b>105,4</b>   |

Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

Passando dall'analisi dei flussi a quella della posizione dell'Italia nel contesto competitivo internazionale, emerge come negli ultimi anni si sia verificato, per alcuni settori rilevanti per le esportazioni italiane, un parziale recupero delle quote di mercato perse nel decennio precedente (tavola 4.3). Tale considerazione vale per i manufatti complessivamente considerati e in particolare per gli alimentari, il comparto moda, i mobili, la metallurgia, la meccanica e gli articoli farmaceutici. Tuttavia, mentre per questi ultimi due settori il recupero di quote dopo il 2010 è avvenuto sia rispetto alle esportazioni mondiali che a quelle dell'Area dell'euro, configurando un chiaro successo competitivo, per gli altri è limitato al confronto con queste ultime, in un contesto di ulteriore ridimensionamento delle quote italiane sulle esportazioni mondiali. In altri settori, come i mezzi di trasporto e le industrie elettrica ed elettronica, le esportazioni italiane hanno continuato a perdere terreno in entrambe le dimensioni (grafico 4.1).

Come si osserverà di seguito, nello scenario competitivo dell'Area dell'euro, la partita sui mercati internazionali viene giocata essenzialmente dai quattro paesi maggiori, insieme con Belgio e Paesi Bassi. La Francia figura nella maggior parte dei settori considerati come un esportatore in arretramento per tutto il periodo preso in considerazione (2000-2014), mentre la Spagna si contraddistingue perlopiù come un caso di successo competitivo, soprattutto negli ultimi quattro anni. Fra i nuovi paesi membri emerge la Slovacchia che, pur avendo un peso ancora modesto sulle esportazioni dell'Area dell'euro, svela un potenziale in crescita.

La quota italiana sulle esportazioni mondiali di manufatti è passata, fra il 2000 e il 2010, dal 4,3 al 3,7 per cento, perdendo quindi 0,6 punti percentuali. Rispetto agli altri paesi dell'Area dell'euro, la quota italiana è scesa dal 13,4 all'11,9 per cento (tavola 4.3). Nel confronto con i principali *competitor* mondiali, il rafforzamento più vistoso è stato registrato dalla Cina, con un aumento di oltre 7 punti percentuali, ottenuto principalmente ai danni di Stati Uniti e Giappone. Seguono, sempre nel continente asiatico, Corea del Sud e Hong Kong, mentre fra i concorrenti europei troviamo la Germania e i Paesi Bassi (grafico 4.2). Restringendo lo scenario competitivo ai soli paesi dell'Area dell'euro, il guadagno di quota nei manufatti è stato conseguito, oltre che dai due paesi già citati, anche da Slovacchia, Belgio, Austria e Spagna. L'indebolimento subito dall'Italia è stato, in ogni caso, più contenuto rispetto a quello subito dalla Francia (grafico 4.3). Negli anni più recenti (2010-2014), inoltre, la Francia ha continuato a perdere quota, mentre l'Italia ha registrato un lieve recupero.

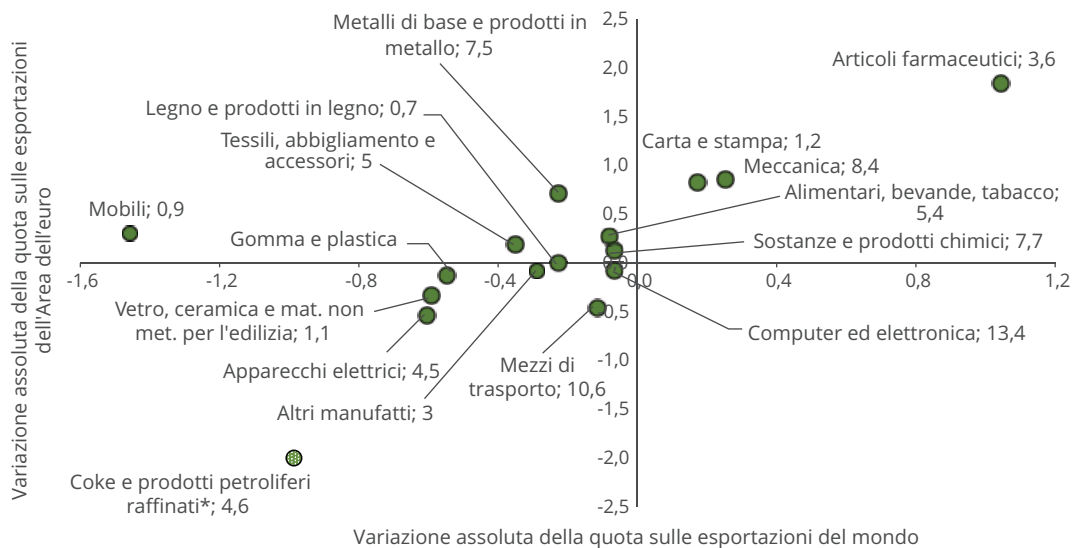
**Tavola 4.3 - Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni di merci per settori**  
Percentuali

|   | Peso sulla domanda mondiale |              |              | Quote sulle esportazioni mondiali |            |            |            | Quote sulle esportazioni dell'Area dell'euro |             |             |             |
|---|-----------------------------|--------------|--------------|-----------------------------------|------------|------------|------------|--|-------------|-------------|-------------|
|   | 2000                        | 2013         | 2014         | 2000                              | 2010       | 2013       | 2014       | 2000   | 2010        | 2013        | 2014        |
| <b>Prodotti dell'agricoltura, silvicoltura e pesca</b>      | <b>2,8</b>                  | <b>3,0</b>   | <b>3,0</b>   | <b>2,2</b>                        | <b>2,0</b> | <b>1,7</b> | <b>1,7</b> | <b>8,2</b>                                   | <b>7,7</b>  | <b>6,9</b>  | <b>7,2</b>  |
| <b>Prodotti dell'industria estrattiva</b>                   | <b>8,2</b>                  | <b>13,9</b>  | <b>12,8</b>  | <b>0,1</b>                        | <b>0,1</b> | <b>0,1</b> | <b>0,1</b> | <b>2,4</b>                                   | <b>2,8</b>  | <b>2,3</b>  | <b>2,3</b>  |
| <b>Prodotti delle attività manifatturiere</b>               | <b>84,6</b>                 | <b>78,6</b>  | <b>79,8</b>  | <b>4,3</b>                        | <b>3,7</b> | <b>3,6</b> | <b>3,6</b> | <b>13,4</b>                                  | <b>11,9</b> | <b>11,9</b> | <b>12,0</b> |
| Prodotti alimentari, bevande e tabacco                      | 4,8                         | 5,2          | 5,4          | 3,9                               | 3,9        | 3,9        | 3,9        | 9,8  | 10,3        | 10,3        | 10,6        |
| Prodotti tessili, abbigliamento e accessori                 | 6,7                         | 4,7          | 5,0          | 8,3                               | 6,6        | 6,4        | 6,3        | 32,0   | 27,8        | 28,5        | 28,0        |
| <i>Prodotti tessili</i>                                     | 2,2                         | 1,3          | 1,3          | 6,9                               | 5,0        | 4,4        | 4,4        | 25,5   | 23,5        | 23,4        | 23,3        |
| <i>Articoli di abbigliamento</i>                            | 3,2                         | 2,3          | 2,4          | 6,7                               | 5,6        | 5,4        | 5,2        | 30,8   | 25,1        | 25,3        | 24,8        |
| <i>Calzature, prodotti in pelle (escluso abbigliamento)</i> | 1,3                         | 1,1          | 1,2          | 14,8                              | 11,3       | 11,3       | 10,9       | 45,1   | 36,9        | 37,5        | 36,6        |
| Calzature   | 0,7                         | 0,7          | 0,7          | 14,7                              | 10,0       | 9,3        | 8,7        | 43,0   | 33,1        | 32,1        | 30,5        |
| Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)      | 1,1                         | 0,6          | 0,7          | 2,2                               | 2,0        | 1,8        | 1,8        | 8,0  | 6,2         | 6,2         | 6,2         |
| Carta e prodotti di carta; stampa                           | 2,0                         | 1,2          | 1,2          | 3,3                               | 3,7        | 3,8        | 3,9        | 8,2  | 9,1         | 9,7         | 9,9         |
| Coke e prodotti petroliferi raffinati                       | 2,5                         | 5,0          | 4,6          | 2,8                               | 3,2        | 2,3        | 2,1        | 10,6   | 12,6        | 9,0         | 8,7         |
| Sostanze e prodotti chimici                                 | 7,4                         | 7,7          | 7,7          | 3,0                               | 2,6        | 2,5        | 2,5        | 8,0  | 6,9         | 6,9         | 7,1         |
| Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici        | 2,0                         | 3,4          | 3,6          | 5,6                               | 3,6        | 4,7        | 4,7        | 11,9   | 7,3         | 9,0         | 9,1         |
| Articoli in gomma e plastica                                | 2,2                         | 2,4          | 2,5          | 6,3                               | 4,9        | 4,3        | 4,3        | 16,2   | 13,5        | 13,2        | 13,3        |
| Vetro, ceramica, materiali non metallici per l'edilizia     | 1,2                         | 1,0          | 1,1          | 10,6                              | 6,8        | 6,4        | 6,2        | 25,1   | 20,2        | 20,3        | 19,9        |
| Metalli di base e prodotti in metallo                       | 6,9                         | 7,7          | 7,5          | 4,3                               | 4,2        | 3,9        | 4,0        | 13,9   | 14,8        | 15,7        | 15,6        |
| <i>Prodotti della metallurgia</i>                           | 4,8                         | 5,7          | 5,4          | 3,2                               | 3,5        | 3,3        | 3,4        | 11,0   | 13,4        | 14,9        | 14,6        |
| <i>Prodotti in metallo</i>                                  | 2,1                         | 2,0          | 2,1          | 6,7                               | 6,1        | 5,6        | 5,4        | 18,9   | 17,6        | 17,2        | 17,0        |
| Computer, apparecchi elettronici e ottici                   | 15,5                        | 13,4         | 13,4         | 1,1                               | 0,8        | 0,8        | 0,7        | 5,8  | 4,6         | 4,8         | 4,5         |
| Apparecchi elettrici  | 5,0                         | 4,4          | 4,5          | 4,6                               | 4,3        | 3,8        | 3,7        | 15,9   | 13,6        | 12,9        | 13,0        |
| Macchinari ed apparecchi meccanici                          | 10,8                        | 8,2          | 8,4          | 6,3                               | 6,3        | 6,5        | 6,6        | 21,1   | 18,4        | 18,9        | 19,3        |
| Mezzi di trasporto  | 12,8                        | 10,2         | 10,6         | 3,4                               | 2,9        | 2,6        | 2,8        | 8,4  | 7,8         | 7,2         | 7,4         |
| <i>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>                 | 9,7                         | 7,8          | 8,1          | 3,2                               | 2,8        | 2,6        | 2,6        | 7,9  | 7,0         | 7,0         | 6,9         |
| <i>Altri mezzi di trasporto</i>                             | 3,1                         | 2,4          | 2,5          | 3,8                               | 3,1        | 2,5        | 2,8        | 9,8  | 10,2        | 7,8         | 8,8         |
| Mobili  | 0,9                         | 0,8          | 0,9          | 14,5                              | 8,8        | 7,5        | 7,3        | 38,3   | 30,3        | 30,6        | 30,6        |
| Prodotti delle altre industrie manifatturiere               | 2,7                         | 2,7          | 3,0          | 6,0                               | 3,9        | 3,8        | 3,6        | 23,1   | 14,4        | 14,5        | 14,3        |
| <i>Gioielleria, bigiotteria e pietre preziose lavorate</i>  | 0,8                         | 0,9          | 1,1          | 9,3                               | 4,5        | 4,5        | 3,8        | 36,2   | 30,4        | 30,9        | 30,4        |
| <b>Altri prodotti</b>                                       | <b>4,3</b>                  | <b>3,7</b>   | <b>3,6</b>   | <b>2,1</b>                        | <b>1,7</b> | <b>1,7</b> | <b>1,7</b> | <b>4,0</b>                                   | <b>4,5</b>  | <b>4,7</b>  | <b>4,2</b>  |
| <b>Totale merci</b>   | <b>100,0</b>                | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>3,8</b>                        | <b>3,2</b> | <b>3,0</b> | <b>3,0</b> | <b>12,5</b>                                  | <b>11,1</b> | <b>11,2</b> | <b>11,2</b> |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

**Grafico 4.1 - Quote dell'Italia sulle esportazioni del mondo e dell'Area dell'euro per settori manifatturieri**

Variazioni assolute 2010-2014

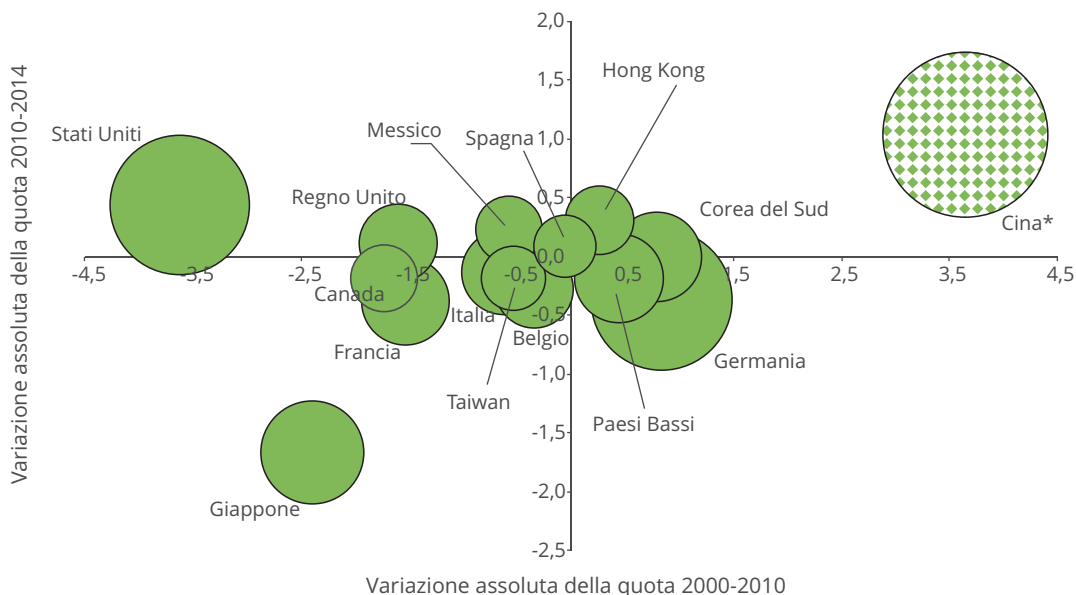


Il valore a margine dell'etichetta indica il peso medio del settore (2010-2014) sulla domanda mondiale (%).  
 \* Per Coke e prodotti petroliferi raffinati, la variazione assoluta della quota di mercato è stata pari a -3,9 sulle esportazioni dell'Area dell'euro.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat e istituti nazionali di statistica

**Grafico 4.2 - Manufatti, quote dell'Italia e dei principali concorrenti sulle esportazioni del mondo**

Variazioni assolute e quote percentuali



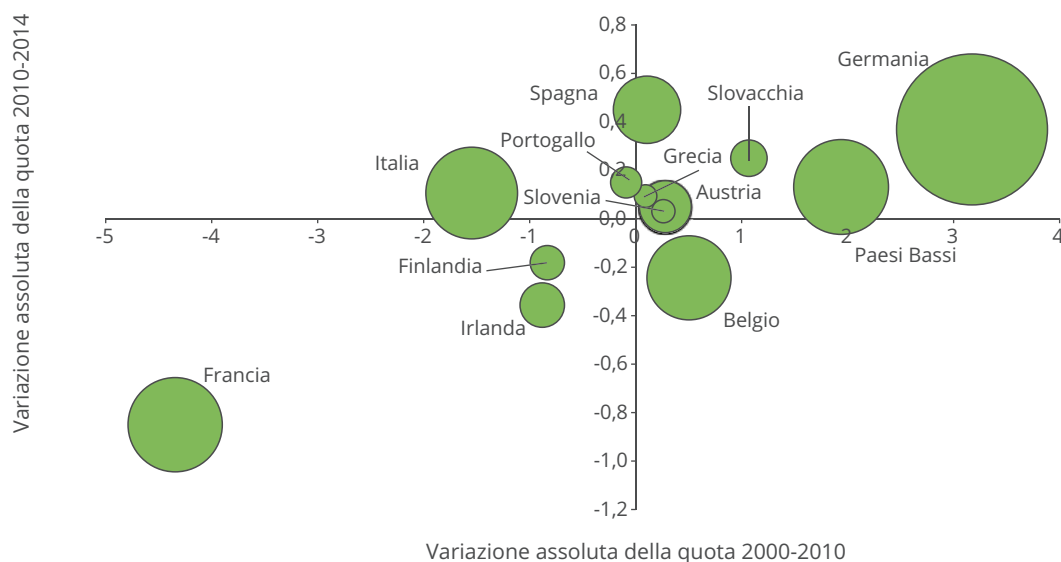
La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni del mondo nel settore.

\*Per la Cina, la variazione assoluta della quota di mercato è stata pari a 7,3 fra il 2000 e il 2010 e a 2,1 fra il 2010 e il 2014.

Fonte: elaborazioni Ice su dati degli istituti nazionali di statistica

**Grafico 4.3 - Manufatti, quote dell'Italia e dei principali concorrenti<sup>(1)</sup> sulle esportazioni dell'Area dell'euro**

Variazioni assolute e quote percentuali



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni dell'Area dell'euro nel settore.

<sup>(1)</sup>Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'Area dell'euro è pari almeno allo 0,5%.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Focalizzando l'analisi sulle principali voci della manifattura, nel decennio 2000-2010 per il **comparto moda**, complessivamente considerato, l'erosione della quota di mercato italiana sulle esportazioni mondiali è stata rilevante (dall'8,3 al 6,6 per cento) ed è continuata negli anni successivi.

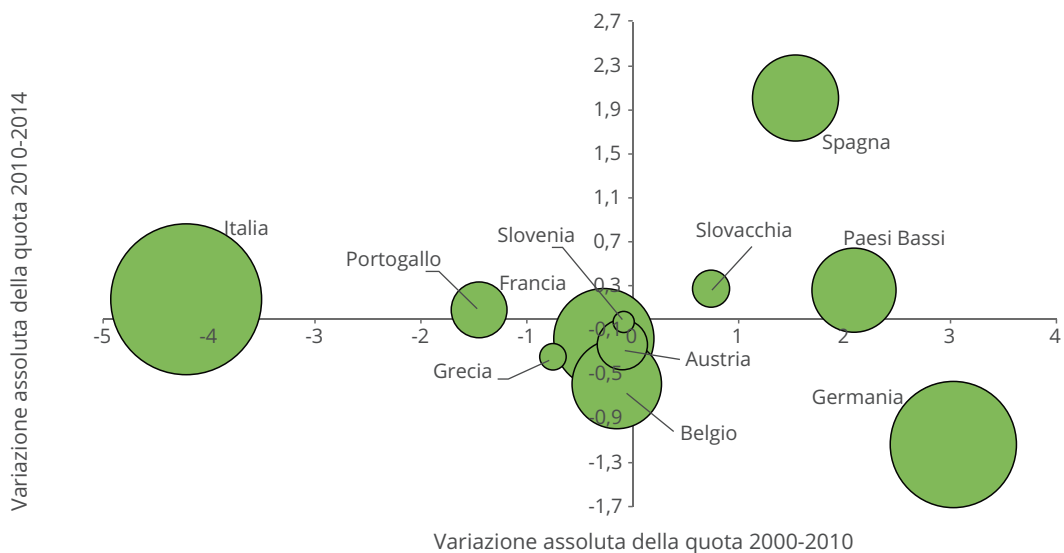
Nel confronto con le esportazioni dell'Area dell'euro, la quota dell'Italia è passata dal 32 per cento del 2000 al 27,8 per cento del 2010. Nel periodo considerato le quote di mercato perse dall'Italia sono state guadagnate da Germania, Paesi Bassi e Spagna e, in misura minore, anche dalla Slovacchia. Gli ultimi quattro anni hanno visto un lieve recupero dell'Italia, che è tornata a un livello del 28 per cento. È opportuno segnalare come la quota italiana nel comparto moda sia aumentata fra il 2010 e il 2014 nonostante le perdite registrate in ciascuno dei tre settori che lo compongono. Il risultato è riconducibile a un'evoluzione della domanda estera favorevole alla composizione merceologica dell'export italiano: il settore relativamente più dinamico è risultato quello delle pelli e calzature, dove il vantaggio comparato dell'Italia è più forte rispetto agli altri due settori. Concentrando l'analisi sull'evoluzione più recente delle dinamiche competitive, si osserva come la Germania abbia in parte perso la forza manifestata nel corso dei primi dieci anni del periodo considerato, mentre emerge il ruolo crescente della Spagna (grafico 4.4).

Un altro settore considerato di tradizionale specializzazione commerciale dell'Italia è rappresentato dai **mobili**, nei quali essa ha subito un pesante indebolimento della propria posizione competitiva. Fra il 2000 e il 2010 la quota italiana sulle esportazioni del mondo si è quasi dimezzata e ha subito un'ulteriore flessione nell'ultimo quadriennio (tavola 4.3).

Rispetto alle esportazioni dell'Area dell'euro, la Germania è il principale *competitor* dell'Italia ed è essenzialmente l'avanzata tedesca a spiegare l'arretramento dell'Italia (grafico 4.5). In particolare, nel 2011 la Germania ha superato l'Italia fra i principali esportatori di mobili dell'area. Negli ultimi anni sembra, tuttavia, essersi interrotta la tendenza negativa e la quota italiana si è attestata al 30,6 per cento.

**Grafico 4.4 - Comparto moda, quote dell'Italia e dei principali concorrenti<sup>(1)</sup> sulle esportazioni dell'Area dell'euro**

Variazioni assolute e quote percentuali



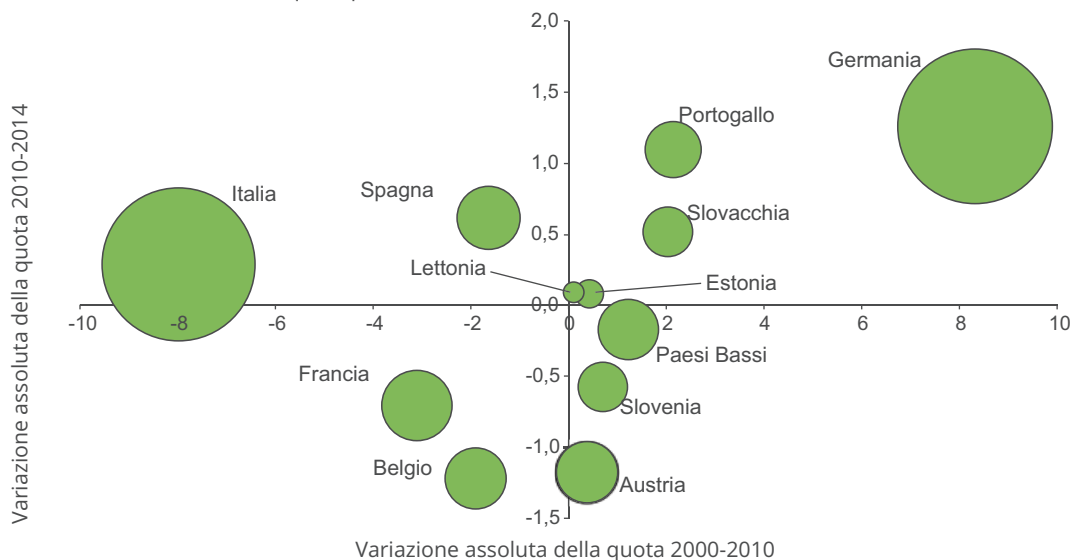
La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni dell'Area euro nel settore.

<sup>(1)</sup>Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'Area dell'euro è pari almeno allo 0,5%.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

**Grafico 4.5 - Mobili, quote dell'Italia e dei principali concorrenti<sup>(1)</sup> sulle esportazioni dell'Area dell'euro**

Variazioni assolute e quote percentuali



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni dell'Area euro nel settore.

<sup>(1)</sup>Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'Area dell'euro è pari almeno allo 0,5%.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat



Spostando l'attenzione sui settori non tradizionali, la **meccanica** e gli **articoli farmaceutici** hanno condiviso un destino comune, caratterizzato da una perdita importante fra il 2000 e il 2010 e da un recupero significativo negli anni più recenti.

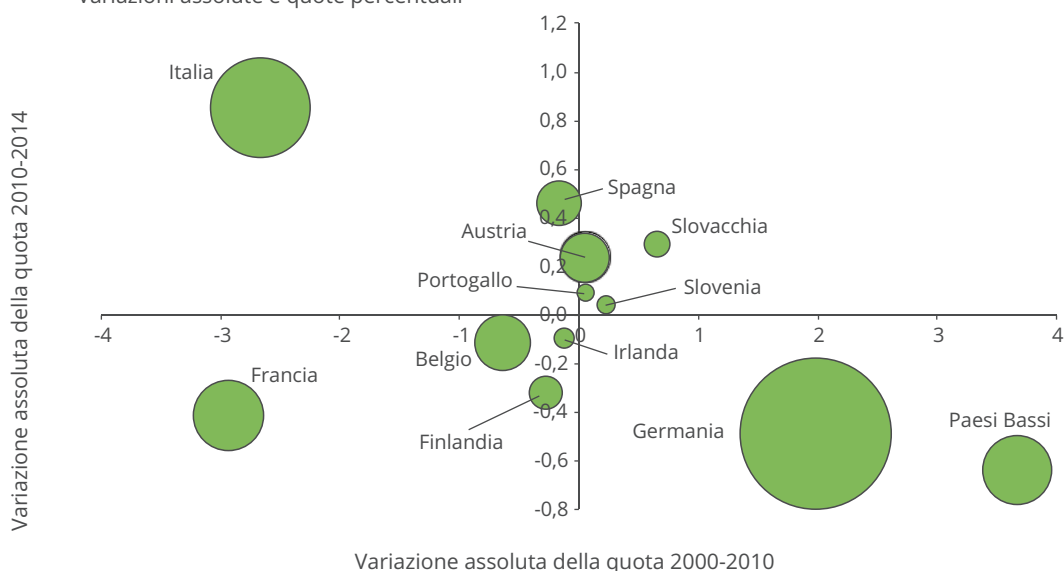
Diversamente da quanto osservato per gli altri settori, nel 2014 la quota italiana sulle esportazioni mondiali di macchinari risulta addirittura superiore rispetto al 2000. Il confronto non deve tuttavia trarre in inganno, dal momento che il rafforzamento dell'Italia nel settore non ha ancora consentito di recuperare il livello raggiunto nel 2008 (7,3 per cento). La perdita subita negli anni successivi è avvenuta a favore di Cina, Stati Uniti e Corea del Sud. Limitando l'analisi ai concorrenti dell'Area dell'euro, si nota che negli anni duemila le esportazioni italiane (e francesi) avevano perso terreno principalmente a vantaggio della Germania, primo esportatore dell'area, e dei Paesi Bassi. Gli anni più recenti hanno, tuttavia, visto una parziale inversione di ruoli, con il rafforzamento dell'Italia e l'arretramento degli altri due paesi (grafico 4.6).

La farmaceutica rappresenta il settore che, fra quelli finora analizzati, vede una distribuzione più equilibrata delle esportazioni dell'Area dell'euro verso il mondo. La Germania risulta, anche in questo caso, il paese con la quota più grande di mercato, in moderata espansione per entrambi gli intervalli considerati. Il grafico 4.7 mostra chiaramente come si sia modificato l'equilibrio dei principali esportatori nel periodo precedente e successivo al 2010.

Fra i casi di successo dell'Italia si citano in particolare il comparto **alimentari, bevande e tabacco** e quello della **carta e prodotti di carta**. Il primo ha vissuto un andamento oscillante nella quota sulle esportazioni mondiali, ma nel confronto con l'Area dell'euro l'Italia si trova, insieme con Germania e Spagna, nel gruppo di paesi che hanno migliorato la propria posizione competitiva in tutti e due gli intervalli considerati, ai danni principalmente di Francia e Paesi Bassi (grafico 4.8). La *performance* positiva del settore cartario (tavola 4.3) risulta in buona misura riconducibile alla Toscana e, in particolare al distretto cartotecnico di Lucca.

**Grafico 4.6 - Meccanica, quote dell'Italia e dei principali concorrenti<sup>(1)</sup> sulle esportazioni esportazioni dell'Area dell'euro**

Variazioni assolute e quote percentuali



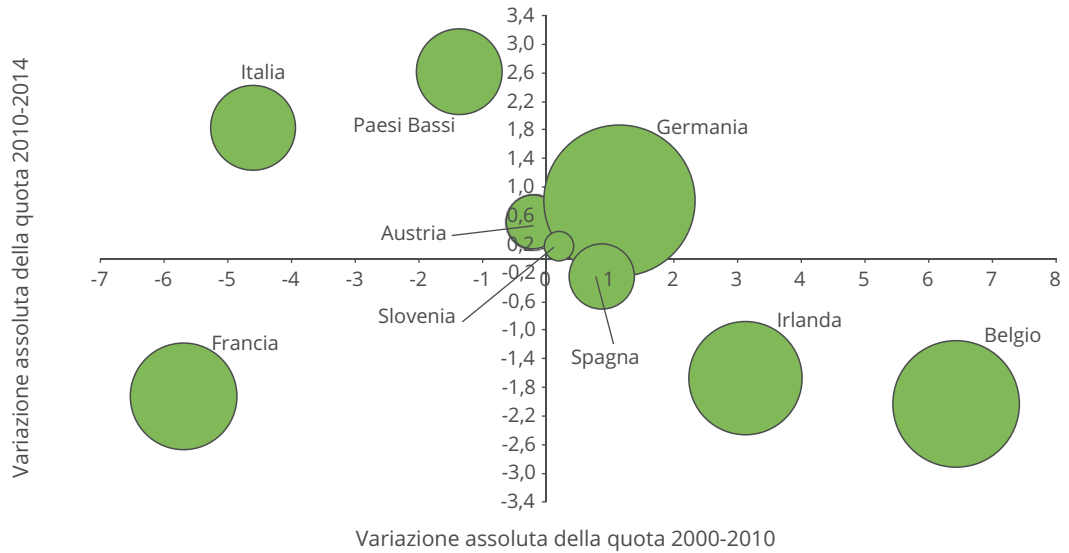
La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni dell'Area euro nel settore.

<sup>(1)</sup>Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'Area dell'euro è pari almeno allo 0,5%.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

**Grafico 4.7 - Farmaceutica, quote dell'Italia e dei principali concorrenti<sup>(1)</sup> sulle esportazioni dell'Area dell'euro**

Variazioni assolute e quote percentuali



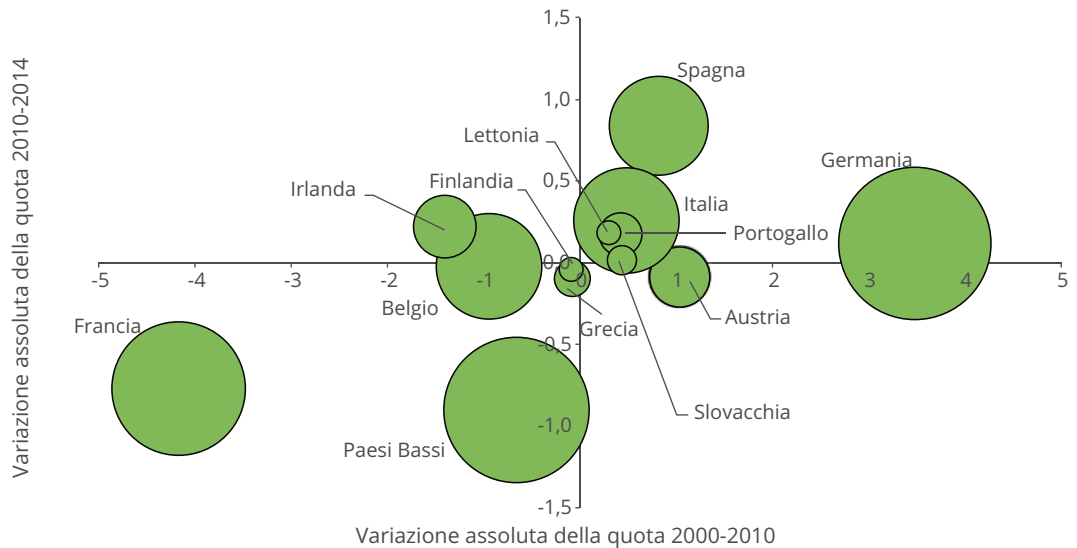
La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni dell'Area euro nel settore.

<sup>(1)</sup>Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'Area dell'euro è pari almeno allo 0,5%.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

**Grafico 4.8 - Alimentari, bevande e tabacco, quote dell'Italia e dei principali concorrenti<sup>(1)</sup> sulle esportazioni dell'Area dell'euro**

Variazioni assolute e quote percentuali



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media (2010-2014) del paese sulle esportazioni dell'Area euro nel settore.

<sup>(1)</sup>Paesi la cui quota sulle esportazioni dell'Area dell'euro è pari almeno allo 0,5%.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

## 4.2 Gli scambi di servizi

Nel 2014 all'espansione del surplus relativo all'interscambio di merci si è accompagnata una contrazione dell'avanzo nei servizi, passato da 1,3 miliardi a 455 milioni di euro (tavola 4.4). Nel 2014, infatti, i flussi in entrata hanno manifestato una dinamicità maggiore rispetto a quelli in uscita. Il recente aggiornamento dei metodi di compilazione della bilancia dei pagamenti mette in rilievo una nuova voce, relativa alla **lavorazione di beni di proprietà di terzi**, che si sostanzia nell'attività di assemblaggio, etichettatura e imballaggio in cui l'Italia svolge un ruolo più attivo nella trasformazione di input importati rispetto a quanto avvenga nella fornitura all'estero di input da trasformare. Il dato risulta ascrivibile in buona misura ai prodotti a tecnologia media o elevata, in particolare farmaceutica, chimica e prodotti raffinati del petrolio.<sup>7</sup> Con riferimento alle principali voci dell'interscambio di servizi, il settore dei **viaggi** ha visto una ripresa delle spese per turismo degli italiani (+6,9 per cento), mentre si confermano in crescita gli acquisti dei turisti stranieri in Italia. Nei **trasporti** l'Italia presenta un saldo negativo piuttosto consistente, che si è ulteriormente ampliato nel 2014. Nel raggruppamento degli **altri servizi alle imprese**, in crescita sia nelle vendite che negli acquisti dall'estero, si segnala in particolare l'incremento delle esportazioni di *servizi di ricerca e sviluppo* (+20 per cento nella media 2010-2014), in cui l'Italia ha un saldo positivo e una quota del 12 per cento sul totale delle esportazioni dell'Unione Europea.<sup>8</sup>

La quota italiana sulle esportazioni mondiali di servizi è stata pari al 2,3 per cento nel 2014, in lieve calo rispetto al biennio precedente (tavola 4.5). La quota italiana risulta, pertanto, più bassa nei servizi rispetto alle merci (2,8 per cento), rivelando un modello di specializzazione più orientato verso l'industria manifatturiera. L'Italia si colloca, infatti, al 14° posto nella graduatoria dei principali esportatori mondiali di servizi, mentre figura solo all'8° posto in quella delle merci.<sup>9</sup> I suoi vantaggi comparati restano concentrati nel settore dei viaggi (turismo). Le esportazioni italiane hanno perso quota anche rispetto a quelle dell'Unione Europea.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Banca d'Italia (2015), *Relazione Annuale, anno 2014*, Roma.

<sup>8</sup> European Central Bank, *Statistical Data Warehouse. BP6: Balance of Payments and International Investment Position (BPM6)*.

[http://sdw.ecb.europa.eu/quickview.do?SERIES\\_KEY=338.BP6.Q.N.B5.D5.S1.S1.T.C.SJ1.\\_Z.\\_Z.\\_Z.EUR.\\_T.\\_X.N](http://sdw.ecb.europa.eu/quickview.do?SERIES_KEY=338.BP6.Q.N.B5.D5.S1.S1.T.C.SJ1._Z._Z._Z.EUR._T._X.N)

<sup>9</sup> Si vedano le Tavole 1.5 e 1.7 del Capitolo 1 del presente *Rapporto*.

**Tavola 4.4 - Scambi con l'estero di servizi per settori<sup>(1)</sup>**

Valori in milioni di euro e variazioni percentuali

|   | Esportazioni  |                                  |                   | Importazioni  |                                  |                   | Saldi        |            |
|---|---------------|----------------------------------|-------------------|---------------|----------------------------------|-------------------|--------------|------------|
|   | 2014          | Var. %<br>2010-14 <sup>(2)</sup> | Var. %<br>2013-14 | 2014          | Var. %<br>2010-14 <sup>(2)</sup> | Var. %<br>2013-14 | 2013         | 2014       |
| Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi        | 3.351         | -0,2                             | 36,2              | 2.134         | -0,9                             | 6,4               | 456          | 1.217      |
| Servizi di manutenzione e riparazione                       | 288           | 13,9                             | 6,0               | 234           | 13,0                             | 20,5              | 78           | 54         |
| Trasporti   | 11.747        | 1,1                              | 0,2               | 20.092        | 0,4                              | 2,4               | -7.891       | -8.345     |
| Viaggi  | 34.240        | 4,0                              | 3,6               | 21.713        | 1,6                              | 6,9               | 12.755       | 12.528     |
| Costruzioni   | 421           | 45,7                             | -1,7              | 125           | 14,7                             | 50,4              | 345          | 296        |
| Servizi assicurativi e pensionistici                        | 1.831         | -0,3                             | 1,1               | 2.616         | -6,4                             | -8,9              | -1.060       | -784       |
| Servizi finanziari  | 3.955         | 7,7                              | 0,4               | 6.539         | 9,3                              | 12,6              | -1.869       | -2.584     |
| Compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale       | 2.557         | -1,8                             | -8,0              | 4.147         | -4,2                             | 2,4               | -1.270       | -1.590     |
| Servizi informatici, di informazione e di telecomunicazione | 6.552         | 1,6                              | 2,2               | 7.475         | 0,5                              | 11,9              | -270         | -923       |
| Altri servizi per le imprese                                | 22.032        | 6,3                              | 4,8               | 20.187        | -0,2                             | 2,5               | 1.319        | 1.845      |
| Servizi personali, culturali e ricreativi                   | 131           | -15,7                            | -0,3              | 488           | -1,2                             | 28,8              | -248         | -357       |
| Beni e servizi per le pubbliche amministrazioni             | 714           | -5,6                             | -12,7             | 1.616         | 0,0                              | -9,8              | -975         | -902       |
| <b>Totale</b>   | <b>87.820</b> | <b>3,6</b>                       | <b>3,5</b>        | <b>87.365</b> | <b>0,6</b>                       | <b>4,6</b>        | <b>1.369</b> | <b>455</b> |

(1) I settori seguono la revisione introdotta dal sesto manuale della bilancia dei pagamenti (BPM6) del Fmi, entrato in vigore a ottobre 2014. Per ulteriori approfondimenti si veda il riquadro *I nuovi standard di contabilità nazionale e di bilancia dei pagamenti* nel Capitolo 2 del presente Rapporto.

(2) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

**Tavola 4.5 - Quote di mercato dell'Italia sulle esportazioni di servizi per settori<sup>(1)</sup>**

Percentuali

|   | Quote sulle esportazioni mondiali |            |                     | Quote sulle esportazioni dell'UE |                     |                     |
|---|-----------------------------------|------------|---------------------|----------------------------------|---------------------|---------------------|
|   | 2012                              | 2013       | 2014 <sup>(2)</sup> | 2012                             | 2013 <sup>(2)</sup> | 2014 <sup>(2)</sup> |
| <b>Servizi commerciali</b>  | <b>2,4</b>                        | <b>2,4</b> | <b>2,3</b>          | <b>5,6</b>                       | <b>5,5</b>          | <b>5,3</b>          |
| Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi, servizi di manutenzione e riparazione | 2,3                               | 2,4        | 2,4                 | 5,1                              | 4,5                 | 4,5                 |
| Trasporti   | 1,6                               | 1,7        | 1,7                 | 3,7                              | 3,8                 | 3,8                 |
| Viaggi  | 3,7                               | 3,7        | 3,7                 | 10,9                             | 10,8                | 10,7                |
| Altri servizi commerciali   | 2,1                               | 2,0        | 1,9                 | 4,4                              | 4,2                 | 4,0                 |
| <b>Beni e servizi per le pubbliche amministrazioni</b>                                      | <b>2,0</b>                        | <b>1,7</b> | <b>2,1</b>          | <b>7,2</b>                       | <b>6,1</b>          | <b>7,4</b>          |
| <b>Totale</b>   | <b>2,4</b>                        | <b>2,4</b> | <b>2,3</b>          | <b>5,6</b>                       | <b>5,5</b>          | <b>5,3</b>          |

(1) Data la limitata disponibilità di dati in base ai nuovi standard BPM6, la tavola non riporta tutte le tipologie di servizi.

(2) Stime.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Omc

## 4.3 L'internazionalizzazione produttiva

Nel 2014 le imprese italiane a partecipazione estera sono state 9.464 e hanno occupato 921 mila addetti, generando un fatturato complessivo di 495 miliardi di euro (tavola 4.6). Del totale delle imprese a partecipazione estera, circa  $\frac{1}{4}$  risulta concentrato nella manifattura, che tuttavia occupa oltre la metà degli addetti totali e ha realizzato il 43,9 per cento del fatturato. La distribuzione settoriale delle partecipazioni estere mostra un peso elevato e abbastanza stabile dei settori a forti economie di scala, contenuto ma in crescita dei settori tradizionali ed elevato ma in riduzione dei settori ad alto contenuto tecnologico. Con riferimento ai settori a offerta specializzata, la **meccanica** si è confermato quello verso il quale gli investitori esteri manifestano il maggiore interesse, in ragione del vantaggio competitivo detenuto dall'Italia nella produzione di macchinari. L'attenzione delle multinazionali estere si manifesta anche in due settori a elevato contenuto tecnologico, segnatamente **farmaceutica** ed **elettronica, ottica e informatica**, che complessivamente generano oltre il 13 per cento del fatturato delle imprese manifatturiere italiane a partecipazione estera e occupano circa il 18 per cento degli addetti. Sono proprio questi settori a più elevata intensità tecnologica a presentare il più elevato rapporto fra occupati delle imprese a partecipazione estera e occupazione complessiva del settore, con quote superiori al 50 per cento. Si tratta, tuttavia, di settori verso i quali l'interesse degli investitori esteri è andato indebolendosi, sia in termini di numero di imprese coinvolte che di dipendenti, a vantaggio della meccanica e dei settori tradizionali. Con particolare riferimento a questi ultimi, sebbene il loro peso in termini di numero di imprese partecipate e relativi dipendenti risulti ancora contenuto rispetto agli altri settori manifatturieri, l'analisi dell'evoluzione dinamica mostra un loro coinvolgimento crescente nei processi di internazionalizzazione passiva.<sup>10</sup> Nel **comparto moda**, sebbene il rapporto fra occupati delle partecipate estere e occupati totali si collochi su livelli nettamente inferiori rispetto a quelli osservabili per le produzioni *hi-tech* (4-5 per cento), il numero di occupati è stato in crescita in tutti i tre principali settori nell'ultimo biennio. Inoltre, il comparto ha accresciuto il suo peso sul fatturato. Questi dati si iscrivono in un periodo particolarmente vivace in termini di acquisizioni estere, che ha visto fra il 2011 e il 2014 il susseguirsi di alcune rilevanti operazioni di *M&A*, di cui sono stati protagonisti il rinomato gruppo francese LVMH (Loro Piana) e il suo rivale Kering (gruppo Brioni), ma anche investitori coreani (Cocinelle e Mandarina Duck) e arabi (Ferrè e Valentino).<sup>11</sup> Il comparto è stato uno dei più dinamici in termini di crescita del fatturato negli ultimi anni, con tassi nettamente superiori sia alla media dei manufatti che a quella totale.

<sup>10</sup> Si veda in particolare Mariotti S., Mutinelli M., Sansoucy L. (2015), *Italia multinazionale 2014*, Rubbettino.

<sup>11</sup> Per un elenco dettagliato delle principali iniziative che hanno coinvolto il comparto moda negli ultimi anni si veda in particolare Mariotti S., Mutinelli M., Sansoucy L. (2015), op. cit..

**Tavola 4.6 - Imprese italiane a partecipazione estera**

|  | Imprese      | Dipendenti     | Fatturato                 |                           |              |              |              |                     |                       |                     |
|--|--------------|----------------|---------------------------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
|  |              |                | 31.12.2014 <sup>(1)</sup> | Distribuzione percentuale |              |              |              |                     | Valore <sup>(2)</sup> | Tcma <sup>(3)</sup> |
|  |              |                |                           | 2010                      | 2011         | 2012         | 2013         | 2014 <sup>(1)</sup> | 2014 <sup>(1)</sup>   | 2009-14             |
| <b>Industria estrattiva</b>  | <b>34</b>    | <b>1.914</b>   | <b>0,1</b>                | <b>0,1</b>                | <b>0,2</b>   | <b>0,3</b>   | <b>0,3</b>   | <b>1.249</b>        | <b>18,2</b>           |                     |
| <b>Industria manifatturiera</b>  | <b>2.793</b> | <b>501.498</b> | <b>39,4</b>               | <b>40,4</b>               | <b>41,1</b>  | <b>42,5</b>  | <b>43,9</b>  | <b>217.551</b>      | <b>4,9</b>            |                     |
| Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco  | 145          | 33.389         | 3,7                       | 3,8                       | 3,8          | 3,9          | 3,9          | 19.463              | 1,6                   |                     |
| Industrie tessili  | 71           | 5.338          | 0,2                       | 0,2                       | 0,2          | 0,2          | 0,4          | 1.881               | 14,3                  |                     |
| Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia   | 55           | 9.521          | 0,4                       | 0,4                       | 0,5          | 0,6          | 0,6          | 3.096               | 11,7                  |                     |
| Fabbricazione di articoli in pelle e simili  | 66           | 6.360          | 0,3                       | 0,4                       | 0,5          | 0,5          | 0,5          | 2.435               | 13,5                  |                     |
| Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio | 18           | 427            | 0,0                       | 0,0                       | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 208                 | 11,4                  |                     |
| Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati  | 137          | 18.148         | 1,7                       | 1,6                       | 1,5          | 1,4          | 1,4          | 6.885               | -2,3                  |                     |
| Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio   | 38           | 8.771          | 4,6                       | 5,5                       | 6,1          | 7,6          | 7,6          | 37.832              | 16,4                  |                     |
| Fabbricazione di prodotti chimici  | 276          | 35.321         | 4,3                       | 4,2                       | 4,3          | 4,3          | 4,3          | 21.527              | 2,7                   |                     |
| Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici   | 109          | 34.638         | 3,9                       | 3,5                       | 3,3          | 3,5          | 3,6          | 17.659              | 0,2                   |                     |
| Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche   | 190          | 30.041         | 1,7                       | 1,7                       | 1,6          | 1,6          | 1,8          | 8.848               | 4,7                   |                     |
| Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi  | 124          | 29.522         | 1,1                       | 1,2                       | 1,2          | 1,3          | 1,9          | 9.336               | 12,7                  |                     |
| Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)  | 313          | 41.297         | 3,8                       | 4,2                       | 3,5          | 3,4          | 3,4          | 17.071              | 2,8                   |                     |
| Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi       | 244          | 52.165         | 2,6                       | 2,4                       | 2,4          | 2,4          | 2,4          | 11.869              | 0,2                   |                     |
| Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche  | 173          | 43.762         | 3,0                       | 2,9                       | 2,8          | 2,7          | 2,6          | 13.106              | -0,7                  |                     |
| Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.  | 575          | 85.752         | 4,9                       | 5,4                       | 6,2          | 5,8          | 5,9          | 29.288              | 6,2                   |                     |
| Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi  | 121          | 40.772         | 1,9                       | 1,9                       | 2,0          | 2,1          | 2,3          | 11.295              | 7,5                   |                     |
| Fabbricazione di altri mezzi di trasporto  | 52           | 16.521         | 0,9                       | 0,7                       | 0,7          | 0,7          | 0,7          | 3.322               | -3,3                  |                     |
| Fabbricazione di mobili  | 16           | 1.356          | 0,1                       | 0,0                       | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 151                 | -11,6                 |                     |
| Altre industrie manifatturiere   | 74           | 8.808          | 0,4                       | 0,4                       | 0,4          | 0,4          | 0,5          | 2.466               | 10,8                  |                     |
| <b>Energia, gas e acqua</b>  | <b>778</b>   | <b>13.077</b>  | <b>10,7</b>               | <b>9,2</b>                | <b>8,8</b>   | <b>8,4</b>   | <b>7,9</b>   | <b>39.141</b>       | <b>-3,5</b>           |                     |
| <b>Costruzioni</b>   | <b>284</b>   | <b>11.494</b>  | <b>0,9</b>                | <b>0,9</b>                | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>   | <b>0,8</b>   | <b>3.879</b>        | <b>5,6</b>            |                     |
| <b>Commercio all'ingrosso</b>  | <b>3.044</b> | <b>116.961</b> | <b>28,0</b>               | <b>28,8</b>               | <b>28,1</b>  | <b>27,1</b>  | <b>26,9</b>  | <b>133.398</b>      | <b>1,1</b>            |                     |
| <b>Logistica e trasporti</b>   | <b>508</b>   | <b>51.142</b>  | <b>4,2</b>                | <b>4,2</b>                | <b>4,4</b>   | <b>4,6</b>   | <b>3,9</b>   | <b>19.225</b>       | <b>0,6</b>            |                     |
| <b>Servizi di telecomunicazione e di informatica</b>   | <b>564</b>   | <b>130.429</b> | <b>10,8</b>               | <b>10,0</b>               | <b>9,8</b>   | <b>9,5</b>   | <b>9,3</b>   | <b>46.141</b>       | <b>-2,7</b>           |                     |
| <b>Altri servizi professionali</b>   | <b>1.459</b> | <b>95.060</b>  | <b>5,9</b>                | <b>6,5</b>                | <b>6,9</b>   | <b>7,0</b>   | <b>7,0</b>   | <b>34.430</b>       | <b>5,1</b>            |                     |
| <b>Totale</b>  | <b>9.464</b> | <b>921.575</b> | <b>100,0</b>              | <b>100,0</b>              | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>495.013</b>      | <b>2,1</b>            |                     |
| Var. %   | 1,0          | 0,6            | 8,9                       | 8,2                       | -2,5         | -2,9         | -0,5         |                     |                       |                     |

(1) 2014: dati preliminari.

(2) In milioni di euro.

(3) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: Reprint, Ice-Politecnico di Milano

Con riferimento alle partecipazioni all'estero delle imprese manifatturiere italiane, queste presentano, analogamente a quanto osservato per le partecipazioni estere in Italia, un coinvolgimento importante dei settori a elevate economie di scala, con particolare riferimento a **prodotti della metallurgia, materiali da costruzione, gomma e plastica e autoveicoli, rimorchi e semirimorchi**. I settori tradizionali presentano un peso relativamente maggiore rispetto a quanto osservato per le partecipazioni estere in Italia. Nel **comparto moda**, sebbene il numero di imprese partecipate e i relativi dipendenti siano significativamente superiori rispetto alle imprese italiane oggetto di operazioni estere, queste generano all'incirca lo stesso fatturato. La **meccanica** conta oltre 1.100 partecipate (su un totale di circa 8.000 nella manifattura), ma genera un fatturato in valore relativamente contenuto. Il dato potrebbe verosimilmente riflettere un decentramento produttivo che si sostanzia in un numero elevato di imprese di piccole e medie dimensioni alle quali vengono affidate le fasi a minor valore aggiunto del processo produttivo.<sup>12</sup> Nei settori a elevata intensità tecnologica, si osserva, nel lungo periodo, una crescita delle partecipazioni riconducibile ad alcune importanti acquisizioni nell'elettronica, ma anche alle operazioni di cui sono stati protagonisti gruppi di medie dimensioni nella farmaceutica.

Complessivamente si può affermare che, nonostante la congiuntura economica sfavorevole, le imprese italiane abbiano manifestato una buona capacità di conservare il presidio detenuto sui mercati internazionali tramite gli investimenti in imprese estere.

<sup>12</sup> Si veda in particolare Mariotti S., Mutinelli M., Sansoucy L. (2015), op. cit..

**Tavola 4.7 - Imprese estere a partecipazione italiana**

|  | Imprese       | Dipendenti       | Fatturato                 |              |              |              |                     |                       |                     |
|--|---------------|------------------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
|  |               |                  | Distribuzione percentuale |              |              |              |                     | Valore <sup>(2)</sup> | Tcma <sup>(3)</sup> |
|  |               |                  | 31.12.2014 <sup>(1)</sup> |              |              |              |                     |                       |                     |
|  |               |                  | 2010                      | 2011         | 2012         | 2013         | 2014 <sup>(1)</sup> | 2014                  | 2009-14             |
| <b>Industria estrattiva</b>  | <b>341</b>    | <b>48.140</b>    | <b>6,9</b>                | <b>6,2</b>   | <b>6,6</b>   | <b>6,2</b>   | <b>5,8</b>          | <b>32.341</b>         | <b>-1,6</b>         |
| <b>Industria manifatturiera</b>  | <b>8.364</b>  | <b>940.040</b>   | <b>43,8</b>               | <b>43,2</b>  | <b>43,6</b>  | <b>46,7</b>  | <b>48,2</b>         | <b>269.221</b>        | <b>6,2</b>          |
| Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco  | 564           | 53.018           | 3,2                       | 1,9          | 1,9          | 2,0          | 2,0                 | 11.238                | -7,4                |
| Industrie tessili  | 373           | 29.722           | 0,4                       | 0,4          | 0,4          | 0,4          | 0,3                 | 1.954                 | 0,1                 |
| Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia   | 495           | 63.637           | 0,4                       | 0,4          | 0,4          | 0,4          | 0,4                 | 2.102                 | -1,9                |
| Fabbricazione di articoli in pelle e simili  | 319           | 23.730           | 0,2                       | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 | 1.013                 | 0,5                 |
| Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio | 235           | 10.037           | 0,1                       | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1                 | 644                   | -0,7                |
| Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati  | 479           | 28.607           | 1,8                       | 1,7          | 1,6          | 1,6          | 1,6                 | 8.983                 | -0,6                |
| Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio   | 22            | 13.132           | 3,1                       | 3,4          | 3,7          | 3,8          | 3,7                 | 20.462                | 8,1                 |
| Fabbricazione di prodotti chimici  | 462           | 27.008           | 1,7                       | 1,6          | 1,5          | 1,4          | 1,3                 | 7.136                 | -0,5                |
| Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici   | 150           | 22.728           | 1,0                       | 1,0          | 1,0          | 1,0          | 1,0                 | 5.469                 | 4,6                 |
| Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche   | 578           | 55.383           | 1,6                       | 1,7          | 1,6          | 1,6          | 1,7                 | 9.216                 | 4,1                 |
| Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi  | 492           | 47.337           | 2,2                       | 2,0          | 1,9          | 1,7          | 1,7                 | 9.711                 | -2,1                |
| Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)  | 1.145         | 98.943           | 4,5                       | 4,7          | 4,3          | 4,2          | 4,2                 | 23.692                | 3,2                 |
| Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi       | 504           | 84.237           | 3,2                       | 2,9          | 2,7          | 2,4          | 2,4                 | 13.555                | 0,2                 |
| Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche  | 482           | 54.007           | 2,3                       | 2,6          | 2,6          | 2,4          | 1,9                 | 10.727                | 8,5                 |
| Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.  | 1.144         | 99.571           | 4,9                       | 5,0          | 4,6          | 4,6          | 4,8                 | 26.901                | 3,3                 |
| Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi  | 408           | 174.367          | 11,3                      | 11,8         | 13,3         | 16,7         | 18,6                | 103.702               | 16,0                |
| Fabbricazione di altri mezzi di trasporto  | 116           | 29.236           | 1,4                       | 1,4          | 1,4          | 1,7          | 1,8                 | 10.141                | 5,1                 |
| Fabbricazione di mobili  | 140           | 11.296           | 0,2                       | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 | 1.197                 | 4,1                 |
| Altre industrie manifatturiere; riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature                              | 256           | 14.044           | 0,2                       | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 | 1.378                 | 3,2                 |
| <b>Energia, gas e acqua</b>  | <b>1.090</b>  | <b>50.286</b>    | <b>14,2</b>               | <b>14,2</b>  | <b>14,2</b>  | <b>12,8</b>  | <b>12,2</b>         | <b>68.242</b>         | <b>3,5</b>          |
| <b>Costruzioni</b>   | <b>1.387</b>  | <b>67.891</b>    | <b>2,2</b>                | <b>2,0</b>   | <b>1,9</b>   | <b>1,9</b>   | <b>2,2</b>          | <b>12.137</b>         | <b>0,6</b>          |
| <b>Commercio all'ingrosso</b>  | <b>13.329</b> | <b>214.047</b>   | <b>21,0</b>               | <b>23,3</b>  | <b>22,9</b>  | <b>23,1</b>  | <b>23,1</b>         | <b>129.176</b>        | <b>3,5</b>          |
| <b>Logistica e trasporti</b>   | <b>1.696</b>  | <b>48.682</b>    | <b>3,1</b>                | <b>2,9</b>   | <b>2,6</b>   | <b>2,4</b>   | <b>2,4</b>          | <b>13.394</b>         | <b>-0,9</b>         |
| <b>Servizi di telecomunicazione e di informatica</b>   | <b>637</b>    | <b>29.456</b>    | <b>3,3</b>                | <b>3,1</b>   | <b>3,0</b>   | <b>2,2</b>   | <b>1,4</b>          | <b>7.769</b>          | <b>-13,5</b>        |
| <b>Altri servizi professionali</b>   | <b>2.995</b>  | <b>91.978</b>    | <b>5,5</b>                | <b>5,1</b>   | <b>5,2</b>   | <b>4,7</b>   | <b>4,7</b>          | <b>26.202</b>         | <b>1,3</b>          |
| <b>Totale</b>  | <b>29.839</b> | <b>1.490.520</b> | <b>100,0</b>              | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>        | <b>558.482</b>        | <b>3,7</b>          |
| Var. %   | -2,2          | -3,1             | 10,4                      | 7,6          | 1,3          | 0,7          | -1,2                |                       |                     |

(1) 2014: dati preliminari.

(2) In milioni di euro.

(3) Tasso di crescita medio annuo.

Fonte: Reprint, Ice-Politecnico di Milano





## L'Italia e i mercati di esportazione: un'analisi comparata delle barriere tariffarie

di Luca Salvatici\*

### 1. I dati e il modello

*Il mercato estero rappresenta un importante canale di sbocco per il sistema produttivo italiano, canale che si è ulteriormente rafforzato nel corso degli ultimi anni. Allo stesso tempo, però, l'attuale stallo dei negoziati della Organizzazione mondiale del commercio (Omc) e la lunghezza dei processi negoziali, e di implementazione, legati agli accordi regionali e bilaterali, hanno fatto sì che il processo di riduzione delle protezioni commerciali, avviatosi con l'Uruguay Round, abbia subito un rallentamento.*

*Se si vogliono quantificare i livelli di protezione che i settori produttivi dell'economia italiana fronteggiano nei diversi mercati, la valutazione delle barriere commerciali è resa difficile dalla molteplicità degli strumenti e dalla disaggregazione delle politiche. Al fine di cogliere questi aspetti, utilizzeremo un modello di equilibrio economico generale per il calcolo di un indice di protezione teoricamente fondato come il Mercantilistic Trade Restrictiveness Index (Mtri).*

*Il modello utilizzato è quello del Global trade analysis project, un modello di equilibrio economico generale statico, multi-regione e multi-settore.<sup>1</sup> L'ultima versione attualmente disponibile della base di dati, il cui anno di riferimento è il 2007, include 137 paesi o regioni e 57 settori relativi a beni e servizi. In queste simulazioni si sono aggregati 15 settori relativi a beni e 4 relativi a servizi. Ciò consente di prendere in considerazione i seguenti settori di particolare interesse per le esportazioni italiane: agricoltura, alimentare, chimica, elettronica, meccanica, motoveicoli e tessile. Dal punto di vista geografico vengono presi in considerazione 29 aggregati nazionali o territoriali che comprendono 3 paesi membri dell'Unione Europea (UE), concorrenti dell'Italia a livello internazionale (Francia, Germania e Spagna), e i principali mercati di esportazione: Association of Southeast Asian Nations (Asean), Canada, Cina, European Free Trade Area (Efta), Giappone, Golfo Persico, India, Common Market of the South (Mercosur), Messico, Oceania, Russia, Stati Uniti e Sudafrica.*

*Per quanto riguarda le tariffe all'importazione, viene utilizzata la base dati MacMap elaborata dal Centre d'études prospectives et d'informations internationales (Cepii) che riporta i dazi applicati a livello bilaterale. Le caratteristiche principali dei dati relativi alla protezione tariffaria possono essere sintetizzate come segue:*

*i) MacMap fornisce informazioni dettagliate con il massimo livello di dettaglio consentito dal sistema armonizzato (Hs-6 cifre), che comprende 5111 prodotti. I prospetti depositati dai paesi membri presso l'Omc arrivano in alcuni casi a un livello di dettaglio assai più spinto (8, 10 o addirittura 12 cifre), ma oltre le 6 cifre non esiste una codifica concordata a livello internazionale. Di conseguenza, nei casi in cui l'informazione di partenza è più dettagliata, il Cepii ha provveduto a una aggregazione dei dazi attraverso una media semplice degli stessi.*

\* Università di Roma Tre.

<sup>1</sup> Hertel T. (1997), *Global trade analysis: modeling and applications*, Cambridge University Press, Cambridge, Regno Unito.



ii) Poiché nel modello Gtap vengono utilizzate solamente tasse ad valorem, tutti gli altri strumenti di protezione vanno approssimati attraverso degli equivalenti tariffari. Nel calcolo degli equivalenti ad valorem di MacMap sono incluse informazioni riguardanti le tariffe ad valorem, le tariffe specifiche, le tariffe miste, le tariffe antidumping e i contingenti tariffari (Tariff-rate quotas, Trq). L'inclusione di tutti questi elementi, in particolare delle tariffe specifiche e delle Trq, implica scelte delicate sia dal punto di vista teorico che statistico.

Per quanto riguarda le tariffe specifiche va ricordato che nel settore agricolo il loro utilizzo è molto diffuso. Per calcolare il corrispondente equivalente ad valorem occorre dividere la tariffa in questione per un valore unitario (prezzo). Il problema risiede appunto nella determinazione di un valore unitario affidabile. Si tratta di una scelta controversa: l'equivalente ad valorem è molto sensibile al metodo adottato.

L'utilizzo del valore unitario bilaterale potrebbe sembrare la soluzione più immediata, dato che tiene conto delle diverse specializzazioni commerciali. Tuttavia questo metodo pecca in termini di robustezza: si introduce infatti una varianza significativa in termini di equivalenti applicati ai diversi paesi su uno stesso mercato. Inoltre tale metodo non è utilizzabile in caso di flussi di commercio nulli. Al contrario, utilizzando una media delle importazioni a livello mondiale si ottiene una misura robusta degli equivalenti ad valorem, tuttavia si omette totalmente l'aspetto legato alle differenze in termini di qualità.

La scelta di calcolo dei valori unitari nella banca dati MacMap di fatto risponde a queste due esigenze: tenere conto della specializzazione dei diversi paesi senza esibire una eccessiva volatilità. Più precisamente la metodologia utilizzata da MacMap si basa sul valore unitario mediano delle esportazioni mondiali provenienti da un gruppo di riferimento al quale ogni paese esportatore appartiene. Per questioni di robustezza, il calcolo del valore unitario si basa su una media dei valori mediani unitari di tre anni consecutivi.

Per quanto riguarda i contingenti tariffari, MacMap distingue tre casi a seconda del grado di utilizzazione del contingente su cui viene applicato un dazio ridotto:

- se l'utilizzazione è inferiore al 90%, si considera il valore del dazio ridotto;
- se il grado di utilizzazione è superiore al 99% si considera il valore del dazio all'esterno del contingente (corrispondente, per i paesi membri dell'Omc, al dazio consolidato ovvero al dazio applicato su base non discriminatoria);
- negli altri casi, ovvero con un grado di utilizzo compreso tra il 90% e il 99%, la base dati utilizza una media semplice dei dazi applicati all'interno e all'esterno del contingente.

La base dati non consente quindi di fornire indicazioni riguardo alle misure non tariffarie che generano le maggiori preoccupazioni per via della loro complessità e scarsa trasparenza. D'altra parte, anche limitandosi alle sole barriere tariffarie, non è facile sintetizzare l'impatto di tasse estremamente differenziate tra prodotti e tra mercati di destinazione e gli indici tradizionali, come le medie semplici o ponderate, sono caratterizzati da distorsioni ineliminabili. Per questa ragione si è deciso di utilizzare un indice come il Mercantilistic Trade Restrictiveness Index (Mtri) per misurare l'apertura dei mercati nei confronti dei prodotti italiani.<sup>2</sup> In pratica, l'Mtri viene definito come quello scalare ( $p$ ) da applicare ai prezzi interni, una volta rimosse le tariffe esistenti, in modo tale da mantenere costante l'ammontare di importazioni valutate a prezzi internazionali:

<sup>2</sup> Anderson J. E., Neary J. P. (2003), *The Mercantilistic Index of Trade Policy*, "International Economic Review", 44(2), pp. 627-649.

$$\rho(\pi^1, M^0; B^0) = [\rho: M(\pi^1/\rho, \pi^*; B^0) = M(\pi^0, \pi^*, B^0)]$$

indicando con  $\pi$  i prezzi e  $B$  la funzione di bilancia commerciale, l'Mtri è rappresentato dall'inverso del fattore tariffario uniforme (1 più la tariffa ad valorem) mentre la funzione delle importazioni in volume ( $M$ ) è definita come:

$$M(\pi, \pi^*, B) \equiv \sum_i \pi_i * I_i^m$$

dove  $I^m$  denota la funzione di domanda non compensata (marshalliana) di importazioni.

Ipotizzando una completa liberalizzazione, i nuovi prezzi ( $\pi^1$ ) coincidono con i prezzi mondiali e l'Mtri corrisponde al dazio uniforme equivalente in termini di ammontare delle importazioni alla politica commerciale originaria.

Il calcolo dell'indice a livello bilaterale viene effettuato nell'ambito di un modello con prezzi mondiali endogeni,<sup>3</sup> grazie al quale si evidenzia come anche partendo da un livello di aggregazione piuttosto elevato (quello consentito dalla base dati del Global Trade Analysis Project) il calcolo di un indice teoricamente fondato come il Mtri consenta di evitare la valutazione distorta dei livelli di protezione che deriverebbe dall'uso di un indicatore tradizionale come la tariffa media ponderata con il livello delle importazioni.

## 2. Risultati

### Confronto tra mercati

La Tavola 1 riporta i risultati dell'Mtri relativo ad alcuni dei principali mercati per le esportazioni italiane. I valori riportati nella prima colonna rappresentano il dazio uniforme che dovrebbe essere imposto in ciascun mercato qualora si volesse mantenere costante il valore delle esportazioni a prezzi mondiali una volta che siano stati rimossi i dazi iniziali.

Sebbene i valori assoluti della protezione siano sottostimati a causa della parzialità delle politiche considerate, appaiono differenze assai significative fra i mercati meno protetti, dove le politiche attuali equivalgono a una protezione inferiore al 5%, e quelli più protetti dove si arriva a dazi uniformi equivalenti a due cifre: nel caso dell'India ad esempio, se venissero aboliti tutti i dazi verso i prodotti italiani, occorrerebbe imporre in tutti i settori un dazio pari al 15% per mantenere costante il volume delle esportazioni.

Le colonne successive disaggregano i risultati nazionali per capire quali siano i settori che pesano di più rispetto alla protezione complessiva. La variabilità è assai elevata e in tutti i mercati un paio di settori sono responsabili di gran parte dell'effetto totale. Inoltre emerge chiaramente il ruolo preminente giocato dai settori dei macchinari e della chimica che risultano quelli maggiormente rilevanti in quasi tutti i mercati.

<sup>3</sup> Antimiani A., Conforti P., Salvatici L. (2008), *Measuring restrictiveness of bilateral trade policies: a comparison between developed and developing countries*, "Review of World Economics", n. 2, (pp. 207-224).



**Tavola 1 - Indice relativo alle esportazioni italiane in diversi mercati disaggregato per i principali settori**  
Mercantilistic Trade Restrictiveness Index (Mtri)

| Mercati       | Settori |           |             |             |             |         |         |            |
|---------------|---------|-----------|-------------|-------------|-------------|---------|---------|------------|
|               | Totale  | Meccanica | Agricoltura | Motoveicoli | Elettronica | Chimica | Tessile | Alimentare |
| India         | 15,05   | 7,88      | 0,05        | 0,44        | 0,22        | 0,81    | 1,47    | 0,49       |
| Mercosur      | 13,03   | 6,52      | 0,02        | 0,86        | 0,32        | 1,14    | 1,55    | 0,27       |
| Russia        | 11,17   | 1,64      | 0,08        | 0,22        | 0,05        | 3,68    | 0,71    | 0,45       |
| Corea del Sud | 8,11    | 2,22      | 0,01        | 0,35        | 0,03        | 2,75    | 0,85    | 1,20       |
| Canada        | 6,67    | 0,55      | 0,00        | 0,10        | 0,01        | 1,66    | 0,27    | 3,31       |
| Cina          | 6,42    | 3,44      | 0,02        | 0,20        | 0,03        | 1,25    | 0,61    | 0,07       |
| Giappone      | 6,13    | 0,08      | 0,02        | 0,00        | 0,00        | 4,59    | 0,18    | 1,10       |
| Asean         | 5,56    | 1,07      | 0,01        | 0,43        | 0,04        | 1,23    | 0,45    | 0,29       |
| Oceania       | 4,44    | 1,60      | 0,00        | 0,63        | 0,08        | 0,85    | 0,21    | 0,20       |
| Sudafrica     | 3,80    | 0,54      | 0,03        | 0,94        | 0,01        | 1,04    | 0,34    | 0,32       |
| Stati Uniti   | 2,92    | 0,30      | 0,01        | 0,05        | 0,01        | 1,53    | 0,13    | 0,29       |
| Messico       | 1,23    | 0,46      | 0,00        | 0,08        | 0,00        | 0,13    | 0,09    | 0,16       |

Fonte: simulazioni modello Gtap

### Confronto tra settori

La Tavola 2 riporta i risultati dell'Mtri relativo ai singoli settori di esportazione. In questo caso la prima riga presenta la tariffa uniforme equivalente che manterrebbe costanti le esportazioni italiane di uno specifico settore dopo l'eliminazione dei dazi imposti su quel prodotto da tutti i possibili importatori.

I settori primari e quello tessile registrano le barriere tariffarie più elevate e questo è in linea con le aspettative alla luce del ritardo con cui le barriere relative a questi prodotti sono state oggetto di trattative a livello multilaterale; d'altra parte, questi settori sono spesso oggetto di deroghe ed eccezioni nell'ambito degli accordi di liberalizzazione a livello bilaterale. Anche in questo caso, più che il valore assoluto è interessante il confronto tra settori ed è possibile scomporre il risultato settoriale per capire quali siano i mercati che hanno un maggior peso in termini di protezione. I risultati, riportati nelle righe successive alla prima della Tavola 2, evidenziano che la protezione del settore primario si concentra prevalentemente nei paesi europei (extracomunitari) mentre in tutti gli altri casi i mercati più protetti sono quelli dei paesi emergenti come Russia, India, Cina e Sudafrica.

**Tavola 2 - Indice relativo alle esportazioni italiane per diversi settori disaggregato per i principali mercati**  
 Mercantilistic Trade Restrictiveness Index (Mtri)

| Mercati                        | Settori     |            |         |             |           |         |             |
|--------------------------------|-------------|------------|---------|-------------|-----------|---------|-------------|
|                                | Agricoltura | Alimentare | Tessile | Motoveicoli | Meccanica | Chimica | Elettronica |
| Totale                         | 16,46       | 12,85      | 8,61    | 5,62        | 4,64      | 3,85    | 2,11        |
| Nord America                   | 0,34        | 3,23       | 1,90    | 0,31        | 0,19      | 0,27    | 0,05        |
| Asia                           | 0,14        | 1,48       | 1,34    | 0,17        | 0,13      | 0,21    | 0,02        |
| Efta                           | 8,09        | 3,39       | 0,00    | 0,00        | 0,00      | 0,00    | 0,00        |
| Nord Africa                    | 4,31        | 0,52       | 0,55    | 0,49        | 0,34      | 0,25    | 0,11        |
| Mercosur                       | 0,12        | 0,35       | 0,42    | 1,15        | 0,97      | 0,77    | 0,71        |
| Patto Andino                   | 0,02        | 0,04       | 0,05    | 0,02        | 0,05      | 0,05    | 0,03        |
| Asean                          | 0,06        | 0,24       | 0,26    | 0,36        | 0,10      | 0,14    | 0,05        |
| Oceania                        | 0,00        | 0,13       | 0,14    | 0,39        | 0,11      | 0,05    | 0,07        |
| Africa                         | 0,34        | 0,99       | 0,24    | 0,54        | 0,28      | 0,30    | 0,29        |
| Golfo Persico                  | 0,02        | 0,21       | 0,15    | 0,25        | 0,51      | 0,16    | 0,03        |
| Russia, India, Cina, Sudafrica | 1,30        | 1,37       | 2,62    | 1,32        | 1,61      | 1,29    | 0,46        |
| Sud America                    | 0,01        | 0,18       | 0,05    | 0,04        | 0,05      | 0,07    | 0,05        |

Fonte: simulazioni modello Gtap

### Confronto con altri esportatori

*Il modello consente di confrontare le barriere commerciali relative alle esportazioni italiane con quelle che colpiscono le esportazioni di alcuni paesi concorrenti all'interno dell'UE. Sebbene le politiche commerciali degli importatori non possano discriminare tra i diversi membri dell'UE a causa degli impegni multilaterali (Organizzazione mondiale del commercio) e bilaterali (eventuali accordi preferenziali sottoscritti con l'intera UE), la protezione fronteggiata dalle esportazioni di ciascun paese può essere significativamente diversa a causa di due tipi di effetti. Da una parte vi è un effetto di composizione dovuto alla differenziazione merceologica dei flussi commerciali dei singoli paesi: anche se la politica commerciale non discrimina tra paesi può discriminare tra prodotti e ciò fa sì che il livello dei dazi è funzione della composizione dei flussi di esportazione bilaterali di ciascun paese. Dall'altra, c'è un effetto strutturale dovuto alle diverse caratteristiche delle economie nazionali che le rendono più o meno sensibili alle tariffe anche qualora queste assumano i medesimi valori.*

*La Tavola 3 consente di verificare in quali mercati e in che misura l'Italia si trovi a fronteggiare delle barriere tariffarie più o meno alte rispetto a tre paesi membri dell'UE che possono essere considerati potenziali concorrenti: Francia, Germania e Spagna.*



**Tavola 3 - Indice relativo alle esportazioni di Italia, Francia, Germania e Spagna in diversi mercati**  
Mercantilistic Trade Restrictiveness Index (Mtri)

| Mercati       | Esportatori |         |          |        |
|---------------|-------------|---------|----------|--------|
|               | Italia      | Francia | Germania | Spagna |
| India         | 15,05       | 11,38   | 15,12    | 15,91  |
| Mercosur      | 13,03       | 16,54   | 12,67    | 12,07  |
| Russia        | 11,17       | 11,07   | 8,64     | 12,61  |
| Corea del Sud | 8,01        | 8,18    | 12,07    | 8,04   |
| Canada        | 6,67        | 6,26    | 3,71     | 3,65   |
| Cina          | 6,42        | 5,23    | 7,00     | 4,95   |
| Giappone      | 6,13        | 4,36    | 1,10     | 4,44   |
| Asean         | 5,56        | 4,08    | 3,56     | 6,66   |
| Oceania       | 4,44        | 2,60    | 5,70     | 4,59   |
| Sudafrica     | 3,80        | 3,44    | 5,82     | 7,10   |
| Stati Uniti   | 2,92        | 1,13    | 1,17     | 2,04   |
| Messico       | 1,23        | 1,50    | 1,72     | 1,95   |

Fonte: simulazioni modello Gtap

*Le differenze nelle barriere che gli esportatori fronteggiano nei singoli mercati sono significative. L'Italia fronteggia dazi mediamente più elevati nei mercati nordamericani e giapponesi e ciò è dovuto a quanto accade nel settore alimentare e, soprattutto, tessile. Per quanto riguarda gli altri paesi europei, la Francia appare sfavorita in Sudamerica (Mercosur), la Spagna nei mercati emergenti (Asean, India, Sudafrica, Russia), la Germania in Asia (Cina e Corea del Sud) e in Oceania. La Tavola 4 consente di verificare in quali settori e in che misura l'Italia si trovi a fronteggiare delle barriere tariffarie più o meno alte rispetto agli altri tre paesi membri dell'UE (Francia, Germania e Spagna).*

**Tavola 4 - Indice relativo alle esportazioni di Italia, Francia, Germania e Spagna per diversi settori**  
Mercantilistic Trade Restrictiveness Index (Mtri)

| Mercati     | Esportatori |         |          |        |
|-------------|-------------|---------|----------|--------|
|             | Italia      | Francia | Germania | Spagna |
| Agricoltura | 16,46       | 12,77   | 9,55     | 12,35  |
| Alimentare  | 12,85       | 15,14   | 23,95    | 14,94  |
| Tessile     | 8,61        | 8,71    | 7,16     | 8,86   |
| Motoveicoli | 5,62        | 11,82   | 7,31     | 7,86   |
| Meccanica   | 4,64        | 4,62    | 3,82     | 5,01   |
| Chimica     | 3,85        | 3,96    | 3,76     | 4,11   |
| Elettronica | 2,11        | 2,57    | 1,98     | 6,27   |

Fonte: simulazioni modello Gtap

*In questo caso le differenze nelle barriere che gli esportatori fronteggiano sono significative solamente per alcuni settori. L'Italia fronteggia dazi mediamente più elevati degli altri paesi nel settore agricolo e ciò è dovuto soprattutto alle differenze nelle barriere imposte dai paesi europei extra-UE (cfr. Tavola 2). Gli altri settori caratterizzati da differenze rilevanti sono l'alimentare, dove risulta penalizzata la Germania soprattutto sui mercati asiatici, i motoveicoli dove le esportazioni francesi fronteggiano dazi relativamente più elevati in Sudamerica (Mercosur), e l'elettronica che vede sfavorita la Spagna sui mercati dei paesi emergenti (Cina, India, Russia, Sudafrica).*

*I risultati presentati sono potenzialmente interessanti per valutare gli interessi nazionali riguardo alle possibili liberalizzazioni commerciali che si potranno ottenere a seguito dei negoziati internazionali. Nel caso delle trattative multilaterali in seno all'Organizzazione mondiale del commercio sono rilevanti i confronti settoriali, mentre nel caso della fitta rete di trattative bilaterali è utile mettere a confronto la protezione esistente nei diversi mercati. In ogni caso, è importante sottolineare che le diversità strutturali delle economie europee rendono non sempre (necessariamente) coincidenti gli interessi e le priorità dei paesi membri e ciò è vero anche quando si adottano e si fronteggiano le medesime politiche commerciali.*



### Gli esportatori di prodotti alimentari nelle catene globali del valore

di Enrico Marvasi\*

*Nel corso degli ultimi due decenni, le catene globali del valore sono divenute un paradigma produttivo ampiamente diffuso, tanto da costituire ormai una chiave di lettura imprescindibile ai fini di una corretta comprensione delle recenti trasformazioni dell'economia mondiale e dei flussi commerciali.*

*Il concetto di catene globali del valore inteso in senso ampio non è nuovo e si collega direttamente a fenomeni già ampiamente noti e studiati, come le reti produttive tra imprese, le filiere produttive, i distretti industriali, la frammentazione della produzione, l'esternalizzazione, gli investimenti esteri e le imprese multinazionali (cfr. De Backer e Miroudot, 2014).*

*Lo sviluppo degli studi sulle catene del valore deriva principalmente da analisi di tipo teorico, spesso fondate sulla generalizzazione dei risultati di casi studio specifici. La letteratura empirica di tipo quantitativo al contrario è ancora piuttosto scarsa e può essere suddivisa in due tipologie: una a livello aggregato e in gran parte basata sull'utilizzo delle tavole input output; e una a livello microeconomico che analizza l'evidenza disponibile a livello di impresa. Questo contributo appartiene alla seconda tipologia (cfr. Giovannetti, Marvasi e Sanfilippo, 2015, e Giovannetti e Marvasi, 2015, per analisi più approfondite sulle imprese italiane).*

*In questo contributo ci concentriamo sugli esportatori manifatturieri italiani di prodotti alimentari. L'analisi empirica sfrutta l'informazione derivante da un campione di oltre venticinquemila imprese operanti nell'industria e nei servizi. I dati a nostra disposizione includono imprese di media e piccola dimensione, anche con meno di 10 addetti, e forniscono informazioni dirette circa la partecipazione delle imprese a filiere di produzione specifiche o catene del valore, così come dichiarato esplicitamente dalle imprese stesse.*

*Il settore dell'agro-alimentare, e più nello specifico quello dei prodotti alimentari italiani, presenta alcune peculiarità sulle quali vale la pena concentrare l'analisi.*

*In primo luogo, diversi studi sottolineano come all'interno del settore agro-alimentare il ruolo dominante tenda a essere ricoperto dai compratori (buyer-driven). Le fasi di cui è costituita la catena del valore sono relativamente numerose sia a livello di produzione sia a livello di distribuzione. Queste caratteristiche fanno sì che, a livello globale, le catene dell'agro-alimentare tendano a coinvolgere un numero elevato di imprese in molti paesi, sia sviluppati sia in via di sviluppo (cfr. Lee, Gereffi e Beauvais, 2012, Fally, 2012, de Backer e Miroudot, 2014). Inoltre, l'elevato numero di attori a livello globale ha nel corso dell'ultimo decennio reso necessario un processo di razionalizzazione, per cui l'attuale struttura della catena globale del valore è in gran parte il risultato di una ristrutturazione che ha visto aumentare il grado di concentrazione e in diversi casi il potere di mercato e di controllo della catena nelle mani di poche grandi imprese, spesso i grandi compratori e/o distributori (cfr. Lee, Gereffi e Beauvais, 2012, Humphrey e Memedovic, 2006, Burch e Lawrence, 2005).*

\* Università degli Studi di Firenze.



*In secondo luogo, l'industria alimentare ricopre un'importanza primaria nella struttura produttiva italiana e i prodotti italiani sono noti e apprezzati in tutto il mondo; ciò nonostante, guardando al commercio internazionale per il settore nel complesso, il paese è non solo uno dei maggiori esportatori mondiali, ma anche uno dei maggiori importatori: l'Italia ha un saldo commerciale negativo e non risulta specializzata nel settore. La mancanza di specializzazione nel settore alimentare nel complesso è da ricollegarsi, almeno in parte, alla debolezza strutturale delle imprese, la cui distribuzione è più sbilanciata sulla piccola dimensione sia rispetto ad altri settori dell'industria italiana, sia rispetto ad altri paesi europei. La piccola dimensione delle imprese può teoricamente rappresentare un ostacolo per la competitività internazionale se, come suggerito dalla letteratura sopra citata, questo si accompagna a difficoltà nell'affrontare i costi legati all'internazionalizzazione o a un minore potere contrattuale all'interno delle catene del valore da parte dei piccoli produttori di fronte ai grandi distributori. Dati questi elementi (ovvero l'importanza del settore per il sistema paese, la non specializzazione e la prevalenza di piccole imprese), comprendere le trasformazioni interne al settore e in particolare il ruolo delle catene del valore per le imprese esportatrici, costituisce un passo importante per la definizione delle possibili politiche economiche.*

*Alla luce del quadro generale sopra delineato, la partecipazione alle catene del valore da parte delle imprese alimentari italiane porta con sé rischi e opportunità. Con riguardo a queste ultime, notiamo che l'industria alimentare è un tipico esempio di mercato in cui la concorrenza può essere non solamente di prezzo, ma anche di qualità. Uno studio recente ha utilizzato le denominazioni di origine e le certificazioni come indicatore della qualità dei prodotti alimentari tipici del made in Italy, mostrando come le imprese che producono prodotti di alta qualità abbiano maggiori probabilità di esportare e di esportare valori e volumi maggiori verso destinazioni più ricche e più lontane (cfr. Curzi e Olper, 2012). Questo risultato non sorprende né a livello teorico né in considerazione delle particolarità della catena globale del valore agro-alimentare. Inoltre, è coerente con il processo di riorganizzazione delineato sopra, che ha portato a un aumento della concentrazione, al quale si è accompagnato un significativo sviluppo degli standard e delle certificazioni sia private che pubbliche. Le prime sono tipicamente volte a facilitare e semplificare il coordinamento tra le diverse fasi e i diversi attori della catena del valore, nonché utili a garantire alti livelli di qualità e controllo lungo tutte le fasi della filiera, ma importanti anche nella creazione di un valore aggiuntivo per il consumatore finale sempre più attento alla sicurezza, tracciabilità e qualità dei prodotti alimentari, elementi questi ultimi spesso oggetto di regolamentazione pubblica. Questo fenomeno, che ha dimensione globale, ha aumentato l'importanza della trasparenza dell'informazione, della reputazione e dei marchi (cfr. Humphrey e Memedovic, 2006, Lee, Gereffi e Beauvais 2012). Si comprende quindi come la partecipazione alle catene del valore possa rappresentare per le imprese italiane un'opportunità per la diffusione sia dei prodotti di tipo industriale, per i quali potrebbero esserci maggiori economie di scala, sia dei prodotti di alta qualità delle piccole e medie imprese, per i quali l'artigianalità ricopre ancora un'importanza fondamentale nei segmenti di nicchia (cfr. Dentoni e Reardon, 2010; Humphrey, 2005). Le imprese alimentari italiane potrebbero trovare nell'integrazione nelle catene del valore la strategia vincente per sfruttare al meglio i loro vantaggi comparati e superare alcuni degli ostacoli all'internazionalizzazione.*

*I risultati riportati in questo contributo sono incoraggianti. L'analisi econometrica illustrata di seguito evidenzia come le imprese che operano all'interno delle catene del valore abbiano una maggiore probabilità di esportare. Questo risultato si applica in particolare alle piccole imprese operanti nella fase più a valle del processo produttivo e risulta aumentato se vi è anche la presenza della grande distribuzione organizzata. La nostra analisi, da un lato, illustra come la piccola*



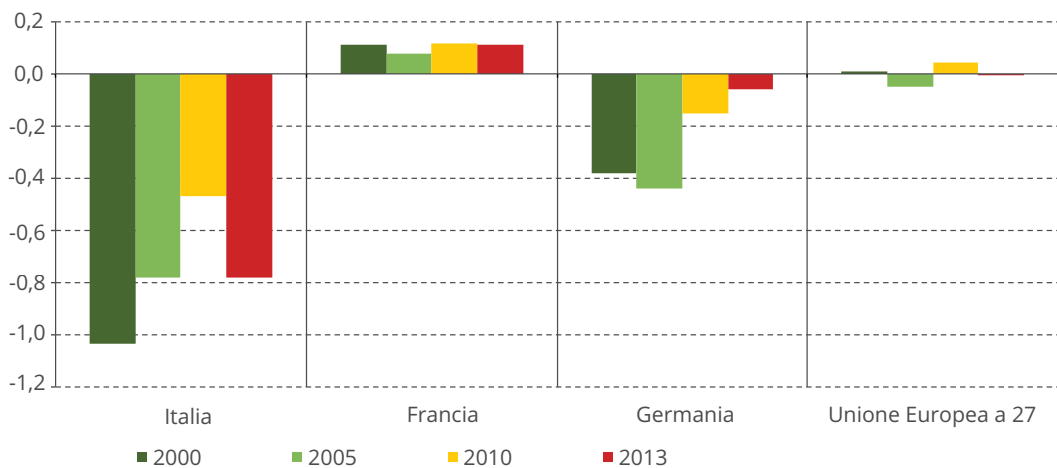
dimensione delle imprese italiane e la mancanza di una solida rete distributiva, con tutti i servizi a essa collegati, possano rappresentare un ostacolo all'internazionalizzazione, dall'altro, è coerente con la letteratura citata e mostra come le catene globali del valore possano, almeno in parte, aiutare le imprese italiane a raggiungere i mercati esteri.

### L'industria alimentare italiana

Gli ultimi dati disponibili indicano che le imprese operanti nel settore alimentare sono circa 55 mila e occupano circa 395 mila addetti, i margini operativi medi sul valore aggiunto sono del 33 per cento (EBITDA), di 6 punti maggiori che nel complesso del manifatturiero; la quota di imprese esportatrici è di circa il 12 per cento, circa la metà del manifatturiero (Istat, 2015).

In termini di scambi con l'estero, l'Italia rientra tra i maggiori esportatori e importatori europei e del mondo, presentando un disavanzo commerciale di circa 570 milioni di euro nel 2013 (Ice, 2014). Il saldo commerciale normalizzato è negativo e, anche se il disavanzo tende a ridursi negli anni, risulta più accentuato di quello della Francia, mentre la Germania registra un avanzo.<sup>1</sup> Un indicatore più adatto a valutare la specializzazione nel caso esaminato e in un contesto come quello delle catene globali del valore, in cui è necessario tenere conto sia dei flussi in entrata che di quelli in uscita, è l'indice di Lafay: valori positivi indicano una specializzazione, mentre valori negativi indicano una despecializzazione.<sup>2</sup> L'indice di Lafay, calcolato per il settore alimentare aggregato, fornisce informazioni più attendibili circa la specializzazione dei paesi, e in parte discordanti, rispetto al semplice saldo normalizzato: la Francia è in realtà specializzata nel settore alimentare, mentre la Germania è despecializzata; l'Italia invece rimane despecializzata e lo svantaggio risulta particolarmente accentuato (Grafico 1).

Grafico 1 - La specializzazione nell'industria alimentare<sup>(1)</sup>



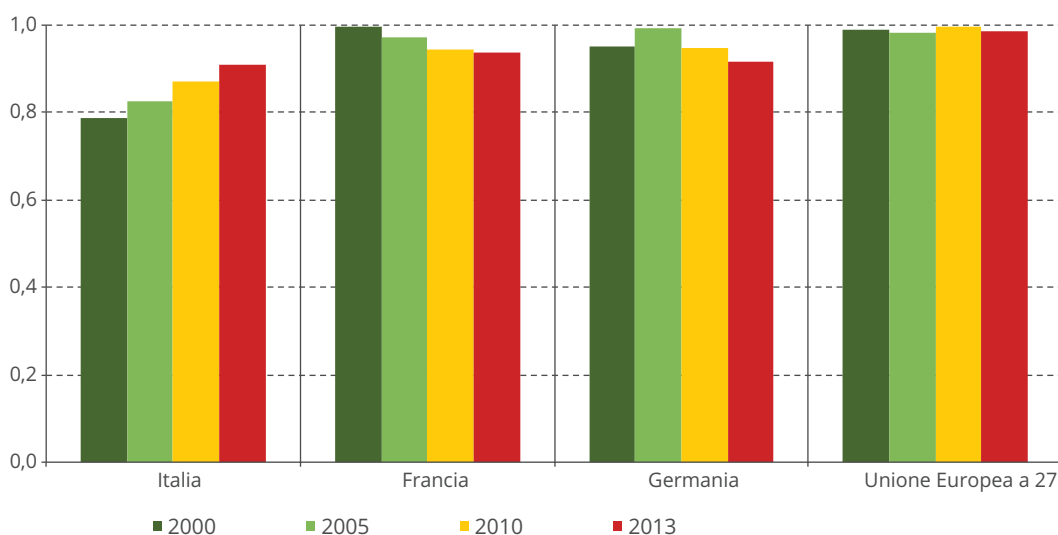
<sup>(1)</sup> Indice di Lafay calcolato per il settore aggregato.

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

- 1 Il saldo commerciale normalizzato è calcolato come differenza tra esportazioni e importazioni, divisa per la somma delle due.
- 2 L'indice di Lafay misura il contributo del settore al saldo commerciale normalizzato complessivo. Per un dato settore, l'indice è calcolato come differenza tra il saldo normalizzato settoriale e quello complessivo, moltiplicata per il peso dell'interscambio del settore sul totale. Per costruzione, quindi, la somma degli indici di tutti i settori è uguale a zero.

L'evidenza aggregata sul commercio e sulla specializzazione nel settore alimentare suggerisce che vi sia un elevato livello di interscambio all'interno dell'industria. Questo fenomeno è noto come commercio intra-industriale e può essere in parte ricondotto alle catene globali del valore. In quanto segue consideriamo il peso del commercio intra-industriale misurato con l'indice di Grubel e Lloyd, che fornisce una misura del grado di sovrapposizione tra import ed export: l'indice varia tra zero e uno, dove valori bassi indicano un basso livello di sovrapposizione, mentre valori alti indicano che i flussi di import ed export presentano valori simili.<sup>3</sup> L'informazione che deriva dalla considerazione diretta del grado di sovrapposizione di import e export fornisce un'indicazione complementare a quella dell'indice di Lafay, proprio perché quest'ultimo si basa sul saldo normalizzato, ovvero sulla differenza tra esportazioni e importazioni. Per il settore alimentare nel complesso, il commercio intra-industriale dell'Italia risulta in crescita, partendo da livelli sensibilmente minori rispetto a quelli di Francia e Germania, per i quali al contrario diminuisce, e nel 2013 appare sostanzialmente allineato a quello degli altri paesi, superiore al novanta per cento (Grafico 2).

**Grafico 2 - Il commercio intra-industriale nell'industria alimentare<sup>(1)</sup>**



<sup>(1)</sup>Indice di Grubel e Lloyd calcolato per il settore aggregato.

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

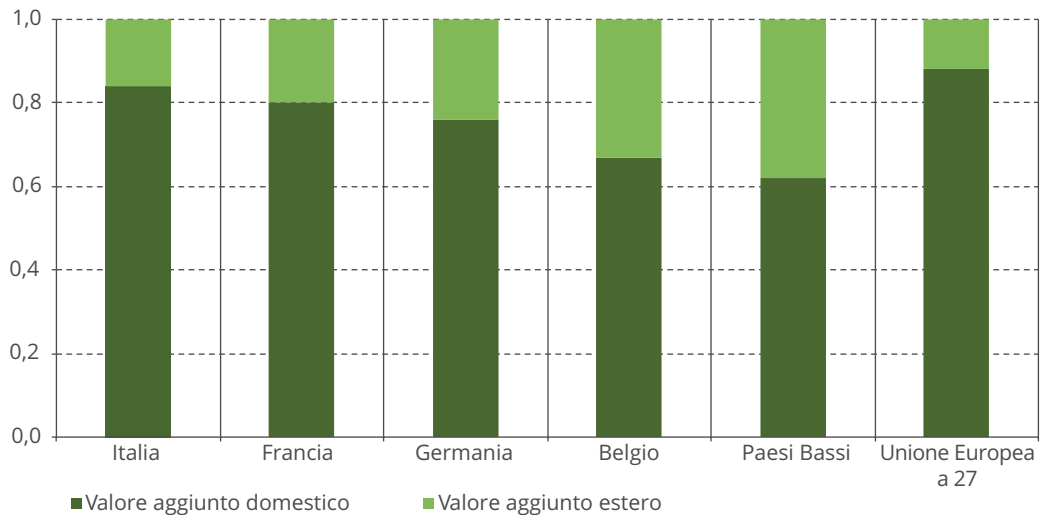
Questi dati aiutano a caratterizzare il settore alimentare italiano e, benché costituiscano solo un'evidenza indiretta, potrebbero essere coerenti con una minore partecipazione dell'Italia alle catene globali del valore rispetto ad altri paesi europei. Questa ipotesi è corroborata dall'evidenza circa il valore aggiunto domestico ed estero contenuto all'interno delle esportazioni ottenuta a partire dai dati dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse) basati sulle tavole input output. In particolare, considerando i primi cinque esportatori europei di prodotti

<sup>3</sup> L'indice di Grubel e Lloyd è calcolato come il complemento a uno del valore assoluto del saldo commerciale normalizzato o, identicamente, come il doppio del minore tra importazioni ed esportazioni, diviso per il totale dell'interscambio.



alimentari (bevande e tabacco inclusi), le esportazioni italiane risultano essere quelle con il minor contenuto di valore aggiunto estero e simmetricamente quelle con il maggior contenuto di valore aggiunto domestico (Grafico 3).

**Grafico 3 - Contenuto di valore aggiunto domestico ed estero nell'export di prodotti alimentari, bevande e tabacco<sup>(1)</sup>**



<sup>(1)</sup>In percentuale dell'export; anno 2009.

Fonte: elaborazioni su dati Ocse

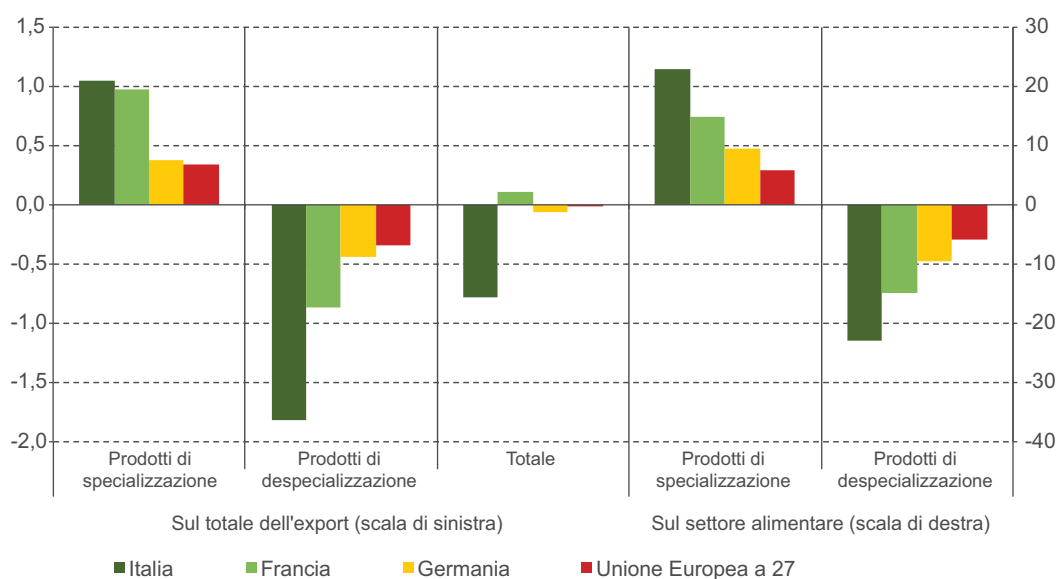
### I prodotti dell'industria alimentare

L'analisi precedente ha considerato il settore alimentare in aggregato, tuttavia è anche importante considerare cosa avviene all'interno del settore e in particolare spostare il fuoco dell'analisi sui singoli prodotti alimentari. In questa sezione riprendiamo l'analisi precedente andando a studiare la specializzazione e il commercio intra-industriale a livello dei singoli prodotti all'interno del settore alimentare.

La specializzazione calcolata a livello di settore fornisce certamente un'informazione rilevante, ma rischia di nascondere importanti fattori di eterogeneità interni al settore. Andando a considerare la specializzazione a livello di prodotti, intendiamo quindi verificare se la distribuzione dei vantaggi o degli svantaggi comparati sui prodotti sia più o meno uniforme rispetto a quella di altri paesi. In quanto segue calcoliamo gli indici di specializzazione di Lafay per ognuno dei 25 prodotti inclusi nell'industria alimentare (classificazione Ateco a 4 cifre). Eseguiamo il calcolo in due modi: il primo confronta i prodotti con il totale delle esportazioni italiane, ovvero si considera il contributo dei prodotti al saldo commerciale normalizzato complessivo, per cui il totale degli indici dell'alimentare risulta identico agli indici di specializzazione calcolati a livello di settore nella sezione precedente; il secondo, invece, prende il settore per dato e confronta i prodotti con il settore aggregato, ovvero si considera il contributo dei prodotti al saldo commerciale normalizzato del settore alimentare, per cui il totale degli indici sui prodotti inclusi nel settore è pari a zero per costruzione. Entrambi questi indicatori, il primo rispetto al totale delle esportazioni e il secondo rispetto all'alimentare, forniscono una misura della specializzazione a livello di prodotto. Per entrambi gli indicatori è possibile sfruttare le proprietà cumulative dell'indice di Lafay,

raggruppando i prodotti di specializzazione (indici positivi) e quelli di despecializzazione (indici negativi). La separazione dei prodotti di specializzazione e di despecializzazione permette di comprendere quanto la specializzazione interna al settore sia polarizzata. Entrambi gli indici di specializzazione a livello di prodotti indicano chiaramente che l'Italia è il paese con il più alto livello di polarizzazione tra quelli considerati, in altre parole l'Italia risulta molto specializzata in alcuni prodotti e molto despecializzata in altri (Grafico 4).

**Grafico 4 - La specializzazione nei prodotti dell'industria alimentare<sup>(1)</sup>**



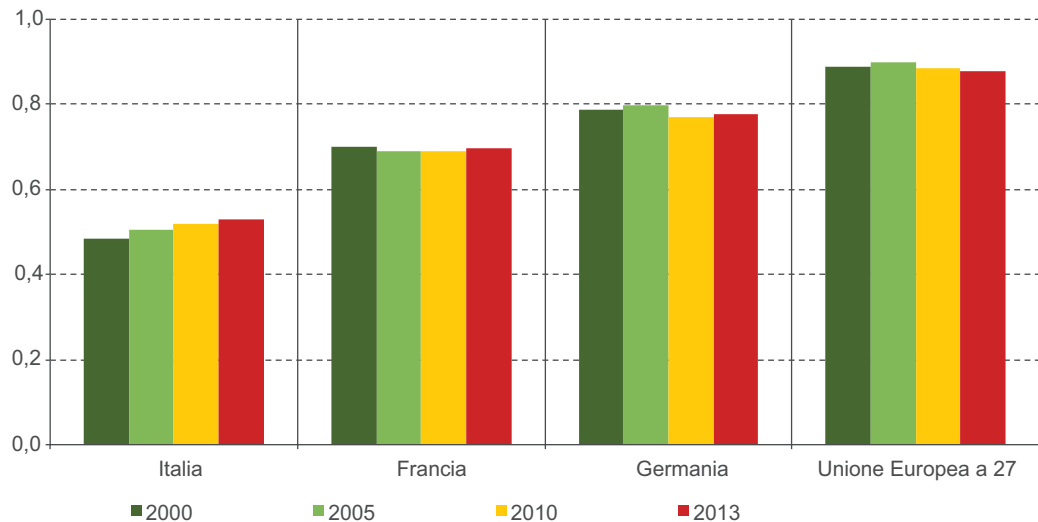
<sup>(1)</sup> Indici di Lafay per prodotti calcolati rispetto al totale dell'export e rispetto al totale del settore alimentare, anno 2013.

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

L'analisi del commercio intra-industriale della sezione precedente ha mostrato che l'Italia, pur partendo da livelli relativamente bassi di sovrapposizione di importazioni ed esportazioni, risulta ormai allineata a Francia e Germania. Anche in questo caso, tuttavia, l'analisi aggregata può nascondere importanti eterogeneità tra i prodotti interni al settore, come peraltro sembrerebbe suggerire l'analisi degli indici di specializzazione. Gli indici di commercio intra-industriale calcolati a livello di prodotto mostrano lo stesso andamento di aumento nel tempo evidenziato a livello di settore, tuttavia adesso il minor grado di sovrapposizione di importazioni ed esportazioni dei prodotti alimentari italiani rispetto a quelli di Francia e Germania risulta chiaramente evidente (Grafico 5).



Grafico 5 - Il commercio intra-industriale nei prodotti dell'industria alimentare<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Media degli indici di Grubel e Lloyd calcolati a livello di prodotto ponderata per il peso del prodotto sul totale dell'interscambio.

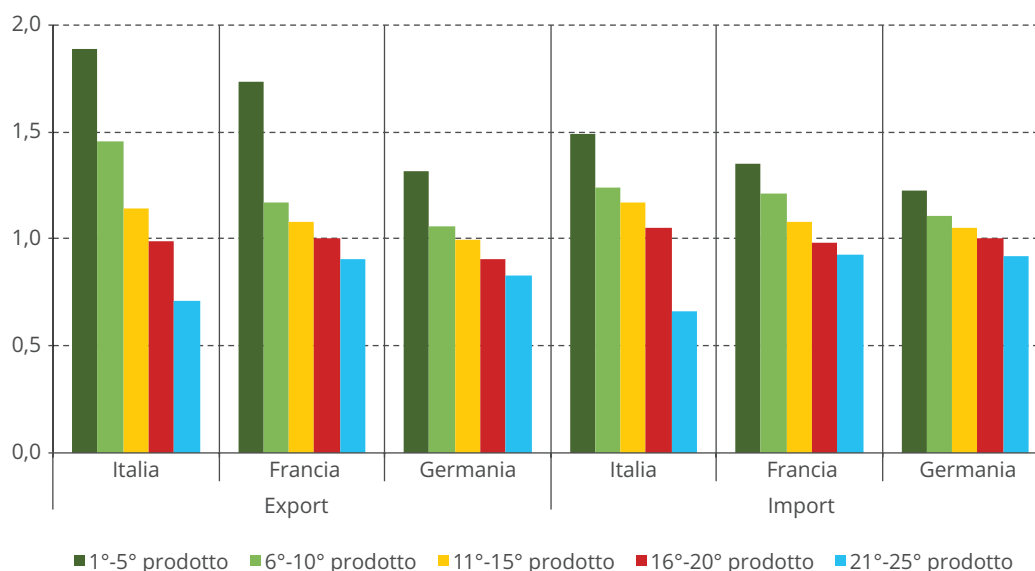
Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

L'evidenza emersa circa l'elevato grado di eterogeneità tra i prodotti interni al settore alimentare italiano suggerisce di verificare se vi sia eterogeneità anche all'interno dei singoli prodotti e in particolare quale sia il grado di differenziazione tra i prodotti esportati e importati da paesi diversi. A tal fine è possibile considerare i valori medi unitari come una misura del grado di differenziazione dei prodotti.

In prima approssimazione, già a livello aggregato emergono alcune differenze rilevanti tra l'Italia e gli altri paesi europei: per esempio, nel 2013 l'Italia esportava i beni del settore alimentare a più di 160 euro al quintale, mentre il valore medio per Francia, Germania e per l'Unione Europea a 27 paesi risultava allineato e inferiore di circa 20 euro al quintale rispetto a quello italiano; dal lato delle importazioni invece i valori medi italiani erano in linea con quelli tedeschi e poco al di sotto di quelli francesi, rispettivamente poco meno e poco più di 140 euro al quintale circa. Osservando quindi i valori medi unitari dei singoli prodotti si nota come l'Italia presenti una notevole variabilità di prezzo. In particolare, i valori medi unitari espressi in rapporto a quelli dell'Unione Europea a 27 paesi per gli stessi prodotti si distribuiscono su un intervallo più ampio di quelli di Francia e Germania sia per quanto riguarda le esportazioni che le importazioni: mediamente i cinque prodotti italiani più cari e i cinque meno cari presentano valori medi unitari che vanno da quasi il doppio rispetto alla media europea a circa il 70 per cento di questa, mentre quelli della Germania vanno da circa il 130 per cento a circa l'80 per cento della media europea (la Francia si colloca nel mezzo tra Italia e Germania); un risultato analogo, anche se leggermente meno accentuato, si osserva per le importazioni (Grafico 6). In altre parole, considerando i prodotti che ogni paese esporta e importa a prezzi più alti e più bassi rispetto alla media europea, l'Italia risulta essere il paese con lo scarto maggiore sia in eccesso che in difetto. Anche in termini di valori medi unitari dunque non solo l'Italia esporta a valori medi superiori, in media, rispetto a Francia,

Germania e all'Europa nel complesso, ma presenta anche una maggiore eterogeneità sia per quanto riguarda i beni esportati sia per i beni importati.

**Grafico 6 - Valori medi unitari relativi per ordine dei prodotti<sup>(1)</sup>**



<sup>(1)</sup> Medie semplici dei valori medi unitari relativi all'Unione Europea a 27 per classi di 5 prodotti ordinati per valori medi unitari decrescenti.

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

## Le imprese dell'industria alimentare

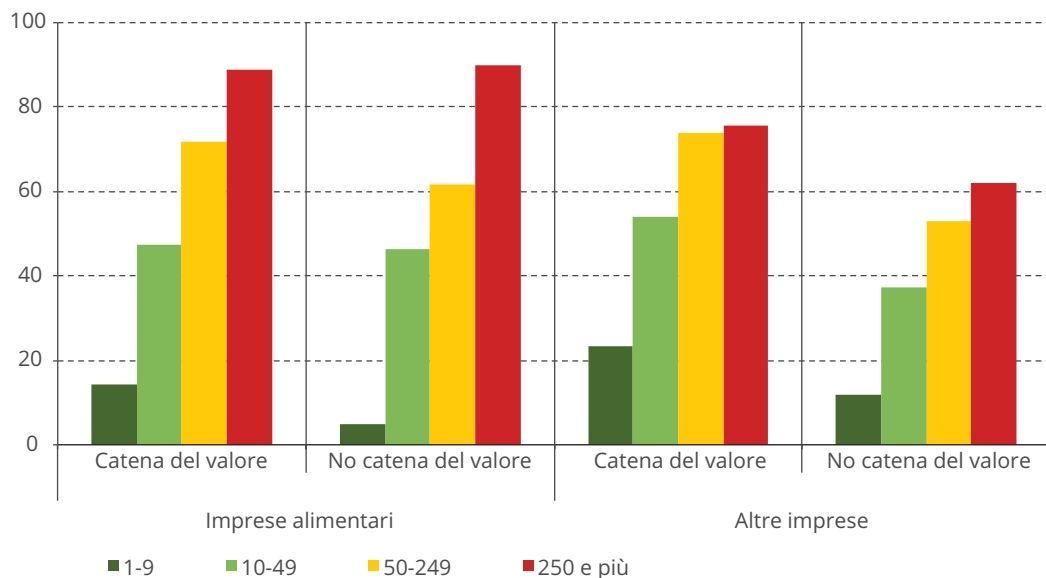
Dopo aver analizzato l'industria alimentare a livello aggregato e a livello di prodotto, in questa sezione approfondiamo ulteriormente il dettaglio e presentiamo i risultati di un'analisi a livello di impresa. L'analisi si basa sui risultati di un'indagine svolta da Met s.r.l. per l'anno 2011 su un campione di 25.090 imprese italiane operanti nei settori manifatturieri e nei servizi. L'indagine contiene numerose informazioni di tipo qualitativo sui comportamenti delle imprese e in particolare sulla loro partecipazione alle catene del valore. In base al questionario, le imprese che partecipano alle catene del valore devono soddisfare tre requisiti: primo, l'impresa deve essere specializzata in produzioni specifiche nell'ambito della catena del valore; secondo, il coinvolgimento dell'impresa deve essere di tipo continuativo; terzo, l'attività svolta nell'ambito delle catene del valore deve rappresentare la maggioranza del fatturato dell'impresa. Pertanto, risulta evidente che la definizione di catena del valore utilizzata in questo contributo è piuttosto restrittiva e improntata sugli aspetti tecnico-produttivi della catena del valore. In base a tale definizione le imprese che operano nelle catene del valore sono l'11 per cento del totale e sono per oltre il 70 per cento manifatturiere. La quota di imprese che nei tre anni precedenti all'indagine ha esportato (direttamente o indirettamente) i propri prodotti è di circa un quarto sul totale e di circa il 45,5 per cento tra le imprese nelle catene del valore.



Per quanto riguarda il settore alimentare, le imprese manifatturiere presenti nel campione sono 1.599, pari al 6,4 per cento del totale e mostrano una distribuzione particolarmente spostata verso la piccola dimensione, il 78 per cento ha meno di dieci addetti. Le imprese alimentari nelle catene del valore sono circa il doppio rispetto al resto delle imprese e il settore alimentare risulta essere quello con la più alta partecipazione alle catene del valore. Inoltre, coerentemente con l'analisi precedente, le imprese alimentari sono meno internazionalizzate delle altre: la quota di esportatori nell'alimentare è del 17 per cento, valore che sale al 29 per cento per le imprese alimentari nelle catene del valore. Notiamo che entrambi i valori sono ben al di sotto della media nazionale.

Le quote di esportatori per classe di occupazione mostrano come le imprese che appartengono alle catene del valore abbiano mediamente una maggiore propensione all'esportazione, tuttavia, in termini relativi, questo sembra valere in misura più accentuata per le imprese di piccole dimensioni (Grafico 7).

**Grafico 7 - Quota di esportatori per classe di occupazione**



Fonte: elaborazioni su dati Met

Per quanto riguarda la catena del valore dell'alimentare, l'informazione a nostra disposizione permette di distinguere tra catena del valore industriale e catena del valore gourmet o di alta qualità.<sup>5</sup> Circa il 57 per cento delle imprese alimentari opera nella catena dell'alta qualità, mentre il 45 per cento opera nella catena del valore industriale. Le imprese operanti nella catena del valore dell'alta qualità sono mediamente piccole (il 78 per cento con meno di 10 addetti, in linea con il settore nel complesso), mentre quelle nelle catene industriali risultano più grandi (il 46 per cento con meno di 10 addetti). La diversità nella distribuzione per classi dimensionali tra le due tipologie di catene del valore non sorprende, in quanto le catene di tipo industriale sembrano più adatte a sfruttare le economie di scala.

<sup>4</sup> La determinazione del tipo di catena del valore viene effettuata dalle imprese stesse senza che venga loro fornita una esplicita definizione di cosa si intenda per gourmet o alta qualità. Questo, da un lato, introduce un certo margine di ambiguità su questo tipo di dato, dall'altro, lascia libere le imprese di definire il loro ambito operativo e può risultare utile nell'evitare classificazioni rigide e arbitrarie. Le diverse tipologie di catene del valore non sono mutualmente esclusive.



Per il settore alimentare risulta essere di particolare importanza anche la partecipazione a catene distributive, con quasi il 10 per cento delle imprese che si servono della grande distribuzione per vendere i loro prodotti. La quota di imprese che si appoggiano alla grande distribuzione sale al 16 per cento per le imprese nelle catene del valore. La quota di esportatori va dal 14 per cento per le imprese che non utilizzano catene distributive a oltre il 50 per cento per le imprese che se ne servono.

Sulla base dell'analisi descrittiva sopra riportata, in quanto segue presentiamo i risultati di un semplice esercizio econometrico volto a comprendere in che misura la partecipazione alle catene del valore sia associata a una maggiore propensione all'export. Il modello di riferimento è un probit in cui la variabile dipendente è lo status di esportatore e il principale regressore di interesse è la partecipazione alle catene del valore. Il modello è applicato sia a tutto il campione che include imprese appartenenti a tutti i settori, sia al sotto campione delle imprese alimentari. Le principali statistiche descrittive sono riportate nella Tavola 1.

#### Tavola 1 - Statistiche descrittive

Principali variabili usate nell'analisi econometrica

| Settori                       | Tutto il campione |                | Imprese alimentari |                |
|-------------------------------|-------------------|----------------|--------------------|----------------|
|                               | Media             | Dev. St.       | Media              | Dev. St.       |
| <b>Export</b>                 | <b>0,254</b>      | <b>(0,435)</b> | <b>0,170</b>       | <b>(0,376)</b> |
| <b>CV alimentare</b>          | <b>0,018</b>      | <b>(0,133)</b> | <b>0,211</b>       | <b>(0,408)</b> |
| Industriale                   | 0,009             | (0,093)        | 0,096              | (0,294)        |
| Gourmet                       | 0,010             | (0,098)        | 0,119              | (0,324)        |
| <b>Altre CV</b>               | <b>0,093</b>      | <b>(0,291)</b> |                    |                |
| <b>GDO (supermercati)</b>     |                   |                | <b>0,095</b>       | <b>(0,293)</b> |
| <b>N. addetti (ln)</b>        | <b>2,005</b>      | <b>(1,592)</b> | <b>1,660</b>       | <b>(1,179)</b> |
| <b>Reti di imprese</b>        | <b>0,267</b>      | <b>(0,442)</b> | <b>0,207</b>       | <b>(0,405)</b> |
| <b>Innovazioni</b>            | <b>0,109</b>      | <b>(0,311)</b> | <b>0,063</b>       | <b>(0,243)</b> |
| <b>Gruppo</b>                 | <b>0,113</b>      | <b>(0,317)</b> | <b>0,051</b>       | <b>(0,221)</b> |
| <b>Età (ln)<sup>(1)</sup></b> | <b>2,801</b>      | <b>(0,852)</b> | <b>2,778</b>       | <b>(1,055)</b> |
| <b>N. settori</b>             | <b>80</b>         | <b>80</b>      | <b>1</b>           | <b>1</b>       |
| <b>N. regioni</b>             | <b>20</b>         | <b>20</b>      | <b>20</b>          | <b>20</b>      |
| <b>N. imprese</b>             | <b>25.090</b>     | <b>25.090</b>  | <b>1.599</b>       | <b>1.599</b>   |

(1) L'età è nota solo per 23.796 imprese.

Fonte: elaborazioni su dati Met

I risultati su tutto il campione indicano che, coerentemente con l'analisi descrittiva, la partecipazione a catene del valore è associata a una maggiore probabilità di esportare. Questo risultato appare robusto all'introduzione di diversi controlli quali il numero di addetti, la partecipazione a reti di imprese (definite in maniera indipendente rispetto alle relazioni specifiche di tipo esclusivamente produttivo incluse nella nostra definizione di catene del valore), lo sviluppo di innovazioni di prodotto o di processo, l'appartenenza a un gruppo e l'età dell'impresa. Inoltre, i risultati sono robusti all'introduzione di effetti fissi settoriali e regionali. Le diverse tipologie di



## APPROFONDIMENTI

catene del valore sono associate in vario modo alla probabilità di esportare: le imprese nella catena del valore alimentare di tipo industriale evidenziano, a parità di altro, un coefficiente maggiore rispetto agli altri tipi di catena del valore; le imprese nella catena del valore dell'alimentare gourmet invece presentano un coefficiente minore, la cui significatività emerge solo in seguito all'introduzione degli effetti fissi settoriali (Tavola 2, Modelli 1-3).

Poiché le imprese alimentari risultano particolarmente spostate verso la piccola dimensione e, sfruttando la particolare ricchezza dei dati a nostra disposizione al riguardo, abbiamo effettuato anche stime separate per le micro imprese (1-9 addetti), per le piccole imprese (10-49 addetti) e per le medie e grandi imprese (oltre 50 addetti). I risultati sono presentati nella Tavola 2, Modelli 4-6 rispettivamente. Le stime per classi dimensionali evidenziano come siano proprio le micro imprese a beneficiare maggiormente, in termini di esportazioni, dalla partecipazione alle catene del valore: anche in questo caso il coefficiente più alto è quello delle catene del valore alimentari di tipo industriale, mentre quello delle catene alimentari gourmet risulta in linea con quello delle altre catene del valore.

**Tavola 2 - Stima della probabilità di esportare su tutto il campione<sup>(1)(2)</sup>**

Modello probit

| Variabili                | Variabile dipendente: Export |                     |                     |                     |                      |                     |
|--------------------------|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
|                          | Modello 1                    | Modello 2           | Modello 3           | Modello 4           | Modello 5            | Modello 6           |
| CV alim. industriale     | 0,306***<br>(3,37)           | 0,421***<br>(4,27)  | 0,428***<br>(4,34)  | 0,569***<br>(3,57)  | -0,057<br>(-0,35)    | 0,570**<br>(2,39)   |
| CV alim. gourmet         | 0,125<br>(1,31)              | 0,215**<br>(2,02)   | 0,197*<br>(1,84)    | 0,306**<br>(2,18)   | 0,071<br>(0,34)      | 0,204<br>(0,50)     |
| Altre CV                 | 0,396***<br>(13,04)          | 0,259***<br>(7,86)  | 0,243***<br>(7,34)  | 0,307***<br>(5,40)  | 0,165***<br>(3,15)   | 0,162**<br>(2,30)   |
| N. addetti (ln)          | 0,279***<br>(40,73)          | 0,266***<br>(33,95) | 0,253***<br>(31,83) |                     |                      |                     |
| Reti di imprese          | 0,093***<br>(4,45)           | 0,103***<br>(4,56)  | 0,095***<br>(4,17)  | 0,224***<br>(6,50)  | -0,027<br>(-0,70)    | 0,031<br>(0,57)     |
| Innovazioni              | 0,626***<br>(22,01)          | 0,575***<br>(18,61) | 0,586***<br>(18,84) | 0,593***<br>(11,31) | 0,523***<br>(10,14)  | 0,696***<br>(11,14) |
| Gruppo                   | 0,248***<br>(8,38)           | 0,241***<br>(7,56)  | 0,245***<br>(7,64)  | 0,458***<br>(6,74)  | 0,208***<br>(3,90)   | 0,339***<br>(6,42)  |
| Età (ln)                 | 0,110***<br>(8,56)           | 0,101***<br>(6,72)  | 0,086***<br>(5,68)  | 0,076***<br>(3,87)  | 0,087***<br>(2,82)   | 0,047<br>(1,09)     |
| Constant                 | -1,774***<br>(-47,05)        | 3,481<br>(0,03)     | 3,716<br>(0,04)     | 3,761<br>(0,04)     | -1,093***<br>(-3,91) | -0,741<br>(-1,45)   |
| Effetti fissi regionali  | no                           | no                  | sì                  | sì                  | sì                   | sì                  |
| Effetti fissi settoriali | no                           | sì                  | sì                  | sì                  | sì                   | sì                  |
| N. osservazioni          | 23.796                       | 20.726              | 20.726              | 11.621              | 5.800                | 3.201               |
| Pseudo R2                | 0,174                        | 0,211               | 0,220               | 0,089               | 0,122                | 0,241               |

<sup>(1)</sup> Statistica t tra parentesi; \* p<0,1, \*\* p<0,05, \*\*\* p<0,01.

<sup>(2)</sup> Modelli 1-3 su tutto il campione, 4-6 rispettivamente su imprese con 1-9, 10-49, 50 e più addetti.

Fonte: elaborazioni su dati Met

In quanto segue approfondiamo l'analisi concentrandoci esclusivamente sulle imprese dell'industria alimentare. Effettuare una stima separata sul singolo settore aiuta a verificare la presenza di relazioni tra le variabili diverse rispetto al resto dei settori. L'analisi sul sotto campione delle imprese alimentari presenta pertanto vantaggi e svantaggi. Il vantaggio principale è quello di stimare un modello specifico per il settore, mentre lo svantaggio, nel nostro caso, è principalmente quello di rimanere con un numero di osservazioni piuttosto ridotto. Per questa ragione presentiamo due stime: una di base, in cui includiamo solamente gli effetti fissi regionali e le variabili di interesse, ovvero i due tipi di catena del valore e la partecipazione a catene distributive; e una completa, in cui includiamo tutti i regressori. Anche in questo caso effettuiamo la stima sulle tre classi dimensionali (micro, piccole, e medie e grandi imprese). I risultati, generalmente in linea con i precedenti, mostrano un'associazione positiva tra catene del valore e esportazioni, così come tra partecipazione alla grande distribuzione organizzata (Gdo), ad esempio supermercati ed esportazioni. Notiamo tuttavia che, anche a causa del ridotto numero di osservazioni, i coefficienti delle catene del valore risultano significativi solo per le micro imprese. Inoltre, la catena del valore gourmet risulta significativa solo per le micro imprese e solo quando escludiamo le altre variabili di controllo dal modello (Tavola 3).

**Tavola 3 - Stima della probabilità di esportare per l'industria alimentare<sup>(1)(2)</sup>**  
Modello probit

| Variabili               | Variabile dipendente: Export |           |           |           |           |           |
|-------------------------|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                         | Modello 1                    | Modello 2 | Modello 3 | Modello 4 | Modello 5 | Modello 6 |
| CV alim. industriale    | 0,898***                     | -0,029    | 0,327     | 0,702***  | -0,061    | 0,085     |
|                         | (4,78)                       | (-0,14)   | (0,87)    | (3,54)    | (-0,28)   | (0,20)    |
| CV alim. gourmet        | 0,314*                       | -0,074    | -0,375    | 0,169     | -0,087    | -0,767    |
|                         | (1,90)                       | (-0,27)   | (-0,64)   | (0,96)    | (-0,31)   | (-1,14)   |
| GDO (supermercati)      | 0,828***                     | 0,395*    | 0,932**   | 0,706***  | 0,391*    | 0,999**   |
|                         | (4,12)                       | (1,91)    | (2,27)    | (3,36)    | (1,87)    | (2,05)    |
| Reti di imprese         |                              |           |           | 0,307**   | -0,011    | 0,986**   |
|                         |                              |           |           | (2,07)    | (-0,06)   | (2,23)    |
| Innovazioni             |                              |           |           | 0,855***  | 0,105     | 1,101**   |
|                         |                              |           |           | (3,84)    | (0,38)    | (1,98)    |
| Gruppo                  |                              |           |           | -0,242    | 0,326     | 0,082     |
|                         |                              |           |           | (-0,65)   | (1,14)    | (0,19)    |
| Età (ln)                |                              |           |           | 0,170**   | 0,025     | 0,119     |
|                         |                              |           |           | (2,54)    | (0,18)    | (0,39)    |
| Constant                | -1,746***                    | 0,007     | 0,215     | -2,239*** | -0,108    | -0,419    |
|                         | (-6,94)                      | (0,02)    | (0,41)    | (-6,85)   | (-0,21)   | (-0,35)   |
| Effetti fissi regionali | sì                           | sì        | sì        | sì        | sì        | sì        |
| N. osservazioni         | 1.168                        | 259       | 80        | 1.061     | 256       | 80        |
| Pseudo R2               | 0,120                        | 0,073     | 0,142     | 0,155     | 0,076     | 0,250     |

(1) Statistica t tra parentesi; \* p<0,1, \*\* p<0,05, \*\*\* p<0,01.

(2) Modelli 1 e 4, 2 e 5, 3 e 6 rispettivamente su imprese con 1-9, 10-49, 50 e più addetti.

Fonte: elaborazioni su dati Met



### Conclusione

*In questo contributo abbiamo analizzato l'industria alimentare italiana da diversi punti di vista: dapprima a livello aggregato su dati nazionali, confrontando l'Italia con i maggiori paesi europei; poi abbiamo incrementato il livello di dettaglio, fornendo un'analisi a livello di prodotti; e, infine, abbiamo concentrato l'analisi su un campione di imprese italiane.*

*L'industria alimentare italiana appare particolarmente fragile e sembra pertanto esserci spazio per interventi di politica economica. Interventi che però presuppongono una chiara e completa comprensione della struttura del settore e delle più recenti tendenze sui mercati internazionali.*

*L'evidenza raccolta mostra come l'industria alimentare italiana e le imprese che operano al suo interno risultino particolarmente soggette alla competizione internazionale. L'Italia si dimostra despecializzata nel settore, con un basso livello di commercio intra-industriale e una minore integrazione nelle catene del valore rispetto agli altri paesi europei. In tale contesto non stupisce che le imprese alimentari, tipicamente di piccole dimensioni, evidenzino una scarsa propensione all'esportazione e all'internazionalizzazione.*

*L'analisi presentata rileva come il settore alimentare italiano mostri al suo interno un elevato grado di eterogeneità rispetto ad altri paesi, sia in termini di specializzazione, sia di prezzo e sia tenendo conto della diversità delle strategie adottate dalle imprese. Seppur despecializzata a livello di settore, l'Italia possiede delle forti specializzazioni in alcuni prodotti alimentari, alle quali però si contrappongono forti despecializzazioni in altri. Similmente, l'Italia riesce a esportare alcuni prodotti a prezzi significativamente più alti della media europea, con uno scarto di prezzo superiore a quello riscontrato in altri paesi, ma allo stesso tempo esporta alcuni prodotti a prezzi significativamente più bassi.*

*Il quadro a livello di impresa è coerente con l'analisi a livello nazionale. Le imprese alimentari risultano particolarmente integrate nelle catene del valore, tuttavia sono in prevalenza piccole, con tutti gli svantaggi legati alla difficoltà di raggiungere i mercati esteri, alla minore capacità di sfruttamento delle economie di scala e, non ultimo, al minore potere contrattuale rispetto a imprese di dimensioni maggiori. Notiamo tuttavia che oltre agli svantaggi, esistono alcuni possibili punti di forza. I risultati della nostra analisi infatti mostrano come i vantaggi derivanti dalla partecipazione alle catene del valore siano, da un lato, relativamente maggiori per le imprese alimentari che per le imprese di altri settori e, dall'altro, maggiori proprio per le imprese di piccola dimensione. Queste ultime, quando operano nell'ambito delle catene di valore sono verosimilmente in grado di specializzarsi e mostrano una maggiore propensione alle esportazioni. Questo vale in gran parte per le imprese alimentari nelle catene del valore di tipo industriale, ma anche, seppur in misura minore, per le imprese nelle catene del valore dell'alta qualità.*

*Nel complesso l'analisi qui presentata suggerisce che la partecipazione alle catene del valore possa aiutare le imprese del settore alimentare italiano a superare alcuni dei loro vincoli strutturali e aumentare la capacità delle piccole imprese di vendere i propri prodotti anche sui mercati esteri.*

## Nota bibliografica di approfondimento

- Antràs P. (2003) Firms, Contracts, and Trade Structure, *"Quarterly Journal of Economics"*, November 118, 1375-1418.
- Antràs P. e Yeaple S.R. (2014) Multinational Firms and the Structure of International Trade., Chapter 2 in: Elhanan Helpman, Kenneth Rogoff and Gita Gopinath, Editor(s), *"Handbook of International Economics"*, Elsevier, 2014, Volume 4, p. 55-130.
- Baldwin R. e Lopez-Gonzalez J. (2013) Supply-Chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses, *"NBER Working Papers 18957"*, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J. e Schott, P. K. (2011), The Empirics of Firm Heterogeneity and International Trade, (No. w17627), National Bureau of Economic Research.
- Curzi, D. e Olper, A. (2012), Export Behavior of Italian Food Firms: Does Product Quality Matter?, *Food Policy*, 37(5), p. 493-503.
- De Backer, K. e Miroudot, S. (2014), Mapping Global Value Chains, *"ECB Working Paper"*, No. 1677.
- Dentoni, D. e Reardon T. (2010), Small Farms Building Global Brands through Social Networks, *Journal on Chain and Network Science*, 10(3), p. 159-171.
- Duranton G. e Overman H.G. (2008), Exploring The Detailed Location Patterns of U.K. Manufacturing Industries Using Microgeographic Data, *Journal of Regional Science*, Wiley Blackwell, vol. 48(1), p. 213-243.
- Gereffi G., Humphrey J., Kaplinsky R. e Sturgeon T.J. (2001), Introduction: Globalization, Value Chains and Development, *IDS Bulletin*, 32(3), p. 1-8.
- Gereffi G. (1994) The Organisation of Buyer-driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks, in G. Gereffi and M. Korzeniewicz (eds), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, CT: Praeger: 95-122.
- Gereffi G., Humphrey, J. e Sturgeon, T. (2005), The Governance of Global Value Chains. Review of International Political Economy, 12(1), p. 78-104.
- Giovannetti G. e Marvasi E. (2015), Food Exporters in Global Value Chains: Food for Thought, *"DISEI working paper"*, Università di Firenze.
- Giovannetti, G., Marvasi, E. e Sanfilippo, M. (2015), Supply chains and the internationalization of small firms, *Small Business Economics*, 1-21.
- Grossman G.M. e Rossi-Hansberg E. (2008), Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring, *American Economic Review*, American Economic Association, vol. 98(5), p.1978-97.
- ICE (2014), L'Italia nell'economia internazionale, *Rapporto 2013-2014*.
- ISTAT (2015) Rapporto sulla competitività dei settori produttivi.
- Grubel, H. G. e Lloyd, P.J. (1971), The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade, *Economic record*, 47(4), p. 494-517.
- Lafay, G. (1992), The Measurement of Revealed Comparative Advantage, in M. G. Dagenais and P. A. Muet (eds.), *International Trade Modelling* (London: Chapman & Hall).
- Lee, J., Gereffi, G. e Beauvais, J. (2012), Global Value Chains and Agri-food Standards: Challenges and Possibilities for Smallholders in Developing Countries, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(31), 12326-12331.
- OECD (2013), Interconnected Economies: Benefitting from Global Value Chains, *OECD Publishing*.



### L'accordo Ttip e il suo impatto sulle esportazioni dei settori italiani

di Alessandra Lanza\*

*Nel corso del 2014 gli Stati Uniti hanno offerto il maggior contributo alla crescita delle importazioni mondiali di manufatti. A prezzi costanti, gli acquisti dall'estero sono cresciuti a un tasso prossimo al 9 per cento su base annua, l'incremento più alto considerando i primi dieci importatori globali. Anche nel 2015 i segnali di vivacità della domanda americana sono diffusi e, secondo le stime Prometeia, la dinamicità del mercato rappresenta il principale elemento di sostegno all'accelerazione degli scambi che caratterizzerà lo scenario dei prossimi anni. Visto dall'Italia, il ritrovato traino delle domanda statunitense (recente e prospettico) è però ancora soprattutto una sfida per le imprese. Da un lato, le dinamiche dell'ultimo biennio hanno visto una ripresa del posizionamento italiano sul mercato, in virtù soprattutto di un recupero delle forniture meccaniche, dall'altro, le caratteristiche del presidio appaiono ancora ben al di sotto del potenziale, sia per diffusione nel territorio (esportazioni concentrate soprattutto nelle grandi città, prevalentemente della costa Est), sia per livello assoluto (appena sopra il 2 per cento la quota media sul mercato nel 2014).*

*La centralità degli Stati Uniti per le imprese nazionali nei prossimi anni non dipende solo dal fattore crescita (tradizionalmente, maggiori sono le prospettive di sviluppo di un mercato, maggiori saranno le opportunità per i suoi fornitori), ma riflette anche un diverso modello di commercio internazionale che va delineandosi lungo lo scenario. L'idea di fondo è infatti che esistono le condizioni non solo economiche perché nei prossimi anni l'asse atlantico torni a rafforzarsi, a scapito per esempio di filiere tra Nord e Sud del mondo.*

*Rispetto al precedente periodo di accelerazione degli scambi, avvenuto prima della crisi del 2009, il quadro istituzionale (regole e rapporti tra paesi) che accompagna oggi la ripresa internazionale appare infatti meno influenzato dallo spirito multilaterale che aveva invece contraddistinto gli anni dopo il 2000 e di cui l'ingresso cinese nella World Trade Organization (Wto) è stato uno degli elementi più rappresentativi. Oggi, al contrario, il maggior grado di integrazione dell'economia globale appare procedere secondo una logica più selettiva tra i mercati, attraverso per esempio la proliferazione di accordi bilaterali o preferenziali a livello regionale. Attraverso la direzione delle merci (e delle materie prime soprattutto) si gioca una partita che riguarda in realtà la ridefinizione di equilibri politici globali e che, attraverso trattati commerciali, ripropone quelli che una volta erano i blocchi contrapposti e oggi sono, quantomeno, nuove aree di influenza.*

*Le dinamiche dell'export italiano nei prossimi anni verso Russia e Stati Uniti saranno verosimilmente le cartine al tornasole di questo nuovo corso. Nel primo caso, infatti, le grandi opportunità degli anni passati appaiono ormai difficilmente recuperabili, non solo per la crisi economica che attraversa il paese, ma anche e soprattutto per il raffreddamento delle relazioni politiche della Russia con l'Occidente. Nel secondo, quello degli Stati Uniti, il miglioramento del posizionamento è possibile sia valorizzando i tanti punti di forza riconosciuti dal mercato all'offerta italiana, sia in funzione di un'alleanza sempre più strategica in chiave geopolitica, valoriale e di visione del mondo tra le due sponde dell'Atlantico.*

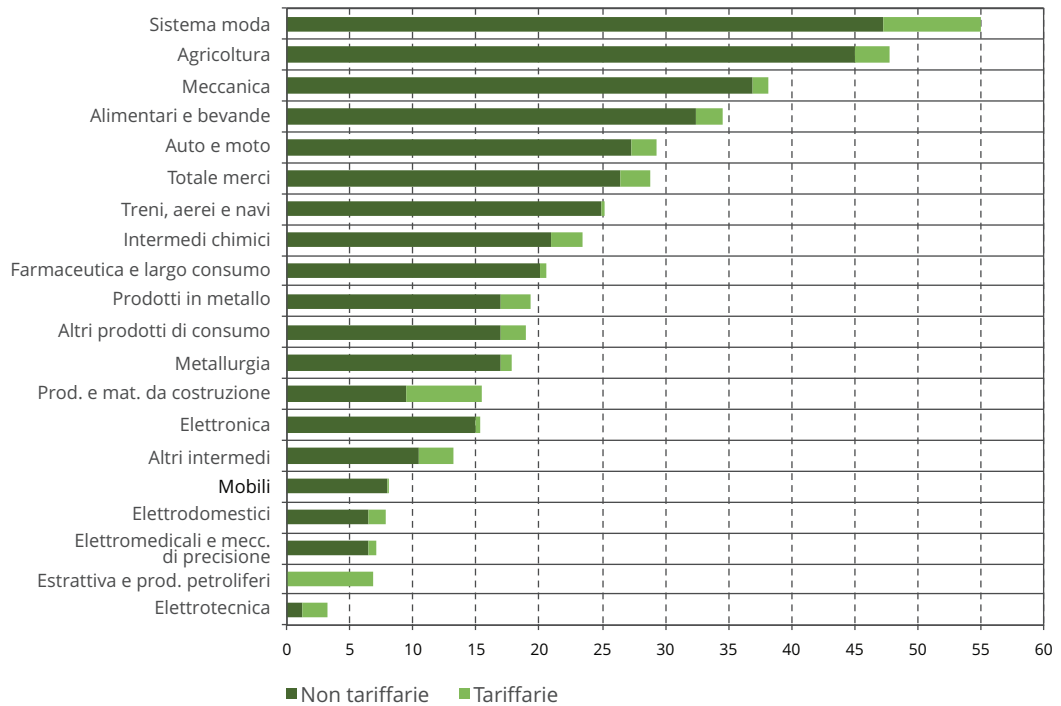
\* Partner Prometeia.

*Letto in quest'ottica, il Ttip, il trattato di libero scambio tra Unione Europea e Stati Uniti oggi in discussione, è quindi qualcosa in più di un accordo commerciale, ma rappresenta uno degli elementi in grado di favorire il processo di integrazione tra le due principali economie mondiali. Le modalità specifiche con cui l'accordo si concretizzerà sono oggi ancora piuttosto indefinite, nonché spesso strumentalizzate dentro un dibattito pubblico che finora non ha saputo raggiungere il consenso necessario tra i tanti stakeholders coinvolti (operatori economici e non). Prescindendo quindi da un giudizio di merito sui singoli strumenti che saranno adottati per la riduzione delle barriere (soprattutto riguardo alle non tariffarie), è utile mettere in luce quali sarebbero le conseguenze di un abbattimento degli ostacoli artificiali agli scambi. Si tratta di un esercizio strettamente quantitativo, che guarda in pratica alla relazione storica tra livello delle importazioni bilaterali e relativo grado di protezione, ma che può contribuire a spostare il dibattito intorno all'accordo più sull'obiettivo finale da raggiungere che solo sull'opportunità dei dispositivi. Secondo le stime Prometeia<sup>1</sup>, il livello dell'interscambio tra l'Unione Europea e gli Stati Uniti potrebbe aumentare dopo la firma dell'accordo di un intervallo che va da poco meno dell'1 per cento (nell'ipotesi di semplice abolizione dei dazi doganali) a più del 6 per cento (con una completa eliminazione di tutte le barriere non tariffarie), a seconda dell'estensione che avrà il processo di abbattimento degli ostacoli agli scambi. Alla luce della dimensione dell'interscambio tra i due partner (oltre 500 miliardi di euro nel 2014), il più grande flusso bilaterale, sarebbe un contributo non marginale allo sviluppo del commercio internazionale. Di particolare interesse è poi mettere in luce come le caratteristiche peculiari dell'industria italiana (dal punto di vista della specializzazione settoriale e della struttura delle imprese) possono essere determinanti nel qualificare il nuovo scenario. Alla luce dei risultati delle stime, la manifattura italiana esce infatti come il principale beneficiario di un accordo di libero scambio tra le due sponde dell'Atlantico; non solo verso i concorrenti esclusi dal trattato, secondo un meccanismo tipico di guadagno di competitività rispetto a chi non fa parte dell'accordo preferenziale, ma anche tra i partner europei che fronteggerebbero il medesimo scenario di riduzione delle barriere. A fronte di un incremento stimato per le esportazioni italiane verso gli Stati Uniti attorno all'8 per cento, infatti, l'Italia precederebbe nella classifica dei guadagni Germania (+6,7 per cento), Spagna e Francia (rispettivamente +5,8 e +5,6 per cento). All'origine del guadagno c'è il punto di partenza della simulazione, per cui l'Italia risulta oggi il fornitore più colpito dalle barriere artificiali agli scambi a causa soprattutto di un effetto di composizione settoriale della propria offerta. Il modello di specializzazione del nostro export verso gli Stati Uniti mostra una fortissima vocazione in settori quali moda, alimentare e meccanica, che sono tra i più penalizzati dalle barriere in vigore.*

<sup>1</sup> Per un'analisi dettagliata sulla metodologia utilizzata e le possibili conseguenze economiche dell'accordo si rimanda al più esteso studio d'impatto realizzato da Prometeia nel 2013 e disponibile all'indirizzo [http://www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/Articoli/TTIP%20Prometeia\\_rapporto\\_impatti%20economia%20italiana.pdf](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/Articoli/TTIP%20Prometeia_rapporto_impatti%20economia%20italiana.pdf)



**Grafico 1 - Le barriere artificiali agli scambi dell'Italia verso gli Stati Uniti**  
Percentuale sul valore delle esportazioni (2014)



Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Wto, Gti, Ecorys e Kommerskollegium

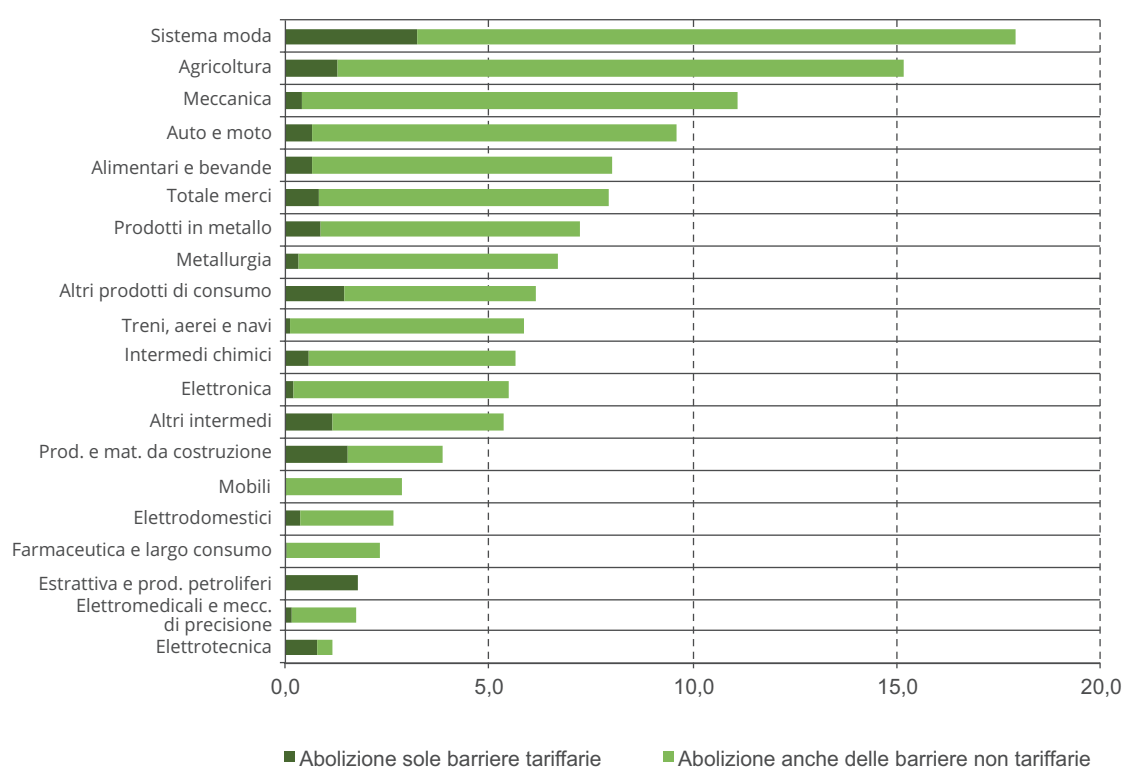
Secondo le stime Ecorys<sup>2</sup> queste sono soprattutto non tariffarie, arrivando a valere oltre il 40 per cento del valore della merce esportata per moda e agricoltura, ma anche di tipo più tradizionalmente daziario, come nel caso del 7,7 per cento medio della moda e del 6 per cento per i prodotti per le costruzioni. Nelle stime realizzate ipotizzando lo scenario più ottimistico di completa abolizione di dazi doganali e barriere non tariffarie, proprio il sistema moda vedrebbe le proprie vendite verso gli Stati Uniti aumentare del 18 per cento, a prezzi costanti, la meccanica dell'11 per cento e la filiera agroalimentare dell'8 per cento, in linea con il dato medio per il totale delle merci (che beneficerebbe anche del +10 per cento circa della filiera automotive). In termini assoluti, in base ai livelli dell'interscambio tra Italia e Stati Uniti nel 2014 e a prezzi costanti, oltre 2 miliardi di euro di export aggiuntivo, con un contributo superiore ai 750 milioni dalla meccanica, di 620 dalla moda e di 250 circa sia per automotive che per agroalimentare.

<sup>2</sup> Ecorys (2009), *Non-Tariff Measures in EU-US Trade and Investment – An Economic Analysis*, Commissione europea.



La specializzazione esportativa non assume valore solamente in sé, ma anche in rapporto a quella dei concorrenti europei sul mercato nordamericano: la sostanziale differenza tra le due (made in Italy tradizionale e meccanica per l'Italia, tutta la filiera petrolchimica per gli altri europei) consentirebbe infatti alle imprese italiane, che si confrontano maggiormente con concorrenti extraeuropei non coinvolti nell'accordo, di poter beneficiare in misura maggiore in caso di accordo all'interno del Ttip.

**Grafico 2 - Incremento percentuale dell'export settoriale italiano verso gli Stati Uniti in caso di abolizione delle barriere commerciali nell'ambito del Ttip**  
A prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Prometeia

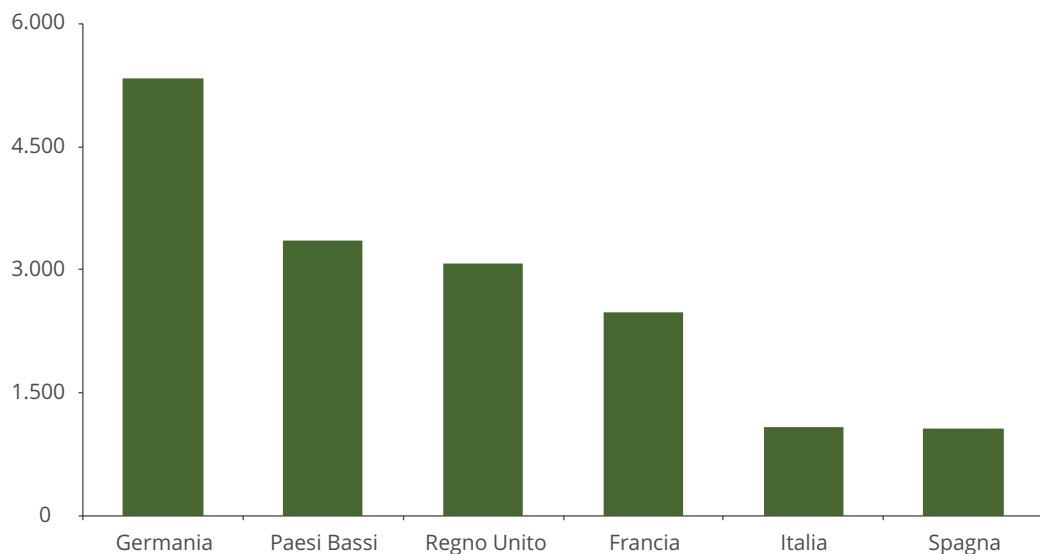
Le stime effettuate da Prometeia non tengono inoltre conto delle specificità della struttura produttiva italiana: la ridotta dimensione aziendale e i conseguenti bassi volumi esportati per singola azienda (per le sole imprese industriali, una media di poco superiore al milione di euro per singolo esportatore, un valore di oltre tre volte inferiore a quello dei maggiori concorrenti europei) risultano infatti maggiormente penalizzati da quelle misure protezionistiche che assumono il carattere di costo fisso per le imprese (accreditamenti e registrazioni, licenze, ecc.). Al di là dei dati



*medi stimati, quindi, per il frammentato tessuto manifatturiero italiano i vantaggi derivanti da una semplificazione e armonizzazione delle procedure di export verso gli Stati Uniti potrebbero anche risultare maggiori rispetto a quanto stimato.*

**Grafico 3 - Esportazioni medie per impresa verso gli Stati Uniti**

Valori in migliaia di euro, 2012



Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Eurostat

*Se una visione troppo semplicistica tende infatti a considerare gli accordi di libero scambio ad esclusivo beneficio dei grandi gruppi multinazionali, la realtà dei fatti può essere cosa diversa. Sono proprio le barriere artificiali agli scambi a penalizzare le Pmi e a favorire le grandi multinazionali, che possono per esempio organizzare strategie di tariff jumping tramite delocalizzazioni, transfer pricing tra filiali o assorbire i costi di una barriera non tariffaria, spalmandoli su maggiori volumi. Un accordo di libero scambio che sappia aggredire le distorsioni artificiali agli scambi e creare un effettivo level playing field tra i concorrenti rappresenta per l'Italia la miglior condizione per crescere su quello che rimane il più grande mercato mondiale e una vera e propria palestra per il rafforzamento della competitività.*

## Manifattura, servizi alle imprese e grado di attivazione dell'export

di Stefano Costa, Federico Sallusti, Claudio Vicarelli\*

*In un periodo nel quale la domanda estera continua a rappresentare il principale fattore di stimolo al ciclo economico del nostro paese, appare rilevante esaminare in quale misura un aumento delle esportazioni sia in grado di trainare il sistema produttivo italiano. Più in dettaglio, si tratta di analizzare da quali settori provenga l'impulso maggiore e su quali attività tale stimolo si trasmetta con maggiore efficacia, distinguendo tra un canale diretto, attraverso l'export dei settori maggiormente coinvolti sui mercati internazionali, e uno indiretto, attraverso le relazioni intersettoriali che caratterizzano la struttura produttiva interna. Relativamente a quest'ultimo, inoltre, è possibile evidenziare in che misura la domanda estera di beni manifatturieri attivi la produzione di servizi, in particolare quelli più direttamente legati all'attività produttiva, denominati "servizi alle imprese". Allo stesso tempo, diviene altrettanto utile verificare se, ed eventualmente come e in quale misura, la capacità di attivazione della domanda estera in Italia differisca da quella osservabile nei principali competitors commerciali delle nostre imprese.*

*Un'analisi delle interdipendenze tra i settori produttivi, condotta sulle tavole di dati Wiod (World Input-Output Database), può fornire una risposta a questo tipo di esigenze conoscitive. In proposito, sulla base della struttura delle relazioni intersettoriali al 2011, si analizza come le strutture produttive prevalenti in Italia, Germania, Francia, Spagna e Regno Unito reagiscano a un aumento di domanda estera che si ipotizza per tutti i paesi pari a quella registrata dalle esportazioni italiane fra il 2012 e il 2014. La scelta di applicare a tutti i paesi la dinamica delle esportazioni italiane consente di sterilizzare l'effetto dovuto al differente andamento della domanda estera delle singole economie nazionali; in questo modo è possibile distinguere, nel confronto la capacità di attivazione dell'export nei vari paesi, l'effetto legato alla composizione settoriale delle esportazioni da quello della struttura delle relazioni settoriali.*

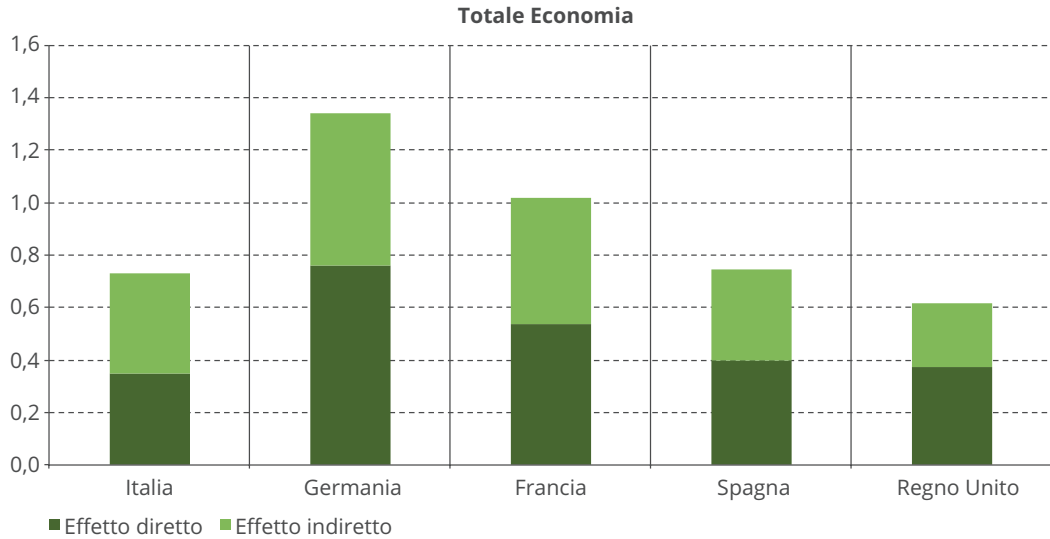
*A partire da tali premesse, si osserva come la dinamica delle esportazioni fra il 2012 ed il 2014 abbia prodotto in Italia un incremento dello 0,7 per cento delle risorse disponibili (Grafico 1). Lo stesso andamento della domanda estera avrebbe determinato variazioni positive di maggiore entità in Germania (1,3 per cento) e in Francia (1 per cento), risultati analoghi in Spagna (0,7 per cento) e lievemente inferiori nel Regno Unito (0,6 per cento). L'effetto diretto generato dalla dinamica delle esportazioni è responsabile, in tutti i paesi, di circa la metà della variazione complessiva, con l'eccezione del Regno Unito, dove rappresenta una quota superiore (circa 0,4 per cento su un totale di 0,6). In termini di composizione settoriale, il differenziale di crescita fra Italia, Germania e Francia si deve sostanzialmente all'impulso fornito ai comparti della chimica e farmaceutica, mezzi di trasporto e dei macchinari, che hanno fatto registrare variazioni rilevanti e hanno un peso relativo differente all'interno della struttura produttiva dei tre paesi.*

\* Istat.



### Grafico 1 - Effetto della dinamica della domanda estera sull'andamento delle risorse complessive disponibili

Variazioni percentuali

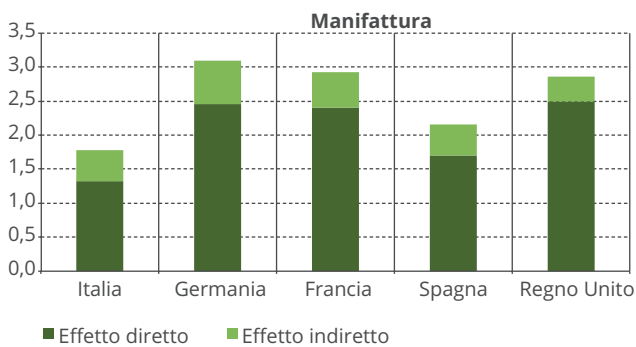


Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod

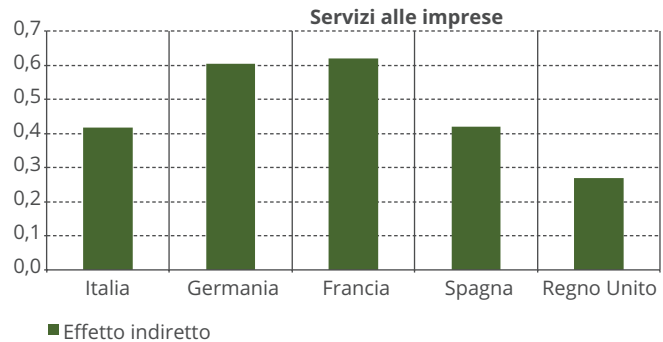
*L'effetto della dinamica delle esportazioni sui comparti manifatturieri determina in Italia un incremento dell'1,8 per cento delle risorse disponibili, un risultato inferiore a quello (potenzialmente) riscontrabile in tutti gli altri paesi considerati (Grafico 2), nei quali una variazione di domanda estera di entità analoga a quella osservata in Italia nell'ultimo biennio produrrebbe aumenti compresi tra il 2,2 per cento della Spagna e il 3,5 per cento della Germania, anche in presenza di una componente di effetto indiretto non dissimile.*

### Grafico 2 - Effetto della dinamica della domanda estera sull'andamento delle risorse disponibili nella manifattura e sui servizi alle imprese - Anni 2012-2014

Variazioni percentuali



Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod

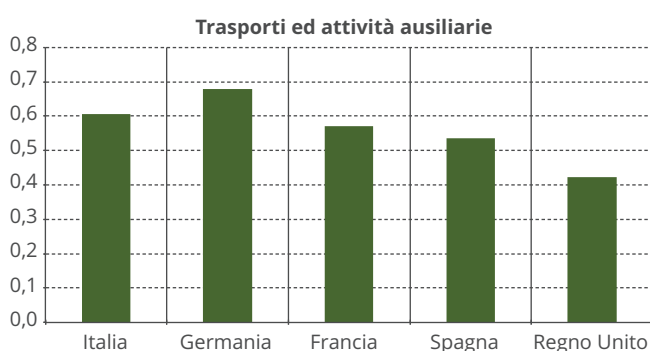


Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod

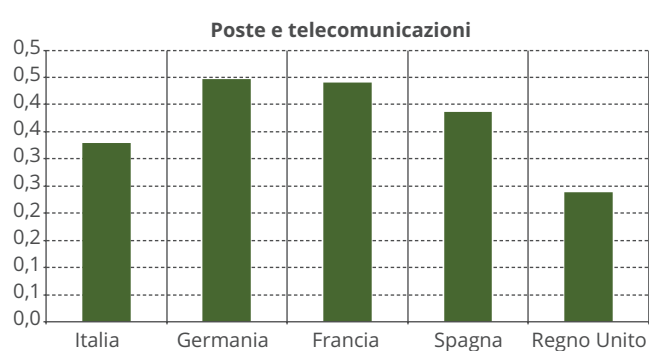
*Emerge, tuttavia, come il contributo dei servizi consenta all'Italia di ridurre, quando non annullare, il differenziale di crescita negativo generato nei settori manifatturieri. Infatti, gli effetti indiretti prodotti dalla dinamica della domanda estera sui settori dei servizi alle imprese italiane risultano superiori a quelli potenzialmente ottenibili nel Regno Unito, mentre appaiono molto simili a quelli riscontrabili in Spagna (Grafico 3); rispetto a questo paese, il recupero italiano è attribuibile alla maggiore attivazione negli altri servizi (+0,3 per cento contro +0,2 per cento) piuttosto che in quelli alle imprese.*

**Grafico 3 – Effetto della dinamica della domanda estera sull'andamento delle risorse disponibili nei servizi alle imprese – Anni 2012-2014**

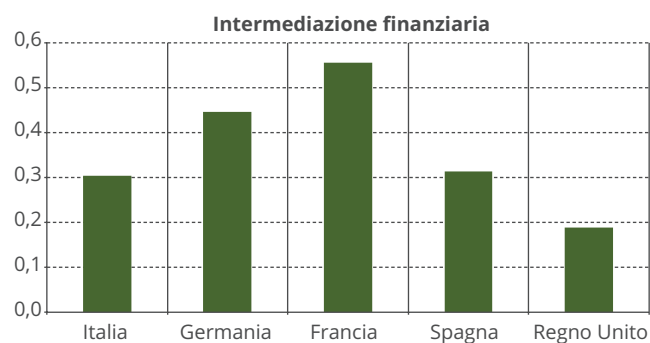
Variazioni percentuali



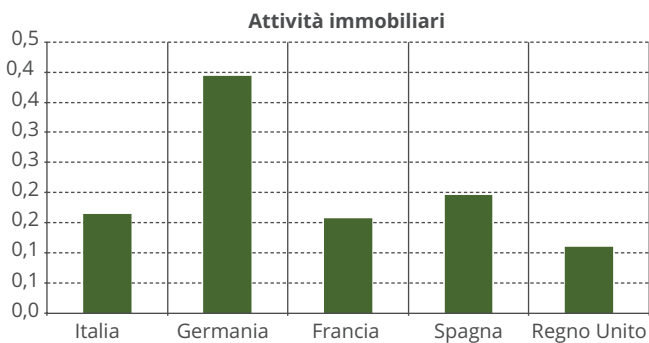
Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod



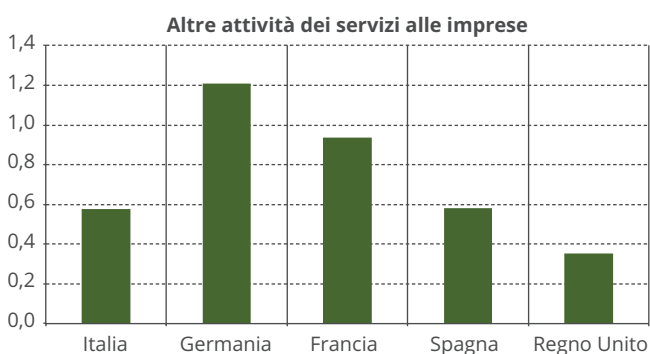
Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod



Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod



Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod



Fonte: elaborazione Istat su dati Wiod



## APPROFONDIMENTI

*Guardando al dettaglio delle diverse tipologie di servizi alle imprese, l'effetto di attivazione della domanda estera risulta comunque superiore sia in Germania sia in Francia, soprattutto nel settore degli altri servizi alle imprese che, includendo le attività professionali e di locazione di macchinari, rappresenta un comparto rilevante nelle relazioni intersettoriali fra manifattura e servizi. Più in generale, dunque, la relazione fra manifattura e servizi alle imprese si conferma importante per la trasmissione degli impulsi della domanda estera al complesso del sistema produttivo. La maggiore connessione fra comparto manifatturiero e servizi alle imprese rappresenta, infatti, un elemento rilevante nella definizione dei risultati complessivi per Germania e Francia; questi paesi non solo mostrano un settore manifatturiero maggiormente reattivo rispetto alla dinamica della domanda estera ma evidenziano anche effetti indiretti sui servizi alle imprese in grado di rafforzare l'impulso alla crescita. L'Italia, pur manifestando un grado di connessione inferiore a quello tedesco e francese, mostra tuttavia effetti indiretti non trascurabili, in grado di compensare, seppure parzialmente, la minore reattività del comparto manifatturiero rispetto alla dinamica delle esportazioni.*

**IL TERRITORIO**

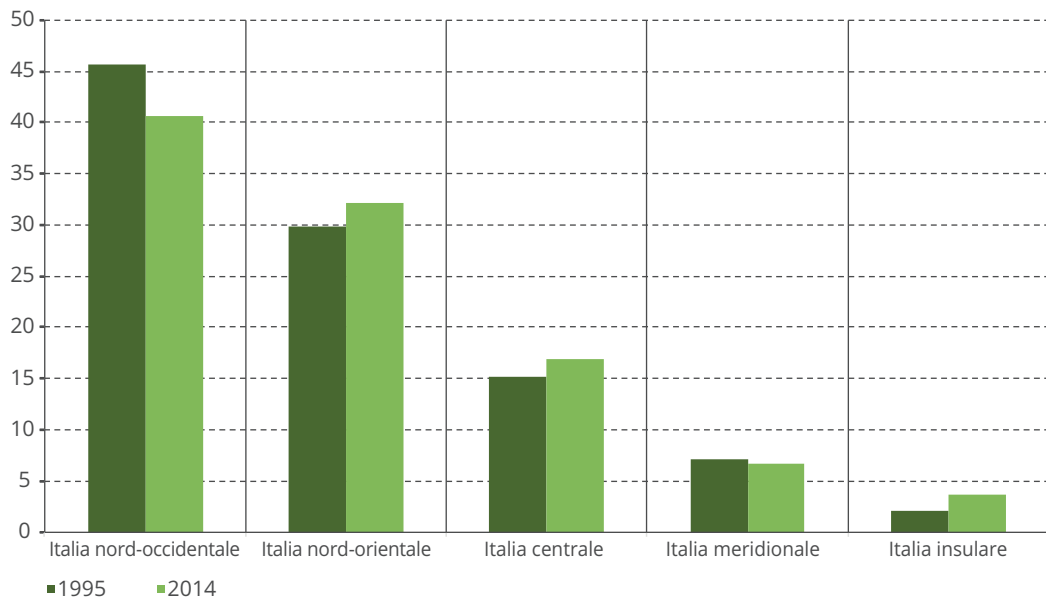




## 5.1 Interscambio di merci\*

L'analisi dei flussi di commercio internazionale, disaggregati per regione, nella loro evoluzione negli ultimi vent'anni, consente di cogliere in modo efficace le dinamiche di medio-lungo periodo dei contributi regionali alle esportazioni nazionali. Guardando alle esportazioni per macro-area (grafico 5.1), il primo elemento da porre in evidenza è la forte persistenza nelle quote di esportazione: tra il 1995 e il 2014, il Nord continua a rappresentare oltre il 70 per cento dell'export italiano, il Centro e il Sud della penisola oltre il 20 per cento e l'Italia insulare una parte residuale molto marginale. Occorre però sottolineare come dietro tale persistenza si celino alcuni mutamenti di rilievo. La quota dell'Italia nord-occidentale è diminuita di 5 punti percentuali negli ultimi vent'anni, a vantaggio del Nord-Est (+2,3 punti percentuali), del Centro (+1,6 punti percentuali) e delle Isole (+1,5 punti percentuali). I cambiamenti nelle quote regionali hanno cominciato a manifestarsi in una fase precedente a quella della crisi economico-finanziaria iniziata nel 2009 e hanno avuto dinamiche diverse nel corso degli ultimi anni. L'area del Centro, in particolare, ha ampliato considerevolmente la sua quota sulle esportazioni italiane durante la crisi.

**Grafico 5.1 - Esportazioni di merci delle regioni italiane**  
Distribuzione percentuale



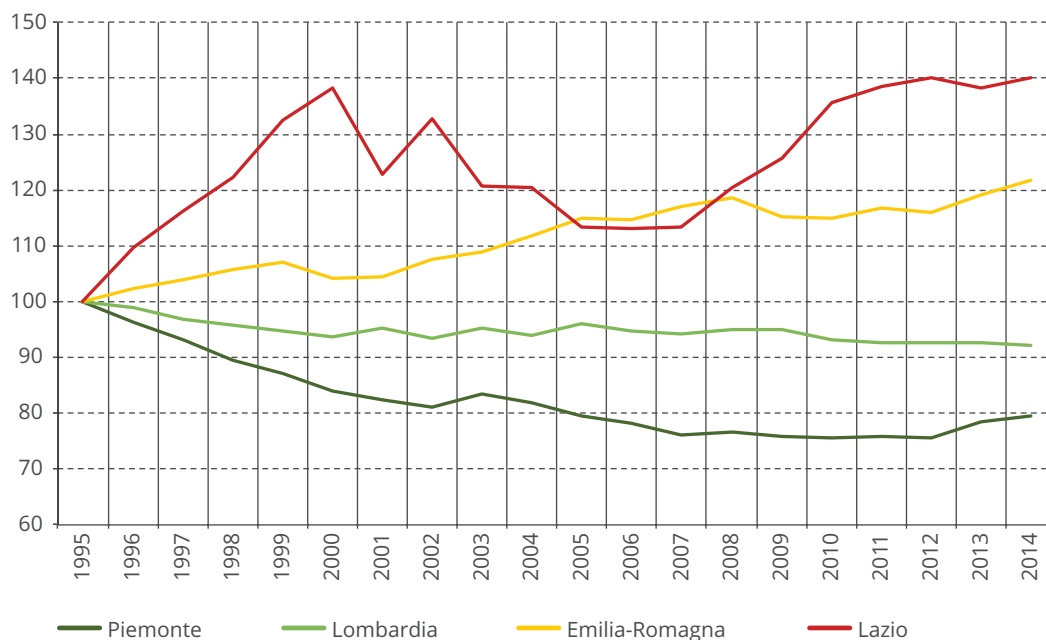
Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

\* Capitolo redatto da Sara Paulone (Ice) con la supervisione di Luca De Benedictis (Università di Macerata).



Concentrando l'analisi sul sottoinsieme di regioni in cui tali mutamenti sono più marcati (il Lazio, l'Emilia-Romagna, la Lombardia e il Piemonte), la serie temporale delle quote di esportazione mostra tendenze ben differenziate (grafico 5.2). La quota del Lazio ha avuto l'andamento più altalenante, crescendo in modo sostanziale tra il 1995 (preso come anno base) e il 2000, riducendosi fino al 2007, per poi crescere nuovamente, registrando nel complesso un aumento di 1,4 punti percentuali, dovuto essenzialmente al comparto farmaceutico, le cui vendite sono più che quintuplicate dal 1997 a oggi, raggiungendo il 43 per cento circa del totale esportato dalla regione. Il Lazio è, al 2014, la prima regione esportatrice nella farmaceutica, con una quota sul totale delle vendite del comparto pari al 38 per cento. Il dato è ancor più significativo se si considera il peso crescente del settore sull'export nazionale. Inoltre, le esportazioni rappresentano il 72 per cento del fatturato dell'intero settore e dal 2004 al 2014 i medicinali e preparati farmaceutici hanno registrato la crescita maggiore di tutti i settori dell'economia, grazie proprio alla domanda estera, con riflessi positivi dal lato dell'occupazione.

**Grafico 5.2 - Esportazioni di merci delle regioni italiane**  
 Quote percentuali; indici 1995 = 100



Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

Dal 1995, il Piemonte e la Lombardia hanno ridotto la loro quota sul totale delle esportazioni nazionali, di 2,8 e 2,3 punti percentuali, rispettivamente. Tale riduzione è stata graduale e abbastanza continuativa nel corso del ventennio preso in considerazione. All'inizio degli anni '90 il grado di internazionalizzazione era, per entrambe le regioni, nettamente al di sopra della media nazionale, e la struttura del loro interscambio con l'estero presentava caratteristiche simili a quelle delle economie industrializzate europee. A differenza dell'Emilia-Romagna e di altre regioni italiane, maggiormente specializzate nelle produzioni tradizionali del *made in Italy*, che hanno risentito in tempi più recenti della concorrenza dei paesi emergenti, il Piemonte e la Lombardia hanno subito in misura rilevante il confronto con le regioni europee economicamente più avanzate, specializzate nei settori a medio-alta tecnologia. Nello specifico l'economia del Piemonte ha mostrato segnali di convergenza verso le caratteristiche medie del paese; la dimensione media delle imprese, pur rimanendo al di sopra del dato medio nazionale, è dimi-

nuita in maniera più intensa che nel resto d'Italia. L'industria manifatturiera del Piemonte ha, inoltre, ridotto il grado di concentrazione della produzione nei settori a medio-alta tecnologia, in cui la regione presentava un grado di specializzazione relativamente alto, e ha perso quota nei settori con i più elevati tassi di crescita a livello internazionale. Le stesse tendenze hanno riguardato in parte anche la Lombardia, ma con un andamento meno accentuato. L'economia lombarda permane, dunque, al primo posto nella graduatoria delle regioni esportatrici, contribuendo per un quarto del totale alle esportazioni nazionali. Il suo ruolo primario è positivamente correlato a fattori di carattere strutturale, quali la qualità del capitale umano, la più elevata dimensione media d'impresa, la maggior spesa in ricerca e sviluppo, e la conseguente specializzazione in settori a più elevato contenuto tecnologico.

Le esportazioni dell'Emilia-Romagna sono invece aumentate quasi costantemente negli ultimi vent'anni, conquistando 2,4 punti percentuali sul totale nazionale. L'economia della regione è caratterizzata da una base manifatturiera forte e da un'elevata propensione all'export, che l'ha esposta maggiormente agli effetti della recessione economica internazionale. Nel 2009 infatti le vendite provenienti dal territorio hanno subito una contrazione, recuperata, in termini di quote sul totale nazionale, solo negli ultimi due anni. Inoltre, nel corso del tempo la regione ha ridotto la sua specializzazione nei settori a medio-basso contenuto tecnologico, come i metalli e le piastrelle, mentre ha sostanzialmente tenuto nei comparti alimentare e tessile, anche durante gli anni della crisi.

Nel 2014 le esportazioni delle regioni italiane sono cresciute complessivamente del 2 per cento, come risultato di variazioni positive in tutte le aree a eccezione del Mezzogiorno, che ha registrato un calo dell'export del 4,7 per cento rispetto all'anno precedente (tavola 5.1).

Al Centro-Nord le esportazioni sono aumentate in tutte le regioni, esclusa l'Umbria (-5,7 per cento).

Guardando alle singole ripartizioni territoriali, va rilevata la crescita del 2,2 per cento dell'Italia nord-occidentale, da cui proviene il 40,7 per cento dell'export italiano. Dopo un anno di stagnazione, sono aumentate le esportazioni lombarde (+1,4 per cento), rivolte principalmente verso i paesi UE, in particolare il Regno Unito (+8,9 per cento), e verso gli Stati Uniti (+9,7 per cento). È cresciuto anche l'export della Liguria, del 10,2 per cento, per effetto soprattutto delle vendite dei macchinari e mezzi di trasporto (+48,7 per cento).

L'Italia nord-orientale ha visto crescere le sue esportazioni del 3,5 per cento. Il contributo maggiore è derivato dall'Emilia-Romagna e dal Veneto (rispettivamente +4,3 e +2,7 per cento), le cui esportazioni si dirigono, in gran parte, verso i mercati UE, anche se per entrambe gli Stati Uniti rappresentano il terzo mercato di sbocco, in cui le vendite sono aumentate nel 2014 rispettivamente dell'11,8 e del 12,4 per cento. L'Emilia-Romagna, inoltre, ha registrato un significativo incremento delle esportazioni di autoveicoli (18,3 per cento), uno dei prodotti che ha fatto da traino per l'export nazionale nel corso dell'anno.

Le esportazioni dell'Italia centrale sono cresciute complessivamente del 3 per cento, per effetto soprattutto della dinamica positiva delle Marche (+7,5 per cento) e del Lazio (+3,4 per cento); nel primo caso il risultato dipende quasi interamente dall'andamento dei prodotti farmaceutici (+39 per cento), nel secondo oltre a questi (che hanno registrato un aumento del 9,3 per cento) è cresciuto il settore degli aeromobili (+22,1 per cento), che ha un peso rilevante per l'export della regione. Le vendite delle due regioni si rivolgono principalmente ai mercati UE. Nei paesi extra-UE hanno avuto andamenti diversi: una diminuzione del 9,3 per cento nel caso del Lazio e un aumento dell'1,9 per cento nelle Marche. La contrazione delle esportazioni dell'Umbria, per il secondo anno consecutivo, è derivata dai prodotti in metallo, in calo del 23,1 per cento in seguito al blocco della produzione delle acciaierie di Terni di fine 2013.

Le esportazioni del Mezzogiorno sono diminuite del 4,7 per cento, per effetto soprattutto dell'Italia insulare (-13,8 per cento). Sicilia e Sardegna, che nel complesso pesano il 3,7 per cento sull'export nazionale, hanno risentito della dinamica sfavorevole delle vendite di prodotti petroliferi raffinati, che rappresentano la quasi totalità delle esportazioni delle due regioni, rispettivamente il 67 e l'80 per cento; alla riduzione del prezzo del petrolio si è associata la contrazione della domanda da parte dei principali partner commerciali (Turchia, Libia, Stati Uniti, Egitto e Francia per la Sicilia; Arabia Saudita, Libia, Spagna, Francia e Libano per la Sardegna).

**Tavola 5.1 - Esportazioni di merci delle regioni italiane**  
Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

|                                | Valori         | Var. %      |             | Quote % sulle esportazioni italiane |              |              |              |              |              |
|--------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 2014           | 2012-2013   | 2013- 2014  | 2000                                | 2005         | 2008         | 2012         | 2013         | 2014         |
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>160.007</b> | <b>0,7</b>  | <b>2,2</b>  | <b>41,3</b>                         | <b>41,5</b>  | <b>40,9</b>  | <b>40,3</b>  | <b>40,6</b>  | <b>40,7</b>  |
| Piemonte                       | 42.755         | 3,8         | 3,3         | 11,5                                | 10,9         | 10,5         | 10,3         | 10,7         | 10,9         |
| Valle d'Aosta                  | 608            | -3,8        | 6,1         | 0,2                                 | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,1          | 0,2          |
| Lombardia                      | 109.568        | 0,0         | 1,4         | 28,3                                | 29,0         | 28,7         | 28,0         | 28,0         | 27,9         |
| Liguria                        | 7.076          | -6,2        | 10,2        | 1,3                                 | 1,4          | 1,4          | 1,8          | 1,7          | 1,8          |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>126.371</b> | <b>2,5</b>  | <b>3,5</b>  | <b>31,0</b>                         | <b>31,6</b>  | <b>32,3</b>  | <b>30,9</b>  | <b>31,7</b>  | <b>32,1</b>  |
| Trentino-Alto Adige            | 7.276          | 3,0         | 2,1         | 1,7                                 | 1,8          | 1,7          | 1,8          | 1,8          | 1,9          |
| Veneto                         | 54.117         | 2,9         | 2,7         | 14,4                                | 13,8         | 13,8         | 13,3         | 13,7         | 13,8         |
| Friuli-Venezia Giulia          | 12.012         | -0,2        | 5,0         | 3,4                                 | 3,3          | 3,7          | 3,0          | 3,0          | 3,1          |
| Emilia-Romagna                 | 52.966         | 2,7         | 4,3         | 11,5                                | 12,7         | 13,1         | 12,8         | 13,2         | 13,5         |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>66.196</b>  | <b>-0,5</b> | <b>3,0</b>  | <b>16,7</b>                         | <b>15,4</b>  | <b>14,9</b>  | <b>16,7</b>  | <b>16,7</b>  | <b>16,8</b>  |
| Toscana                        | 31.974         | -3,5        | 2,2         | 8,3                                 | 7,4          | 7,0          | 8,4          | 8,1          | 8,1          |
| Umbria                         | 3.438          | -6,3        | -5,7        | 0,9                                 | 1,0          | 0,9          | 1,0          | 0,9          | 0,9          |
| Marche                         | 12.484         | 12,2        | 7,5         | 2,9                                 | 3,2          | 2,9          | 2,7          | 3,0          | 3,2          |
| Lazio                          | 18.299         | -1,4        | 3,4         | 4,6                                 | 3,8          | 4,0          | 4,7          | 4,6          | 4,7          |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>40.600</b>  | <b>-8,5</b> | <b>-4,7</b> | <b>11,0</b>                         | <b>11,5</b>  | <b>12,0</b>  | <b>12,1</b>  | <b>11,1</b>  | <b>10,3</b>  |
| Abruzzo                        | 6.931          | -2,4        | 2,9         | 2,0                                 | 2,1          | 2,1          | 1,8          | 1,7          | 1,8          |
| Molise                         | 371            | -10,2       | 9,7         | 0,2                                 | 0,2          | 0,2          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Campania                       | 9.446          | 2,0         | -1,7        | 3,0                                 | 2,6          | 2,6          | 2,4          | 2,5          | 2,4          |
| Puglia                         | 8.107          | -10,3       | 1,9         | 2,3                                 | 2,3          | 2,1          | 2,3          | 2,1          | 2,1          |
| Basilicata                     | 1.133          | -10,6       | 9,9         | 0,4                                 | 0,4          | 0,5          | 0,3          | 0,3          | 0,3          |
| Calabria                       | 324            | -6,7        | -8,1        | 0,1                                 | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Sicilia                        | 9.648          | -14,4       | -13,9       | 2,1                                 | 2,5          | 2,8          | 3,4          | 2,9          | 2,5          |
| Sardegna                       | 4.641          | -15,8       | -13,6       | 0,9                                 | 1,3          | 1,6          | 1,7          | 1,4          | 1,2          |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>393.174</b> | <b>-0,1</b> | <b>2,0</b>  | <b>100,0</b>                        | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <b>Dati non ripartibili</b>    | <b>4.823</b>   | <b>7,3</b>  | <b>-0,8</b> |                                     |              |              |              |              |              |
| <b>Totale</b>                  | <b>397.996</b> | <b>-0,1</b> | <b>2,0</b>  |                                     |              |              |              |              |              |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Guardando al peso di ciascuna regione sul totale delle esportazioni italiane, non ci sono state grandi variazioni negli ultimi quindici anni. La regione in assoluto più importante rimane la Lombardia, con una quota pari al 27,9 per cento e in calo nel decennio 2005-2014 di un punto percentuale circa; mentre dal 2000 al 2005 era passata dal 28,3 al 29 per cento. Il peso della Lombardia è più di due volte quello del Veneto, la seconda regione per importanza nell'export italiano; la quota del Veneto è rimasta quasi invariata tra il 2005 e il 2014, dopo essere diminuita di 0,6 punti percentuali nel quinquennio precedente. Un andamento simile è stato registrato dal Piemonte, che ha un peso pari al 10,9 per cento sul totale nazionale. La Toscana aveva perso quota nel periodo precedente alla crisi, ma ha parzialmente recuperato negli anni successivi, attestandosi all'8,1 per cento nel 2014. L'Emilia-Romagna (la terza regione per l'export italiano) è l'unica tra le prime cinque regioni esportatrici ad aver sperimentato, negli ultimi quindici anni, una crescita continua della propria quota, passata dall'11,5 al 13,5 per cento. Per il resto dell'Italia, si può sottolineare la crescita di Sicilia e Sardegna, che rispetto al 2000 hanno guadagnato rispettivamente 0,4 e 0,3 punti percentuali, grazie alla dinamica di lungo periodo dei prezzi dei derivati del petrolio, mentre la Campania ha avuto un trend negativo, perdendo 0,6 punti percentuali nell'intero quindicennio.

Le importazioni di merci delle regioni italiane (tav. 5.2) sono diminuite dello 0,4 per cento, meno rispetto al 2013 (-4,5 per cento), come risultato di una variazione negativa nel Mezzogiorno (-5 per cento), di una crescita in Italia nord-orientale (2,5 per cento) e di un andamento pressoché stabile nelle altre macro-aree. Le cadute più forti (intorno al 13 per cento) sono state registrate da Sicilia, Sardegna e Liguria, che hanno un peso complessivo del 10,2 per cento sul totale nazionale. La Basilicata ha fatto registrare un incremento significativo (31,7 per cento), a fronte di un calo pari al 22 per cento nel 2013; il contributo maggiore è derivato dal settore *automotive* (+69,5 per cento), che ha un peso del 31,7 per cento sul totale delle importazioni della regione.

Negli ultimi quindici anni le importazioni dell'Italia nord-occidentale hanno perso quota, passando dal 48,2 al 43,7 per cento del totale nazionale, come risultato soprattutto della flessione subita dalla Lombardia (-4,4 punti percentuali). La perdita si è ridistribuita per 3,3 punti percentuali nell'Italia nord-orientale e per 1,2 punti percentuali nel Mezzogiorno.

**Tavola 5.2 - Importazioni di merci delle regioni italiane**

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

|                                | Valori         | Var. %       |              | Quote % sulle esportazioni italiane |              |              |              |              |              |
|--------------------------------|----------------|--------------|--------------|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 2014           | 2012-2013    | 2013- 2014   | 2000                                | 2005         | 2008         | 2012         | 2013         | 2014         |
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>146.329</b> | <b>-4,7</b>  | <b>-0,5</b>  | <b>48,2</b>                         | <b>47,3</b>  | <b>45,4</b>  | <b>43,8</b>  | <b>43,8</b>  | <b>43,7</b>  |
| Piemonte                       | 27.838         | 0,9          | 3,1          | 8,5                                 | 7,7          | 8,0          | 7,6          | 8,0          | 8,3          |
| Valle d'Aosta                  | 203            | -19,1        | -4,0         | 0,1                                 | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Lombardia                      | 109.940        | -5,1         | -0,3         | 37,2                                | 36,7         | 34,1         | 33,0         | 32,8         | 32,8         |
| Liguria                        | 8.349          | -14,2        | -13,2        | 2,3                                 | 2,8          | 3,1          | 3,2          | 2,9          | 2,5          |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>81.723</b>  | <b>1,2</b>   | <b>2,5</b>   | <b>21,1</b>                         | <b>21,5</b>  | <b>23,3</b>  | <b>22,4</b>  | <b>23,7</b>  | <b>24,4</b>  |
| Trentino-Alto Adige            | 5.982          | -2,8         | 2,3          | 1,6                                 | 1,6          | 1,7          | 1,7          | 1,7          | 1,8          |
| Veneto                         | 39.184         | 3,4          | 0,9          | 11,0                                | 10,8         | 11,2         | 10,7         | 11,6         | 11,7         |
| Friuli-Venezia Giulia          | 6.329          | -7,3         | 0,1          | 1,9                                 | 1,7          | 2,1          | 1,9          | 1,9          | 1,9          |
| Emilia-Romagna                 | 30.229         | 1,1          | 5,4          | 6,7                                 | 7,4          | 8,2          | 8,1          | 8,5          | 9,0          |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>56.150</b>  | <b>-8,9</b>  | <b>0,0</b>   | <b>16,7</b>                         | <b>16,1</b>  | <b>16,1</b>  | <b>17,5</b>  | <b>16,7</b>  | <b>16,8</b>  |
| Toscana                        | 20.008         | -5,3         | -4,9         | 6,4                                 | 5,6          | 5,7          | 6,3          | 6,3          | 6,0          |
| Umbria                         | 2.259          | -9,5         | 2,1          | 0,7                                 | 0,8          | 0,7          | 0,7          | 0,7          | 0,7          |
| Marche                         | 7.066          | -4,9         | 3,5          | 1,4                                 | 1,6          | 1,9          | 2,0          | 2,0          | 2,1          |
| Lazio                          | 26.817         | -12,5        | 3,0          | 8,3                                 | 8,2          | 7,8          | 8,5          | 7,7          | 8,0          |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>50.582</b>  | <b>-7,2</b>  | <b>-5,0</b>  | <b>13,9</b>                         | <b>15,1</b>  | <b>15,3</b>  | <b>16,3</b>  | <b>15,8</b>  | <b>15,1</b>  |
| Abruzzo                        | 3.434          | -4,7         | 3,8          | 1,5                                 | 1,2          | 1,2          | 1,0          | 1,0          | 1,0          |
| Molise                         | 355            | -8,8         | -1,2         | 0,1                                 | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Campania                       | 10.960         | -3,8         | 6,9          | 2,9                                 | 2,7          | 2,9          | 3,0          | 3,0          | 3,3          |
| Puglia                         | 8.730          | -14,1        | 2,4          | 1,9                                 | 2,3          | 2,7          | 2,8          | 2,5          | 2,6          |
| Basilicata                     | 745            | -22,0        | 31,7         | 0,2                                 | 0,2          | 0,3          | 0,2          | 0,2          | 0,2          |
| Calabria                       | 549            | -4,5         | -1,7         | 0,2                                 | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          |
| Sicilia                        | 17.390         | -4,5         | -13,1        | 5,4                                 | 6,2          | 5,2          | 6,0          | 6,0          | 5,2          |
| Sardegna                       | 8.419          | -9,2         | -13,0        | 1,7                                 | 2,1          | 2,8          | 3,0          | 2,9          | 2,5          |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>334.784</b> | <b>-4,5</b>  | <b>-0,4</b>  | <b>100,0</b>                        | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <b>Dati non ripartibili</b>    | <b>20.330</b>  | <b>-11,7</b> | <b>-18,0</b> |                                     |              |              |              |              |              |
| <b>Totale</b>                  | <b>355.115</b> | <b>-5,1</b>  | <b>-1,6</b>  |                                     |              |              |              |              |              |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

## 5.2 Interscambio di servizi

Nel 2014 le esportazioni di servizi delle regioni italiane hanno continuato a crescere, salendo del 3,6 per cento rispetto all'anno precedente (tavola 5.3). Il contributo maggiore è derivato dall'Italia centrale (+9,5 per cento), che pesa per il 30,9 per cento sul totale nazionale. Anche il Mezzogiorno ha registrato un incremento delle esportazioni di servizi, pari al 9,8 per cento, mentre quelle del Nord sono rimaste pressoché invariate.

Il settore più importante (con un peso del 49 per cento) per le esportazioni dell'Italia centrale è il turismo, le cui vendite all'estero sono cresciute del 5,4 per cento nel 2014. Un altro settore importante per l'area sono gli "altri servizi alle imprese" (servizi tecnici, di consulenza professionale e gestionale e connessi al commercio), che hanno un peso pari quasi al 31 per cento e

**Tavola 5.3 - Esportazioni di servizi <sup>(1)</sup>**

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

|                                | Valori        | Var. %       |              | Quote % sul totale |              |              |              |              |
|--------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 2014          | 2012-2013    | 2013-2014    | 2010               | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         |
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>30.198</b> | <b>0,0</b>   | <b>0,1</b>   | <b>41,4</b>        | <b>43,4</b>  | <b>44,7</b>  | <b>44,2</b>  | <b>42,7</b>  |
| Piemonte                       | 6.604         | -7,7         | -2,5         | 9,8                | 10,5         | 10,9         | 9,9          | 9,3          |
| Valle d'Aosta                  | 349           | -31,4        | 5,8          | 0,6                | 0,6          | 0,7          | 0,5          | 0,5          |
| Lombardia                      | 21.267        | 5,5          | 1,3          | 28,4               | 29,0         | 29,5         | 30,7         | 30,0         |
| Liguria                        | 1.978         | -15,7        | -4,7         | 2,7                | 3,3          | 3,7          | 3,0          | 2,8          |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>13.680</b> | <b>4,1</b>   | <b>0,6</b>   | <b>20,5</b>        | <b>19,6</b>  | <b>19,4</b>  | <b>19,9</b>  | <b>19,3</b>  |
| Trentino-Alto Adige            | 1.870         | 5,8          | 5,5          | 2,4                | 2,3          | 2,5          | 2,6          | 2,6          |
| Veneto                         | 5.835         | -7,1         | 3,6          | 9,2                | 9,3          | 9,0          | 8,2          | 8,2          |
| Friuli-Venezia Giulia          | 2.395         | 6,1          | -1,8         | 3,2                | 3,2          | 3,4          | 3,6          | 3,4          |
| Emilia-Romagna                 | 3.579         | 24,2         | -4,9         | 5,7                | 4,8          | 4,5          | 5,5          | 5,1          |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>21.904</b> | <b>1,3</b>   | <b>9,5</b>   | <b>31,0</b>        | <b>30,2</b>  | <b>29,3</b>  | <b>29,3</b>  | <b>30,9</b>  |
| Toscana                        | 5.363         | 1,5          | 2,6          | 7,2                | 7,6          | 7,6          | 7,7          | 7,6          |
| Umbria                         | 302           | -11,4        | 8,7          | 0,5                | 0,5          | 0,5          | 0,4          | 0,4          |
| Marche                         | 389           | -8,5         | -20,4        | 0,9                | 0,8          | 0,8          | 0,7          | 0,5          |
| Lazio                          | 15.850        | 1,9          | 13,1         | 22,4               | 21,2         | 20,4         | 20,5         | 22,4         |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>4.998</b>  | <b>2,4</b>   | <b>9,8</b>   | <b>7,1</b>         | <b>6,9</b>   | <b>6,6</b>   | <b>6,7</b>   | <b>7,1</b>   |
| Abruzzo                        | 290           | -6,4         | 1,4          | 0,5                | 0,6          | 0,5          | 0,4          | 0,4          |
| Molise                         | 23            | 47,2         | -9,9         | 0,1                | 0,1          | 0,0          | 0,0          | 0,0          |
| Campania                       | 1.740         | 3,2          | 3,3          | 2,6                | 2,4          | 2,4          | 2,5          | 2,5          |
| Puglia                         | 538           | 7,2          | -15,3        | 1,0                | 1,0          | 0,9          | 0,9          | 0,8          |
| Basilicata                     | 84            | -32,4        | 88,0         | 0,1                | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Calabria                       | 169           | -5,1         | 22,8         | 0,3                | 0,3          | 0,2          | 0,2          | 0,2          |
| Sicilia                        | 1.513         | 5,2          | 35,1         | 1,4                | 1,4          | 1,6          | 1,6          | 2,1          |
| Sardegna                       | 641           | -0,5         | 3,5          | 1,1                | 1,1          | 0,9          | 0,9          | 0,9          |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>70.780</b> | <b>1,3</b>   | <b>3,6</b>   | <b>100,0</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <b>Dati non ripartibili</b>    | <b>1.941</b>  | <b>-19,4</b> | <b>-16,6</b> |                    |              |              |              |              |
| <b>Totale</b>                  | <b>72.721</b> | <b>0,5</b>   | <b>2,9</b>   |                    |              |              |              |              |

(1) Esclusi i Servizi di manutenzione e riparazione per gli anni 2010-2012, i Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi e i Trasporti; per i Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi e i Trasporti il dettaglio per regione non è disponibile; per i Servizi di manutenzione e riparazione il dettaglio per regione è disponibile a partire dall'anno 2013.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

hanno registrato un aumento del 19 per cento nell'ultimo anno. Il Lazio è la regione che più di tutte ha contribuito alla crescita delle vendite dell'Italia centrale (+13,1 per cento), oltre a essere la seconda regione esportatrice italiana di servizi (con una quota del 22,4 per cento). La prima regione esportatrice, anche per i servizi, è la Lombardia (con una quota del 30 per cento), che ha registrato nel 2014 un incremento delle vendite pari all'1,3 per cento. Nel complesso del Nord-Ovest la componente principale delle esportazioni di servizi è il raggruppamento degli "altri servizi alle imprese". Tra le regioni che hanno registrato variazioni positive significative dell'export nel 2014 si segnalano la Basilicata, la Sicilia, la Calabria e l'Umbria, che insieme rappresentano però solo il 2,8 per cento delle esportazioni nazionali di servizi.

Le importazioni di servizi sono anch'esse aumentate, a un tasso del 5,3 per cento (tav. 5.4). A questo risultato hanno contribuito principalmente l'Italia nord-occidentale, con una quota del 48 per cento sul totale nazionale, e l'Italia centrale, che ha un peso del 27,3 per cento.

La Lombardia e il Lazio insieme importano oltre la metà del totale nazionale. Va però segnalato che la quota della Lombardia è diminuita di 2,5 punti percentuali rispetto al 2010, facendo perdere peso all'intera macro-area. Al contrario, le quote del Nord-Est e soprattutto del Centro sono aumentate. Gli "altri servizi alle imprese" sono il settore che più di tutti ha contribuito alla crescita delle importazioni di servizi nazionali. Nell'Italia nord-occidentale ha un peso significativo anche il settore del turismo, i cui acquisti dall'estero sono aumentati quasi del 12 per cento nell'ultimo anno. Altre regioni che hanno registrato risultati positivi di rilievo nel 2014 sono l'Emilia-Romagna (+8 per cento), la Toscana (+6 per cento), le Marche (+13,9 per cento) e la Puglia (+19,1 per cento), anche se queste ultime due pesano ognuna l'1,1 per cento sulle importazioni italiane di servizi.

**Tavola 5.4 - Importazioni di servizi <sup>(1)</sup>**

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

|                                | Valori        | Var. %       |            | Quote % sul totale |              |              |              |              |
|--------------------------------|---------------|--------------|------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 2014          | 2012-2013    | 2013-2014  | 2010               | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         |
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>30.564</b> | <b>-2,8</b>  | <b>4,2</b> | <b>50,4</b>        | <b>49,9</b>  | <b>49,1</b>  | <b>48,6</b>  | <b>48,0</b>  |
| Piemonte                       | 6.472         | -1,4         | 9,1        | 10,0               | 10,2         | 9,8          | 9,8          | 10,2         |
| Valle d'Aosta                  | 137           | -24,1        | 30,6       | 0,2                | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          |
| Lombardia                      | 22.150        | 0,0          | 2,8        | 37,3               | 35,5         | 35,1         | 35,7         | 34,8         |
| Liguria                        | 1.804         | -29,6        | 3,0        | 2,9                | 4,0          | 4,0          | 2,9          | 2,8          |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>11.439</b> | <b>1,8</b>   | <b>5,0</b> | <b>16,6</b>        | <b>16,3</b>  | <b>17,4</b>  | <b>18,0</b>  | <b>18,0</b>  |
| Trentino-Alto Adige            | 989           | 12,4         | 3,4        | 1,6                | 1,4          | 1,4          | 1,6          | 1,6          |
| Veneto                         | 3.754         | -0,6         | 8,8        | 5,5                | 5,6          | 5,7          | 5,7          | 5,9          |
| Friuli-Venezia Giulia          | 2.618         | -0,2         | -3,5       | 3,9                | 4,0          | 4,4          | 4,5          | 4,1          |
| Emilia-Romagna                 | 4.077         | 3,0          | 8,0        | 5,6                | 5,3          | 6,0          | 6,3          | 6,4          |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>17.372</b> | <b>-1,0</b>  | <b>8,8</b> | <b>25,1</b>        | <b>26,4</b>  | <b>26,2</b>  | <b>26,4</b>  | <b>27,3</b>  |
| Toscana                        | 3.022         | -20,4        | 6,0        | 3,3                | 3,4          | 5,8          | 4,7          | 4,7          |
| Umbria                         | 308           | -9,3         | 7,2        | 0,5                | 0,6          | 0,5          | 0,5          | 0,5          |
| Marche                         | 705           | -5,3         | 13,9       | 1,4                | 1,2          | 1,1          | 1,0          | 1,1          |
| Lazio                          | 13.337        | 5,5          | 9,3        | 20,0               | 21,3         | 18,8         | 20,2         | 20,9         |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>4.302</b>  | <b>-5,3</b>  | <b>2,1</b> | <b>7,9</b>         | <b>7,5</b>   | <b>7,2</b>   | <b>7,0</b>   | <b>6,8</b>   |
| Abruzzo                        | 582           | -22,3        | 8,8        | 1,0                | 1,1          | 1,1          | 0,9          | 0,9          |
| Molise                         | 51            | -16,6        | -23,9      | 0,1                | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Campania                       | 1.231         | -7,4         | -2,3       | 2,5                | 2,3          | 2,2          | 2,1          | 1,9          |
| Puglia                         | 698           | 1,6          | 19,1       | 1,5                | 1,3          | 0,9          | 1,0          | 1,1          |
| Basilicata                     | 71            | 6,4          | -15,4      | 0,1                | 0,1          | 0,1          | 0,1          | 0,1          |
| Calabria                       | 135           | -17,4        | -2,2       | 0,3                | 0,2          | 0,3          | 0,2          | 0,2          |
| Sicilia                        | 1.042         | 8,0          | -1,5       | 1,5                | 1,4          | 1,6          | 1,8          | 1,6          |
| Sardegna                       | 492           | -5,8         | 1,2        | 0,7                | 1,0          | 0,8          | 0,8          | 0,8          |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>63.678</b> | <b>-1,7</b>  | <b>5,4</b> | <b>100,0</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <b>Dati non ripartibili</b>    | <b>1.462</b>  | <b>-13,8</b> | <b>0,6</b> |                    |              |              |              |              |
| <b>Totale</b>                  | <b>65.139</b> | <b>-2,0</b>  | <b>5,3</b> |                    |              |              |              |              |

(1) Esclusi i Servizi di manutenzione e riparazione per gli anni 2010-2012, i Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi e i Trasporti; per i Servizi di lavorazione su beni di proprietà di terzi e i Trasporti il dettaglio per regione non è disponibile; per i Servizi di manutenzione e riparazione il dettaglio per regione è disponibile a partire dall'anno 2013.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Banca d'Italia

## 5.3 Indicatori di apertura internazionale delle regioni italiane

Nella tavola 5.5 sono stati calcolati tre indicatori di apertura internazionale delle regioni italiane per gli anni 2011, 2012 e 2013: il grado di penetrazione delle importazioni sulla domanda interna,<sup>1</sup> e la propensione a esportare, misurata come rapporto tra esportazioni di beni e servizi e Pil regionale, nonché in termini di valore delle esportazioni per occupato, disponibile anche per il 2014. Da tutti gli indicatori emerge che le regioni del Centro-Nord sono molto più integrate nel commercio internazionale di quelle del Mezzogiorno.

**Tav. 5.5 - Indicatori di apertura internazionale per regione**

Rapporti percentuali sui valori a prezzi correnti

|                                | Penetrazione delle importazioni                               |             |             | Propensione a esportare                           |             |             |  |               |               |               |
|--------------------------------|---|-------------|-------------|---|-------------|-------------|--|---------------|---------------|---------------|
|                                | Rapporto tra importazioni di beni e servizi e domanda interna |             |             | Rapporto tra esportazioni di beni e servizi e Pil |             |             | Esportazioni di beni e servizi per occupato (migliaia di euro) |               |               |               |
|                                | 2011  | 2012        | 2013        | 2011  | 2012        | 2013        | 2011   | 2012          | 2013          | 2014          |
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>35,5</b>   | <b>34,5</b> | <b>33,5</b> | <b>33,2</b>                                       | <b>34,8</b> | <b>35,0</b> | <b>26.826</b>  | <b>28.047</b> | <b>28.404</b> | <b>28.594</b> |
| Piemonte                       | 29,8  | 29,1        | 30,0        | 35,2  | 37,4        | 39,0        | 24.739   | 26.282        | 27.828        | 27.764        |
| Valle d'Aosta                  | 11,0  | 9,9         | 7,7         | 21,6  | 22,9        | 19,1        | 18.175   | 19.436        | 16.538        | 13.514        |
| Lombardia                      | 38,8  | 37,6        | 36,4        | 34,7  | 36,1        | 36,1        | 29.781   | 30.794        | 30.855        | 31.084        |
| Liguria                        | 26,3  | 26,3        | 22,3        | 18,4  | 20,0        | 17,6        | 14.116   | 15.474        | 14.020        | 14.821        |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>28,3</b>   | <b>27,6</b> | <b>28,3</b> | <b>35,3</b>                                       | <b>36,2</b> | <b>37,2</b> | <b>26.017</b>  | <b>26.561</b> | <b>27.703</b> | <b>27.856</b> |
| Trentino-Alto Adige            | 20,3  | 19,1        | 18,8        | 22,1  | 22,9        | 23,3        | 17.758   | 18.395        | 18.935        | 17.372        |
| Veneto                         | 31,8  | 30,8        | 32,1        | 37,2  | 38,3        | 39,5        | 26.692   | 27.277        | 28.551        | 28.023        |
| Friuli-Venezia Giulia          | 31,4  | 31,0        | 30,2        | 41,6  | 40,3        | 40,8        | 29.544   | 28.555        | 28.917        | 29.562        |
| Emilia-Romagna                 | 26,1  | 25,9        | 26,6        | 35,1  | 36,4        | 37,8        | 26.353   | 27.256        | 28.653        | 29.843        |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>22,9</b>   | <b>22,3</b> | <b>21,4</b> | <b>22,3</b>                                       | <b>23,8</b> | <b>23,8</b> | <b>16.934</b>  | <b>17.843</b> | <b>17.832</b> | <b>17.371</b> |
| Toscana                        | 24,8  | 26,8        | 24,8        | 32,3  | 34,7        | 33,5        | 22.750   | 24.411        | 23.717        | 22.804        |
| Umbria                         | 15,0  | 13,6        | 12,2        | 18,3  | 19,4        | 18,0        | 11.170   | 11.956        | 11.277        | 10.741        |
| Marche                         | 21,2  | 21,4        | 21,9        | 25,4  | 27,5        | 31,3        | 16.219   | 17.115        | 19.634        | 21.093        |
| Lazio                          | 23,0  | 21,2        | 20,7        | 16,3  | 17,1        | 17,3        | 14.002   | 14.426        | 14.306        | 13.743        |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>16,6</b>   | <b>16,4</b> | <b>15,5</b> | <b>12,8</b>                                       | <b>13,9</b> | <b>13,1</b> | <b>7.661</b>   | <b>8.285</b>  | <b>7.980</b>  | <b>7.668</b>  |
| Abruzzo                        | 16,5  | 14,5        | 13,9        | 24,0  | 22,7        | 22,9        | 15.246   | 14.404        | 14.443        | 15.784        |
| Molise                         | 8,7   | 7,5         | 7,1         | 7,0   | 6,3         | 6,2         | 4.215  | 3.750         | 3.697         | 4.197         |
| Campania                       | 13,8  | 12,0        | 11,5        | 11,0  | 11,1        | 11,3        | 6.980  | 6.967         | 7.121         | 6.840         |
| Puglia                         | 17,3  | 15,0        | 13,6        | 12,6  | 13,7        | 12,9        | 7.127  | 7.640         | 7.413         | 7.698         |
| Basilicata                     | 10,1  | 7,9         | 6,4         | 13,1  | 11,5        | 10,2        | 7.780  | 6.691         | 6.024         | 6.601         |
| Calabria                       | 2,3   | 2,3         | 2,3         | 1,7   | 1,6         | 1,6         | 978  | 946           | 947           | 879           |
| Sicilia                        | 20,5  | 23,4        | 22,7        | 13,3  | 16,5        | 14,7        | 8.099  | 10.073        | 9.231         | 8.087         |
| Sardegna                       | 28,5  | 30,6        | 28,6        | 18,2  | 21,7        | 19,2        | 10.066   | 11.932        | 10.943        | 9.365         |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>26,8</b>   | <b>26,1</b> | <b>25,5</b> | <b>26,7</b>                                       | <b>28,0</b> | <b>28,2</b> | <b>19.339</b>  | <b>20.182</b> | <b>20.567</b> | <b>20.506</b> |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

<sup>1</sup> La domanda interna è calcolata sottraendo al Pil le esportazioni e sommando le importazioni di beni e servizi.



Il grado di penetrazione delle importazioni è diminuito per il totale delle regioni italiane di oltre un punto percentuale dal 2011 al 2013, come risultato di variazioni negative di entità simile in tutte le macro-aree, esclusa l'Italia nord-orientale, in cui è rimasto stabile. L'unica regione ad aver sperimentato una crescita dell'indice superiore al punto percentuale è la Sicilia, con un 2,2 per cento in più rispetto al 2011.

La propensione a esportare, misurata in rapporto al Pil, è invece aumentata diffusamente tra le regioni italiane e tocca in Italia nord-orientale i livelli più elevati. Le Marche sono la regione che più di tutte ha visto aumentare la propria proiezione verso i mercati esteri nel periodo 2011-2013 (dal 25,4 al 31,3 per cento), seguite dal Piemonte (dal 35,2 al 39 per cento). Il Mezzogiorno registra un indicatore di 15 punti percentuali inferiori alla media nazionale, e in flessione nell'ultimo anno.

Il valore delle esportazioni di beni e servizi per occupato è aumentato in media del 6 per cento nell'ultimo triennio, anche se ha subito una lieve flessione l'anno scorso. La crescita maggiore è stata registrata dall'Italia nord-orientale, per effetto in particolare dell'Emilia-Romagna e del Veneto, in cui le esportazioni di beni e servizi sono aumentate a fronte di una modesta contrazione dell'occupazione. Nell'Italia nord-occidentale il contributo maggiore è derivato dalle esportazioni piemontesi; anche la Lombardia ha ottenuto un risultato significativo, in particolare perché è l'unica regione, insieme al Lazio, in cui sono cresciuti sia le esportazioni che il numero di occupati. L'aumento dell'indicatore per la Liguria è dipeso invece dalla contrazione dell'occupazione. Il dato più significativo per l'Italia centrale è quello delle Marche, in cui le vendite di beni e servizi hanno avuto un notevole incremento. Nel Mezzogiorno tutte le regioni hanno registrato una diminuzione delle esportazioni e dell'occupazione; in Abruzzo e in Puglia quest'ultima è stata così forte da tradursi in un aumento del valore delle esportazioni per occupato.

Nel 2014 il numero di operatori all'esportazione (215.405) è diminuito, a livello nazionale, del 3,7 per cento, mentre il valore medio esportato per operatore è cresciuto del 7,7 per cento (tabella 5.6).

Il numero di operatori è diminuito in tutte le macro-aree e in quasi tutte le regioni italiane. Le sole a registrare una variazione positiva superiore all'1 per cento sono state la Basilicata, la Valle d'Aosta e la Liguria, mentre Lombardia, Calabria e Sardegna hanno riportato numeri pressoché stazionari. Il valore medio esportato per operatore è aumentato per effetto di un incremento generalizzato e consistente in tutte le macro-aree, escluso il Mezzogiorno, in cui è diminuito dello 0,6 per cento. Gli aumenti più consistenti sono stati registrati dall'Italia nord-orientale (+12,5 per cento) e dall'Italia centrale (+11,9 per cento), e in particolare da Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Marche e Lazio.

Con riferimento alle quote detenute da ciascuna macro-area sul numero di operatori totali, non ci sono state grandi variazioni nell'ultimo decennio. L'Italia nord-occidentale ha rafforzato la propria quota (+2,1 punti percentuali), già superiore alle altre, a discapito dell'Italia nord-orientale (-1,3 punti percentuali) e dell'Italia centrale (-1,5); e parte della perdita di queste due aree si è redistribuita nel Mezzogiorno.

**Tavola 5.6 - Numero di esportatori presenti**

Numero degli operatori all'esportazione presenti in ciascuna regione, variazioni e quote percentuali, valori in migliaia di euro

|                                      | Numero         | Var. %      |             | Valore medio esportato per operatore 2014 | Var. %       |             | Quote % sul totale |              |              |              |              |              |
|--------------------------------------|----------------|-------------|-------------|---|--------------|-------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                      | 2014           | 2012-2013   | 2013-2014   |   | 2012-2013    | 2013-2014   | 2005               | 2009         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         |
| <b>Italia nord-occidentale</b>       | <b>85.434</b>  | <b>-1,0</b> | <b>-0,7</b> | <b>1.839</b>                              | <b>1,7</b>   | <b>4,7</b>  | <b>37,6</b>        | <b>38,7</b>  | <b>38,1</b>  | <b>38,7</b>  | <b>38,5</b>  | <b>39,7</b>  |
| Piemonte                             | 18.068         | -2,6        | -2,9        | 2.348                                     | 6,6          | 7,0         | 8,5                | 8,4          | 8,5          | 8,5          | 8,3          | 8,4          |
| Valle d'Aosta                        | 389            | 8,5         | 1,8         | 1.561                                     | -11,4        | 4,2         | 0,2                | 0,1          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          |
| Lombardia                            | 61.423         | -0,3        | -0,2        | 1.750                                     | 0,3          | 3,4         | 26,9               | 27,5         | 27,2         | 27,5         | 27,5         | 28,5         |
| Liguria                              | 5.554          | -4,0        | 1,4         | 1.188                                     | -3,0         | 15,9        | 2,0                | 2,6          | 2,2          | 2,5          | 2,5          | 2,6          |
| <b>Italia nord-orientale</b>         | <b>61.707</b>  | <b>-0,9</b> | <b>-6,5</b> | <b>2.018</b>                              | <b>3,4</b>   | <b>12,5</b> | <b>29,9</b>        | <b>29,5</b>  | <b>29,9</b>  | <b>29,6</b>  | <b>29,5</b>  | <b>28,6</b>  |
| Trentino-Alto Adige                  | 4.186          | 0,1         | -3,5        | 1.731                                     | 2,9          | 6,2         | 1,7                | 1,9          | 1,8          | 1,9          | 1,9          | 1,9          |
| Veneto                               | 27.723         | -1,3        | -5,6        | 1.922                                     | 4,2          | 10,8        | 14,0               | 13,2         | 13,2         | 13,2         | 13,1         | 12,9         |
| Friuli-Venezia Giulia                | 6.252          | -14,0       | -9,7        | 1.837                                     | 15,5         | 21,0        | 3,7                | 3,7          | 4,0          | 3,6          | 3,1          | 2,9          |
| Emilia-Romagna                       | 23.546         | 3,6         | -7,2        | 2.229                                     | -0,9         | 13,4        | 10,5               | 10,8         | 10,8         | 10,9         | 11,3         | 10,9         |
| <b>Italia centrale</b>               | <b>40.784</b>  | <b>-0,8</b> | <b>-5,5</b> | <b>1.586</b>                              | <b>-0,2</b>  | <b>11,9</b> | <b>20,4</b>        | <b>19,6</b>  | <b>19,9</b>  | <b>19,4</b>  | <b>19,3</b>  | <b>18,9</b>  |
| Toscana                              | 19.555         | -2,7        | -3,6        | 1.572                                     | -1,6         | 10,6        | 9,6                | 9,8          | 9,8          | 9,3          | 9,1          | 9,1          |
| Umbria                               | 2.775          | -0,4        | -1,2        | 1.236                                     | -5,8         | -4,3        | 1,3                | 1,2          | 1,2          | 1,3          | 1,3          | 1,3          |
| Marche                               | 7.786          | -3,0        | -9,3        | 1.592                                     | 16,0         | 19,4        | 4,8                | 4,0          | 4,0          | 3,9          | 3,8          | 3,6          |
| Lazio                                | 10.668         | 4,8         | -7,2        | 1.701                                     | -6,2         | 13,1        | 4,7                | 4,5          | 4,9          | 4,9          | 5,1          | 5,0          |
| <b>Mezzogiorno</b>                   | <b>27.480</b>  | <b>2,4</b>  | <b>-3,2</b> | <b>1.460</b>                              | <b>-10,7</b> | <b>-0,6</b> | <b>12,1</b>        | <b>12,2</b>  | <b>12,1</b>  | <b>12,3</b>  | <b>12,7</b>  | <b>12,8</b>  |
| Abruzzo                              | 3.415          | 0,9         | -2,7        | 2.012                                     | -3,3         | 6,5         | 1,7                | 1,5          | 1,6          | 1,5          | 1,6          | 1,6          |
| Molise                               | 401            | 13,4        | -19,5       | 882                                       | -21,3        | 43,2        | 0,2                | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          |
| Campania                             | 10.238         | 3,6         | -2,5        | 903                                       | -1,5         | 3,0         | 4,5                | 4,5          | 4,4          | 4,5          | 4,7          | 4,8          |
| Puglia                               | 5.646          | -2,4        | -7,5        | 1.410                                     | -8,7         | 11,2        | 2,9                | 2,8          | 2,6          | 2,8          | 2,7          | 2,6          |
| Basilicata                           | 674            | 3,2         | 4,3         | 1.674                                     | -13,7        | 6,0         | 0,2                | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3          | 0,3          |
| Calabria                             | 1.496          | 7,4         | 0,5         | 210                                       | -12,7        | -7,5        | 0,6                | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,7          | 0,7          |
| Sicilia                              | 4.319          | 5,2         | -0,7        | 2.227                                     | -18,5        | -13,0       | 1,6                | 1,8          | 1,8          | 1,8          | 1,9          | 2,0          |
| Sardegna                             | 1.291          | 0,9         | 0,1         | 3.579                                     | -16,6        | -13,6       | 0,4                | 0,5          | 0,6          | 0,6          | 0,6          | 0,6          |
| <b>Totale regioni <sup>(1)</sup></b> | <b>215.405</b> | <b>-0,5</b> | <b>-3,7</b> | <b>1.794</b>                              | <b>0,4</b>   | <b>7,7</b>  | <b>100,0</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) Il numero totale degli operatori presenti nelle regioni è superiore al dato nazionale, poiché un esportatore può essere presente in più regioni.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

## 5.4 Internazionalizzazione produttiva

La distribuzione della presenza di imprese estere sul territorio nazionale è misurata, in questa sede, attraverso il numero di addetti nelle imprese italiane a partecipazione estera (tavola 5.7). Nel 2014 il totale delle regioni italiane ha conosciuto una lieve variazione positiva, pari allo 0,6 per cento.

La distribuzione percentuale degli addetti non ha avuto cambiamenti di rilievo, né nell'ultimo anno, né nel periodo 2010-2014; più della metà del personale occupato da imprese estere si concentra nell'Italia nord-occidentale, il 21 per cento nell'Italia centrale, il 16,3 per cento nell'Italia nord-orientale e il 5,5 per cento nel Mezzogiorno. La Lombardia, da sola, assorbe il 44,1 per cento degli addetti totali; seguita dal Lazio (14,8 per cento) e dal Piemonte (10,6 per cento).

**Tavola 5.7 - Dipendenti delle imprese italiane a partecipazione estera<sup>(1)</sup>**  
Distribuzione percentuale

|                                | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014 <sup>(2)</sup> |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>57,3</b>  | <b>56,8</b>  | <b>56,3</b>  | <b>56,4</b>  | <b>57,2</b>         |
| Piemonte                       | 10,4         | 10,1         | 10,1         | 10,4         | 10,6                |
| Valle d'Aosta                  | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| Lombardia                      | 44,2         | 43,8         | 43,7         | 43,8         | 44,1                |
| Liguria                        | 2,6          | 2,7          | 2,3          | 2,0          | 2,3                 |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>15,6</b>  | <b>16,2</b>  | <b>16,6</b>  | <b>16,3</b>  | <b>16,3</b>         |
| Trentino-Alto Adige            | 1,9          | 1,9          | 1,9          | 1,9          | 1,9                 |
| Veneto                         | 5,4          | 5,7          | 5,8          | 5,5          | 5,7                 |
| Friuli-Venezia Giulia          | 2,0          | 2,0          | 2,1          | 2,1          | 2,0                 |
| Emilia-Romagna                 | 6,3          | 6,5          | 6,7          | 6,7          | 6,8                 |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>22,1</b>  | <b>22,0</b>  | <b>21,7</b>  | <b>21,7</b>  | <b>21,0</b>         |
| Toscana                        | 3,7          | 3,7          | 3,8          | 3,9          | 4,2                 |
| Umbria                         | 0,7          | 0,7          | 0,7          | 0,7          | 0,7                 |
| Marche                         | 0,6          | 0,6          | 0,7          | 0,7          | 1,2                 |
| Lazio                          | 17,1         | 17,0         | 16,5         | 16,4         | 14,8                |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>5,0</b>   | <b>5,0</b>   | <b>5,4</b>   | <b>5,6</b>   | <b>5,5</b>          |
| Abruzzo                        | 2,1          | 2,2          | 2,4          | 2,5          | 2,4                 |
| Molise                         | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,0                 |
| Campania                       | 1,1          | 1,1          | 1,1          | 1,3          | 1,2                 |
| Puglia                         | 0,8          | 0,8          | 0,8          | 0,8          | 0,8                 |
| Basilicata                     | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,0                 |
| Calabria                       | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,2                 |
| Sicilia                        | 0,4          | 0,3          | 0,4          | 0,4          | 0,3                 |
| Sardegna                       | 0,4          | 0,4          | 0,4          | 0,4          | 0,4                 |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>        |
| Valore in milioni di euro      | 920.649      | 933.406      | 921.980      | 915.906      | 921.575             |
| Variazioni percentuali         | -1,7         | 1,4          | -1,2         | -0,7         | 0,6                 |

(1) Industria, commercio all'ingrosso e servizi alle imprese.

(2) 2014: dati preliminari.

Fonte: banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Le partecipazioni italiane all'estero sono, invece, misurate attraverso il fatturato delle imprese estere partecipate (tavola 5.8). Dall'analisi dei dati emerge un calo nel 2014, pari all'1,2 per cento, per il totale delle regioni italiane, in controtendenza rispetto ai forti incrementi degli anni precedenti. Le regioni con le quote maggiori di fatturato delle affiliate estere sono il Piemonte (32,7 per cento), il Lazio (28,7 per cento) e la Lombardia (23,4). La quota del Mezzogiorno è molto bassa ed è ulteriormente diminuita negli ultimi anni.

**Tavola 5.8 - Fatturato delle imprese estere a partecipazione italiana<sup>(1)</sup>**  
Distribuzione percentuale

|                                | 2010           | 2011           | 2012           | 2013           | 2014 <sup>(2)</sup> |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|
| <b>Italia nord-occidentale</b> | <b>52,4</b>    | <b>54,7</b>    | <b>54,0</b>    | <b>55,4</b>    | <b>56,9</b>         |
| Piemonte                       | 25,8           | 28,0           | 29,2           | 31,1           | 32,7                |
| Valle d'Aosta                  | 0,0            | 0,0            | 0,0            | 0,0            | 0,0                 |
| Lombardia                      | 25,6           | 25,8           | 23,9           | 23,5           | 23,4                |
| Liguria                        | 0,9            | 0,9            | 0,8            | 0,8            | 0,8                 |
| <b>Italia nord-orientale</b>   | <b>10,5</b>    | <b>8,8</b>     | <b>8,4</b>     | <b>8,7</b>     | <b>8,9</b>          |
| Trentino-Alto Adige            | 0,6            | 0,6            | 0,6            | 0,6            | 0,6                 |
| Veneto                         | 4,4            | 3,9            | 3,8            | 3,8            | 3,9                 |
| Friuli-Venezia Giulia          | 0,8            | 0,8            | 0,8            | 1,1            | 1,1                 |
| Emilia-Romagna                 | 4,6            | 3,5            | 3,2            | 3,1            | 3,2                 |
| <b>Italia centrale</b>         | <b>34,5</b>    | <b>33,9</b>    | <b>35,2</b>    | <b>33,6</b>    | <b>31,9</b>         |
| Toscana                        | 2,5            | 2,4            | 2,3            | 2,3            | 2,4                 |
| Umbria                         | 0,2            | 0,2            | 0,2            | 0,2            | 0,2                 |
| Marche                         | 1,4            | 1,2            | 1,3            | 1,2            | 0,6                 |
| Lazio                          | 30,4           | 30,0           | 31,4           | 29,8           | 28,7                |
| <b>Mezzogiorno</b>             | <b>2,7</b>     | <b>2,6</b>     | <b>2,4</b>     | <b>2,4</b>     | <b>2,4</b>          |
| Abruzzo                        | 0,2            | 0,2            | 0,1            | 0,1            | 0,1                 |
| Molise                         | 0,1            | 0,1            | 0,1            | 0,1            | 0,1                 |
| Campania                       | 0,8            | 0,8            | 0,7            | 0,7            | 0,7                 |
| Puglia                         | 0,9            | 1,0            | 1,0            | 0,9            | 1,0                 |
| Basilicata                     | 0,0            | 0,0            | 0,0            | 0,0            | 0,0                 |
| Calabria                       | 0,0            | 0,0            | 0,0            | 0,0            | 0,0                 |
| Sicilia                        | 0,1            | 0,1            | 0,1            | 0,1            | 0,1                 |
| Sardegna                       | 0,5            | 0,4            | 0,4            | 0,3            | 0,3                 |
| <b>Totale regioni</b>          | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b>        |
| Valore in milioni di euro      | <b>514.996</b> | <b>553.913</b> | <b>561.208</b> | <b>565.347</b> | <b>558.482</b>      |
| Variazioni percentuali         | <b>10,4</b>    | <b>7,6</b>     | <b>1,3</b>     | <b>0,7</b>     | <b>-1,2</b>         |

(1) Merci e servizi.

(2) 2014: dati preliminari.

Fonte: banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

In termini di partecipazioni estere il divario tra il Nord e il Sud del paese emerge in maniera ancora più netta; queste si concentrano infatti nelle aree italiane più ricche in misura più che proporzionale rispetto al peso che esse hanno sull'economia nazionale. Una spiegazione di tale fenomeno risiede nell'economie di agglomerazione urbane, che per le loro caratteristiche attraggono maggiormente le imprese di più grandi dimensioni, con maggior propensione all'innovazione e più accentuata occupazione di personale specializzato, caratteristiche che ben corrispondono a imprese multinazionali<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Si veda l'approfondimento *Distretti industriali e sistemi urbani: l'articolazione territoriale di esportazioni e partecipazioni estere*, contenuto nel presente capitolo.



## Distretti industriali e sistemi urbani: l'articolazione territoriale di esportazioni e partecipazioni estere

di Sara Paulone\*

*L'analisi territoriale delle relazioni economiche internazionali può, nel caso italiano, avvalersi della disponibilità di informazioni complementari su diverse tipologie di unità spaziale, le quali includono quelle definite dai confini amministrativi, come le regioni, ma anche unità identificate in base a livelli di omogeneità nelle caratteristiche del mercato del lavoro.*

*I Sistemi locali del lavoro (Sll) – definiti dall'Istat in base all'aggregazione di unità territoriali comunali che autocontengono flussi di pendolarismo giornaliero e i cui confini sono individuati in base agli spostamenti casa-lavoro dei residenti occupati – forniscono una base informativa di primaria importanza su due diverse unità territoriali per le quali è possibile effettuare un'analisi di confronto tra flussi di esportazione<sup>1</sup> e partecipazioni estere: i sistemi urbani (Su) e i distretti industriali (Di).<sup>2</sup> Le due unità territoriali condividono caratteristiche comuni, in termini definitori, e il medesimo fondamento teorico di analisi, basato sulla rilevanza delle economie di aggregazione e sui vantaggi che ne derivano in termini di relazioni di fiducia tra clienti e fornitori, di spillovers tecnologici e di conoscenza, rafforzati dall'interazione ripetuta di soggetti economici, quali imprese, lavoratori, università e centri di ricerca, banche e intermediari finanziari che convivono nella medesima area geografica.<sup>3</sup> Allo stesso tempo però ognuna delle due unità territoriali presenta delle peculiarità, il cui carattere diviene tanto più evidente all'emergere del ruolo dei Su nello sviluppo economico, in concomitanza della flessione di quello dei Di.*

*In termini definitori, i Di sono Sll in cui prevalgono imprese piccole e medie, concentrate in un settore di attività manifatturiera principale; ove ciascuna impresa è specializzata in prodotti, parti del prodotto o fasi del processo produttivo tipico del distretto. I Di italiani sono 141;<sup>4</sup> al loro interno risiede, nel 2011, circa il 22 per cento della popolazione italiana e il 24,5 per cento degli addetti totali. I Di assorbono il 65,8 per cento degli occupati del comparto manifatturiero, che risulta in questo modo fortemente caratterizzato dal modello distrettuale. I distretti si concentrano in alcune regioni: Lombardia e Veneto insieme coprono il 40,4 per cento del totale, mentre aggiungendo Marche, Toscana ed Emilia-Romagna si arriva al 73,8 per cento. Nel 2011 (ultimo censimento Istat) il numero totale di Di risulta diminuito di 40 unità rispetto al 2001, mentre è aumentata la loro dimensione. Questi cambiamenti sono principalmente il risultato della recente crisi, che ha comportato la chiusura di imprese e la perdita di lavoro per 919 mila addetti, e del processo di terziarizzazione dell'economia italiana, che ha fatto perdere ad alcuni Sll la concentrazione di attività manifatturiere e ha attratto popolazione lì dove si sono stabilite le attività di servizi (che richiedono la prossimità geografica della domanda e dell'offerta).<sup>5</sup>*

\* Ice. Si ringrazia Alessia Proietti (Ice) per i preziosi suggerimenti.

- <sup>1</sup> Si veda Istat (2015), *Il sistema produttivo: competitività e performance*, in "Rapporto annuale 2015. La situazione del paese", cap.3.
- <sup>2</sup> Questi ultimi sono stati oggetto di studio per almeno tre generazioni di scienziati sociali. Per una discussione sul tema si vedano Becattini G. (2000), *Distretti industriali e sviluppo locale*, Bollati Boringhieri, Torino; e Iuzzolino G. e Micucci G. (2011), *Le recenti trasformazioni nei distretti industriali italiani*, in "Il Rapporto", Osservatorio Nazionale Distretti Italiani.
- <sup>3</sup> Si veda Duranton G. e Puga D. (2004), *Micro-foundations of Urban Agglomeration Economies*, in "Handbook of Regional and Urban Economics", vol.4, Cities and Geography, Amsterdam: Elsevier, pp. 2063-2117.
- <sup>4</sup> Si veda Istat, *I distretti industriali*, anno 2011, Comunicato stampa febbraio 2015.
- <sup>5</sup> Si veda Iuzzolino G. e Pagnini M. (2013), *Distretti urbani ed extra-urbani: recenti trasformazioni delle agglomerazioni industriali italiane*, in "Rapporto 2013", Unioncamere.



*Inoltre all'interno dei distretti si assiste a un cambiamento nei rapporti tra le imprese, caratterizzati tradizionalmente da forte interdipendenza, ed emergono aziende leader, di maggiori dimensioni, che si pongono alla guida della filiera produttiva.*

*I Su censiti nel 2011 sono 91 e rappresentano un quarto del territorio nazionale, con il 45 per cento della popolazione italiana (352 abitanti per km<sup>2</sup>) e il 47,3 per cento degli addetti totali.<sup>6</sup> In termini definitivi, i Su si caratterizzano per l'elevata densità di popolazione, il grande numero di lavoratori e la presenza di numerose imprese (spesso di dimensioni medio-grandi), che forniscono servizi; non va escluso che al loro interno si localizzino attività manifatturiere, in grado di avvantaggiarsi della domanda diversificata di una popolazione istruita e a più elevato reddito. L'interazione tra imprese appartenenti a diverse attività produttive comporta un mercato del lavoro più ampio, in grado di impiegare lavoratori più qualificati in attività a monte (come la progettazione e la ricerca e sviluppo) e a valle (come l'attività di marketing) del processo produttivo.*

*Secondo l'Istat, nel 2012 le esportazioni italiane si concentrano per circa il 60 per cento nei SII a vocazione manifatturiera. Allo stesso tempo i Su (che sono SII non manifatturieri) hanno una quota di export significativa: i soli Su ad alta specializzazione (Ivrea, Milano, Trieste, Bologna e Roma) esportano un quarto del totale nazionale. Non tutti i SII manifatturieri sono classificabili come distretti industriali e, d'altra parte, un numero limitato di Di è incluso nel gruppo dei SII non manifatturieri. Nel complesso, i Di realizzano il 34 per cento delle esportazioni italiane, ma in alcuni comparti rappresentano la quasi totalità dei flussi; è il caso del settore dei gioielli, occhiali e strumenti musicali (94,7 per cento), del tessile, abbigliamento e cuoio (83,8 per cento), della produzione e lavorazione dei metalli (75 per cento). L'Istat calcola inoltre la propensione all'export dei SII come rapporto tra le esportazioni e il numero di addetti, e rileva come questa sia maggiore nei Di rispetto al resto dei SII; 69 Di riportano una propensione all'export superiore alla media nazionale (22 mila euro per addetto). Nei Su la propensione a esportare è cresciuta del 17,1 per cento dal 2008 al 2012, in gran parte per l'aumento delle vendite (+16,1 per cento), mentre nello stesso periodo l'insieme dei SII hanno accresciuto la propensione a esportare del 12,1 per cento.*

*Il confronto tra Su e Di in termini partecipazioni estere è realizzato su dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano<sup>7</sup> (tavole 1 e 2). L'analisi ha come oggetto di indagine le imprese multinazionali (Imn) a base italiana e le relative partecipate all'estero e le imprese italiane partecipate da Imn a base estera, localizzate nei Su delle grandi città e nei Di. I Su delle grandi città sono, nel 2011, quelli con più di 200 mila abitanti (capoluoghi di provincia o città metropolitane) e sono 17. La scelta di selezionare solo questi, tra tutti i 91 Su, risponde all'esigenza di ridurre il campione di indagine e all'idea che le grandi città riportino maggiormente le caratteristiche definitive dei Su. I Di sono invece considerati come unico aggregato. L'obiettivo del lavoro è capire quale delle due unità spaziali attragga più partecipazioni estere e quale sia più internazionalizzata. Per ognuno dei Su considerati e per l'aggregato Di sono riportati il numero di imprese, il numero di addetti e il fatturato (al 31 dicembre 2013), sia per le partecipazioni in entrata che in uscita. Nel complesso i Su delle grandi città contengono 5.544 imprese partecipate da Imn estere, il 59 per cento circa del*

<sup>6</sup> Si veda Istat (2015), *Luoghi, città, territori: struttura e dinamiche di sviluppo*, in "Rapporto annuale 2015. La situazione del paese", cap.2.

<sup>7</sup> La rilevazione riguarda le modalità di internazionalizzazione di natura equity e non gli stock e i flussi di Ide, che sono invece analizzati nel contributo *Lo scambio internazionale di servizi e gli investimenti diretti nelle macro-aree italiane*, di Bentivoglio C. e Monti P., contenuto nel presente capitolo.

totale delle imprese italiane partecipate, mentre i Di 1.809 (il 19 per cento circa). Il numero di addetti impiegati nelle imprese partecipate dei Su delle grandi città è pari al 63 per cento circa degli addetti totali delle imprese nazionali partecipate, mentre nei Di sono il 15,1 per cento. E in termini di fatturato i Su realizzano il 73,5 per cento del fatturato totale delle imprese italiane partecipate e i Di il 10 per cento circa. Il Su di Milano da solo detiene il 36,5 per cento delle imprese nazionali partecipate, con il 34,4 per cento degli addetti e il 37,6 per cento di fatturato. Il secondo Su per importanza è quello di Roma, con il 6,8 per cento di imprese partecipate, il 14,8 per cento di addetti e il 21,7 per cento di fatturato.

#### Tavola 1 - Le imprese italiane a partecipazione estera

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

|  | Numero di imprese | Quote %      | Numero di addetti | Quote %      | Fatturato 2013 (mln di euro) | Quote %      |
|--|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------------------|--------------|
| Torino                                   | 436               | 4,7          | 42.882            | 4,7          | 12.257                       | 2,5          |
| Milano                                   | 3.420             | 36,5         | 315.305           | 34,4         | 186.845                      | 37,6         |
| Verona                                   | 125               | 1,3          | 7.479             | 0,8          | 9.139                        | 1,8          |
| Venezia                                  | 54                | 0,6          | 3.524             | 0,4          | 1.133                        | 0,2          |
| Padova                                   | 168               | 1,8          | 12.201            | 1,3          | 3.505                        | 0,7          |
| Trieste                                  | 21                | 0,2          | 2.873             | 0,3          | 1.625                        | 0,3          |
| Genova                                   | 152               | 1,6          | 12.632            | 1,4          | 10.987                       | 2,2          |
| Bologna                                  | 248               | 2,6          | 16.328            | 1,8          | 7.072                        | 1,4          |
| Firenze                                  | 134               | 1,4          | 17.230            | 1,9          | 12.095                       | 2,4          |
| Roma                                     | 638               | 6,8          | 135.132           | 14,8         | 107.978                      | 21,7         |
| Napoli                                   | 50                | 0,5          | 3.901             | 0,4          | 1.117                        | 0,2          |
| Bari                                     | 33                | 0,4          | 4.366             | 0,5          | 1.262                        | 0,3          |
| Reggio di Calabria                       | 2                 | 0,0          | 4                 | 0,0          | 3                            | 0,0          |
| Palermo                                  | 28                | 0,3          | 441               | 0,0          | 180                          | 0,0          |
| Messina                                  | 1                 | 0,0          | 6                 | 0,0          | 2                            | 0,0          |
| Catania                                  | 18                | 0,2          | 388               | 0,0          | 365                          | 0,1          |
| Cagliari                                 | 16                | 0,2          | 1.508             | 0,2          | 10.344                       | 2,1          |
| <b>Sistemi urbani delle grandi città</b> | <b>5.544</b>      | <b>59,2</b>  | <b>576.200</b>    | <b>62,9</b>  | <b>365.908</b>               | <b>73,5</b>  |
| <b>Distretti industriali</b>             | <b>1.809</b>      | <b>19,3</b>  | <b>138.145</b>    | <b>15,1</b>  | <b>48.024</b>                | <b>9,7</b>   |
| <b>Totale</b>                            | <b>9.367</b>      | <b>100,0</b> | <b>915.906</b>    | <b>100,0</b> | <b>497.561</b>               | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

Le partecipazioni in uscita coinvolgono 30.513 imprese estere, di cui il 40,8 per cento fa capo a imprese dei Su delle grandi città e l'11,2 per cento a imprese dei Di. Gli addetti impiegati nelle affiliate estere sono 1.537.918, di cui il 55,1 per cento è nelle imprese partecipate da imprese dei Su delle grandi città e l'8,7 per cento in quelle partecipate da imprese dei Di. Il fatturato totale delle imprese estere partecipate è pari a 565.347 milioni di euro, di cui il 73,2 per cento è realizzato dalle partecipate da imprese dei Su delle grandi città e il 4,9 per cento dalle partecipate da imprese dei Di. Per le partecipazioni in uscita è interessante il dato dei Su di Torino e Roma: nel primo caso il numero di imprese partecipate rappresenta il 4,4 per cento del totale, ma in esse si concentra il 15,6 per cento degli addetti e il 24,8 per cento del fatturato all'estero. In particolare occorre citare il caso Fiat, che nel 2013 ha raggiunto un fatturato all'estero di 79.879 milioni di euro<sup>8</sup>, con forniture in 140 paesi (i



principali stabilimenti si trovano negli Stati Uniti, in Messico, Brasile, Polonia, India, Cina e Serbia). Anche il fatturato delle imprese estere partecipate da imprese localizzate nel Su di Roma ha un peso rilevante (29,3 per cento), soprattutto per effetto delle vendite estere di Enel ed Eni; nel primo caso l'azienda ha fatturato all'estero 47.979 milioni di euro nel 2013 e opera in 32 paesi (in particolare in America Latina, Spagna e Russia), mentre nel caso di Eni le vendite all'estero ammontano a 82.678 milioni di euro, con attività in 87 paesi in tutto il mondo.

### Tavola 2 - Le imprese estere a partecipazione italiana

Valori in milioni di euro, variazioni e composizioni percentuali

|  | Numero di imprese | Quote %      | Numero di imprese | Quote %      | Fatturato 2013 (mln di euro) | Quote %      |
|--|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------------------|--------------|
| Torino                                   | 1.349             | 4,4          | 239.161           | 15,6         | 139.971                      | 24,8         |
| Milano                                   | 5.367             | 17,6         | 338.895           | 22,0         | 83.009                       | 14,7         |
| Verona                                   | 305               | 1,0          | 4.354             | 0,3          | 955                          | 0,2          |
| Venezia                                  | 246               | 0,8          | 6.926             | 0,5          | 995                          | 0,2          |
| Padova                                   | 436               | 1,4          | 9.559             | 0,6          | 1.467                        | 0,3          |
| Trieste                                  | 234               | 0,8          | 9.493             | 0,6          | 2.811                        | 0,5          |
| Genova                                   | 456               | 1,5          | 12.145            | 0,8          | 3.679                        | 0,7          |
| Bologna                                  | 1.052             | 3,4          | 27.081            | 1,8          | 5.026                        | 0,9          |
| Firenze                                  | 543               | 1,8          | 22.130            | 1,4          | 5.382                        | 1,0          |
| Roma                                     | 2.018             | 6,6          | 162.102           | 10,5         | 165.892                      | 29,3         |
| Napoli                                   | 231               | 0,8          | 7.518             | 0,5          | 2.287                        | 0,4          |
| Bari                                     | 101               | 0,3          | 5.715             | 0,4          | 560                          | 0,1          |
| Reggio di Calabria                       | 4                 | 0,0          | 8                 | 0,0          | 4                            | 0,0          |
| Palermo                                  | 23                | 0,1          | 411               | 0,0          | 82                           | 0,0          |
| Messina                                  | 6                 | 0,0          | 31                | 0,0          | 6                            | 0,0          |
| Catania                                  | 49                | 0,2          | 1.502             | 0,1          | 162                          | 0,0          |
| Cagliari                                 | 24                | 0,1          | 645               | 0,0          | 1.611                        | 0,3          |
| <b>Sistemi urbani delle grandi città</b> | <b>12.444</b>     | <b>40,8</b>  | <b>847.677</b>    | <b>55,1</b>  | <b>413.898</b>               | <b>73,2</b>  |
| <b>Distretti industriali</b>             | <b>3.412</b>      | <b>11,2</b>  | <b>134.278</b>    | <b>8,7</b>   | <b>27.421</b>                | <b>4,9</b>   |
| <b>Totale</b>                            | <b>30.513</b>     | <b>100,0</b> | <b>1.537.918</b>  | <b>100,0</b> | <b>565.347</b>               | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Ice su dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

*In conclusione, emerge che entrambe i tipi di organizzazione territoriale della produzione sono importanti per la crescita economica internazionale dell'Italia: i Di hanno un ruolo chiave nella dinamica delle esportazioni e i Su sono fondamentali per la crescita delle partecipazioni estere. Il modello distrettuale non è tramontato, essendo ancora in grado di intercettare quote rilevanti di domanda estera, ma appare inadeguato ad attrarre grandi partecipazioni di Imn estere e caratterizzato da imprese relativamente poco internazionalizzate. Come è noto, le piccole e medie imprese distrettuali riescono più difficilmente a conseguire le economie di scala interne necessarie per abbattere i costi fissi di avviamento dell'attività produttiva sui mercati esteri. Inoltre i loro vantaggi competitivi sono basati su economie esterne derivanti dal radicamento territoriale, difficilmente replicabili in altri contesti.*

<sup>8</sup> Mariotti S., Mutinelli M. e Sansoucy L. (2015), *Le partecipazioni italiane all'estero*, in "Italia Multinazionale 2014", cap. 2.



# Lo scambio internazionale di servizi e gli investimenti diretti nelle macroaree italiane

di Chiara Bentivogli e Paola Monti\*

## Le transazioni internazionali di servizi

*A partire dagli anni novanta il processo di terziarizzazione delle economie, la maggiore apertura dei mercati, le innovazioni tecnologiche nell'informatica e nelle telecomunicazioni hanno favorito la commerciabilità e la crescita delle transazioni internazionali di servizi, che rimangono tuttavia ancora più contenute del commercio internazionale di beni.*

*In Italia, nel 2012-14 l'interscambio di servizi (media dell'import e dell'export) è salito in media al 5,3 per cento del Pil, dal 4,7 per cento del 1995-97; nella UE l'incremento è stato più marcato (dal 6,2 al 10,2 per cento). Nello stesso periodo la quota dei servizi sull'interscambio totale, di beni e servizi, è cresciuta sensibilmente nei paesi che si sono specializzati nei comparti a maggiore commerciabilità internazionale e che impongono meno restrizioni agli scambi, come il Regno Unito, l'Irlanda e il Lussemburgo, che registrano quote comprese tra il 30 per cento circa del primo paese e il 75 per cento circa del Lussemburgo. In Italia e in Germania, a più spiccata vocazione manifatturiera, la quota è scesa, rispettivamente al 18,9 e al 18,1 per cento nella media del 2012-14 (dal 21,2 e 18,7 per cento del 1995-97).*

*Le statistiche di bilancia dei pagamenti, che costituiscono una delle principali fonti informative sulle transazioni internazionali di servizi, rilevano i servizi cross-border, consumati all'estero o prestati all'estero da persone fisiche. Le principali voci riguardano gli scambi di servizi a più lunga tradizione di commerciabilità come i trasporti e i viaggi, ma anche quelli di servizi più legati all'attività d'impresa, la cui commerciabilità è cresciuta soprattutto dagli anni novanta. Tra questi ultimi si annoverano servizi ad alto contenuto di conoscenza come i servizi di informatica e comunicazioni, finanziari e assicurativi, gli altri servizi alle imprese (servizi professionali e tecnici, di ricerca e sviluppo, servizi legati al commercio, leasing operativo, ecc.), i compensi d'uso della proprietà intellettuale, ma anche le lavorazioni in conto terzi, le lavorazioni di manutenzione e riparazione. Le rimanenti voci della bilancia dei pagamenti colgono i servizi di costruzione, culturali e personali e governativi.*

*Se per l'Italia sono disponibili informazioni per tutti i tipi di servizi rilevati dalla bilancia dei pagamenti per un periodo relativamente lungo, a livello territoriale le informazioni riguardano un insieme più ristretto di voci, disponibili a partire dal 2009.<sup>1</sup> Per l'Italia il totale dell'interscambio di servizi con dettaglio territoriale è stato pari all'81 per cento circa delle esportazioni e al 73 per cento circa delle importazioni nella media del 2009-2014. Le voci mancanti sono quelle dei trasporti (la più cospicua), dei lavori in conto terzi e di alcune componenti dei servizi assicurativi e finanziari (assicurazione merci e servizi finanziari indirettamente misurati o Sifim).*

\* Banca d'Italia.

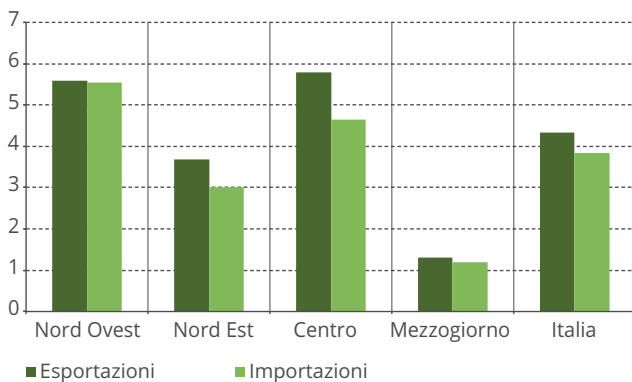
<sup>1</sup> La disaggregazione territoriale risponde prevalentemente al criterio della residenza del soggetto italiano che compie la transazione con l'estero. Pertanto, nel caso dei servizi rilevati attraverso le indagini rivolte alle imprese non finanziarie e assicurative (cosiddetto *Direct reporting*) le transazioni sono attribuite al territorio nel quale è localizzata la sede dell'impresa. Per dettagli sul *Direct reporting* cfr. *Ide e scambi internazionali di servizi: un'analisi basata sui microdati della bilancia dei pagamenti*, "Questioni di economia e finanza", Banca d'Italia, di prossima pubblicazione.



Vi sono marcate differenze territoriali nella partecipazione alle transazioni internazionali di servizi e il Nord-Ovest e il Centro sono le aree che contribuiscono in misura maggiore. Nella media del 2012-14 le due macroaree hanno contato per il 73,8 per cento dell'interscambio territoriale dell'Italia (media dell'import e dell'export) e per l'84,5 per cento di quello di servizi alle imprese. Quest'ultimo aggregato include i servizi finanziari e assicurativi, i compensi d'uso della proprietà intellettuale, i servizi di informatica e comunicazioni e gli altri servizi alle imprese ed è stato una delle componenti più dinamiche delle esportazioni nel periodo. La forte concentrazione dei servizi alle imprese in poche macroaree rispecchia, a sua volta, quella in poche regioni (Lombardia e Lazio, innanzitutto, seguite da Piemonte, Emilia-Romagna, Veneto e Toscana), dove tendono a localizzarsi le sedi delle imprese di maggiori dimensioni. Nelle regioni del Nord-Ovest e del Nord-Est, più che in quelle del Centro, le transazioni di servizi alle imprese sono anche legate all'attività industriale: circa la metà delle esportazioni è stata realizzata da imprese appartenenti a questo settore.

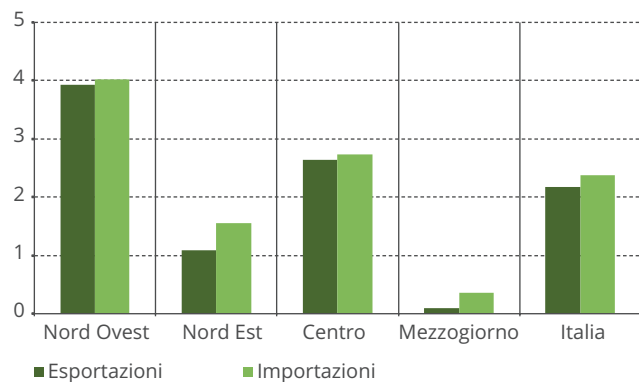
Anche in rapporto al Pil, l'interscambio di servizi è significativamente maggiore per il Nord-Ovest e il Centro rispetto al Nord-Est e al Mezzogiorno (grafico 1). Il Centro è la macroarea per la quale le esportazioni di servizi raggiungono l'incidenza più alta in rapporto al Pil (5,8 per cento), anche per il contributo della voce viaggi (o turismo internazionale). I viaggi sono tra le voci più rilevanti dell'interscambio del Nord-Est e del Mezzogiorno, rappresentando, rispettivamente, il 67 e il 92 per cento circa delle loro esportazioni territoriali. Il grado di apertura del Nord-Ovest è invece in larga misura determinato dall'interscambio di servizi alle imprese (71,4 per cento del totale territoriale, 4 per cento del Pil; grafico 2). Ciò riflette il peso che tali servizi rivestono in Lombardia e in Piemonte (4,3 e 3,9 per cento del Pil), analogo peraltro a quello che si riscontra per il Lazio (4,1 per cento del Pil).

**Grafico 1 - Esportazioni e importazioni territoriali di servizi**  
Valori medi 2012-14 in percentuale del Pil corrente



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia, Istat e Prometeia

**Grafico 2 - Esportazioni e importazioni di servizi alle imprese**  
Valori medi nel 2012-14 in percentuale del Pil corrente



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia, Istat e Prometeia

Tra le principali voci dei servizi alle imprese, per le quali è disponibile il dettaglio territoriale, spiccano i servizi di informatica e di comunicazione nel Centro e nel Nord-Ovest, i servizi finanziari e assicurativi nel Nord-Ovest e nel Nord-Est e i servizi professionali, soprattutto nel Nord-Ovest (tavola 1). Per il Mezzogiorno, le transazioni di servizi alle imprese svolgono un ruolo marginale nelle esportazioni totali dell'area e contenuto nelle importazioni.

Nei servizi alle imprese i paesi della UE sono le principali controparti estere per le esportazioni (51,7 per cento sul dato italiano) e ancor più per le importazioni (67,7 per cento), con differenze tra macro-ree nel complesso contenute (tavola 2). Si evidenzia tuttavia un peso dei paesi della UE superiore alla media nazionale nelle esportazioni del Nord-Est e nelle importazioni del Nord-Ovest, che riflette anche le diverse specializzazioni per tipo di servizi. Tra i paesi della UE, oltre all'interscambio con la Francia, la Germania e il Regno Unito, distribuito su diversi tipi di servizi, spicca quello con l'Irlanda e il Lussemburgo, rispettivamente per i servizi di informatica e comunicazioni e i servizi finanziari. Tra i paesi esterni alla UE le principali controparti sono gli Stati Uniti e la Svizzera. Nel periodo in esame, nell'export verso entrambi i paesi la voce principale è stata quella dei servizi di ricerca e sviluppo (concentrata nel Nord-Ovest), seguita dai servizi di informatica e comunicazioni per gli Stati Uniti (concentrati nel Centro) e dai servizi tra imprese collegate per la Svizzera (Nord-Ovest e Centro).

**Tavola 1 - Scambi internazionali di servizi per tipo e macro-area<sup>(1)</sup>**  
Valori medi nel 2012-14

| Settori                     | Esportazioni<br>(milioni di euro) |               |               |              |               | Importazioni<br>(milioni di euro) |               |               |              |               |
|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|-----------------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
|                             | Nord Ovest                        | Nord Est      | Centro        | Mezzo-giorno | Italia        | Nord Ovest                        | Nord Est      | Centro        | Mezzo-giorno | Italia        |
| <b>Servizi alle imprese</b> | <b>21.248</b>                     | <b>4.019</b>  | <b>9.361</b>  | <b>369</b>   | <b>34.997</b> | <b>21.738</b>                     | <b>5.693</b>  | <b>9.701</b>  | <b>1.299</b> | <b>38.431</b> |
| Informatica e comunicazioni | 3.454                             | 76            | 2.813         | 16           | 6.359         | 3.521                             | 324           | 3.109         | 81           | 7.036         |
| Finanziari e assicurativi   | 2.715                             | 1.409         | 210           | 4            | 4.338         | 3.802                             | 1.659         | 1.718         | 56           | 7.235         |
| Uso proprietà intellettuale | 2.103                             | 288           | 393           | 59           | 2.842         | 2.935                             | 352           | 754           | 69           | 4.111         |
| Servizi professionali       | 3.398                             | 776           | 1.550         | 44           | 5.768         | 4.306                             | 1.070         | 1.371         | 124          | 6.871         |
| Ricerca e sviluppo          | 2.289                             | 364           | 476           | 10           | 3.138         | 686                               | 301           | 288           | 21           | 1.296         |
| Altri servizi alle imprese  | 7.289                             | 1.106         | 3.918         | 238          | 12.552        | 6.487                             | 1.987         | 2.461         | 948          | 11.883        |
| <b>Viaggi</b>               | <b>8.624</b>                      | <b>9.069</b>  | <b>10.168</b> | <b>4.284</b> | <b>33.120</b> | <b>8.000</b>                      | <b>5.194</b>  | <b>4.674</b>  | <b>2.977</b> | <b>20.845</b> |
| <b>Totale territoriale</b>  | <b>30.228</b>                     | <b>13.489</b> | <b>20.571</b> | <b>4.666</b> | <b>69.930</b> | <b>29.972</b>                     | <b>11.026</b> | <b>16.488</b> | <b>4.334</b> | <b>61.821</b> |

<sup>(1)</sup> Dati provvisori per il 2014. I servizi finanziari e assicurativi non comprendono Sifim e assicurazioni merci. Il totale territoriale è la somma di servizi alle imprese, viaggi, lavori di manutenzione e riparazione, costruzioni, servizi personali e governativi.

Fonte: Banca d'Italia

### Gli investimenti diretti

Il sistema produttivo italiano ha intensificato negli ultimi anni la sua apertura internazionale non solo nelle modalità tradizionali come le esportazioni e le importazioni di beni ma anche in quelle più strutturate e costose da realizzare, come gli investimenti diretti (Ide) in attività produttive all'estero.



**Tavola 2 - Scambio internazionale di servizi alle imprese per macro-area e per controparti estere <sup>(1)</sup>**

Quote percentuali medie nel 2012-14

| Settori                             | Esportazioni<br>(valori percentuali) |              |              |              |              | Importazioni<br>(valori percentuali) |              |              |              |              |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                     | Nord Ovest                           | Nord Est     | Centro       | Mezzo-giorno | Italia       | Nord Ovest                           | Nord Est     | Centro       | Mezzo-giorno | Italia       |
| <b>UE di cui:</b>                   | <b>50,6</b>                          | <b>60,4</b>  | <b>51,7</b>  | <b>20,6</b>  | <b>51,7</b>  | <b>70,8</b>                          | <b>59,6</b>  | <b>67,6</b>  | <b>51,3</b>  | <b>67,7</b>  |
| Belgio                              | 2,1                                  | 4,2          | 11,3         | 0,4          | 4,8          | 2,2                                  | 1,5          | 4,8          | 6,5          | 2,9          |
| Francia                             | 7,0                                  | 7,7          | 7,6          | 2,6          | 7,2          | 8,8                                  | 9,9          | 14,6         | 3,9          | 10,2         |
| Germania                            | 8,9                                  | 6,5          | 7,3          | 1,4          | 8,1          | 11,9                                 | 10,4         | 5,8          | 9,5          | 10,0         |
| Irlanda                             | 5,8                                  | 1,5          | 1,4          | 1,0          | 4,1          | 12,1                                 | 3,4          | 4,7          | 2,9          | 8,7          |
| Lussemburgo                         | 3,2                                  | 6,8          | 1,6          | 0,3          | 3,2          | 8,8                                  | 5,6          | 13,8         | 0,2          | 9,3          |
| Paesi Bassi                         | 4,1                                  | 3,6          | 3,1          | 1,2          | 3,7          | 5,8                                  | 3,9          | 3,3          | 2,2          | 4,8          |
| Regno Unito                         | 10,5                                 | 9,7          | 5,5          | 9,2          | 9,1          | 12,0                                 | 9,9          | 9,0          | 8,6          | 10,8         |
| <b>Extra UE di cui:</b>             | <b>44,6</b>                          | <b>39,0</b>  | <b>47,7</b>  | <b>50,0</b>  | <b>44,8</b>  | <b>23,8</b>                          | <b>37,7</b>  | <b>29,1</b>  | <b>33,2</b>  | <b>27,6</b>  |
| Cina                                | 1,3                                  | 1,4          | 1,5          | 7,1          | 1,4          | 1,0                                  | 1,7          | 0,5          | 1,8          | 1,0          |
| Giappone                            | 0,8                                  | 1,0          | 1,7          | 7,1          | 1,1          | 0,7                                  | 1,7          | 1,0          | 4,0          | 1,1          |
| Stati Uniti                         | 10,1                                 | 8,3          | 9,8          | 9,3          | 9,8          | 8,2                                  | 9,2          | 9,7          | 10,5         | 8,8          |
| Svizzera                            | 15,1                                 | 8,8          | 17,0         | 13,4         | 14,8         | 6,2                                  | 7,5          | 2,9          | 1,0          | 5,4          |
| <b>Ammontare non classificabile</b> | <b>4,8</b>                           | <b>0,6</b>   | <b>0,6</b>   | <b>29,4</b>  | <b>3,5</b>   | <b>5,3</b>                           | <b>2,7</b>   | <b>3,3</b>   | <b>15,5</b>  | <b>4,7</b>   |
| <b>Totale</b>                       | <b>100,0</b>                         | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>                         | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

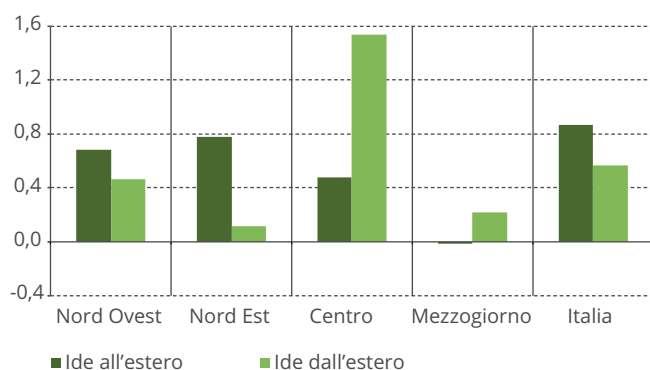
<sup>(1)</sup> Dati provvisori per il 2014. Il totale può non corrispondere alla somma delle componenti per la presenza di importi non allocati. La ripartizione geografica per il Mezzogiorno è poco significativa per l'esiguità degli importi e la quota di transazioni non allocate geograficamente.

Fonte: Banca d'Italia

*Per l'Italia nel complesso la propensione delle imprese a effettuare Ide all'estero è molto più elevata di quella delle imprese estere a investire in Italia. Secondo le statistiche territoriali degli investimenti diretti elaborate dalla Banca d'Italia, nel biennio 2012-13 (anno più recente per il quale sono disponibili dati territoriali) i flussi netti cumulati di investimenti diretti all'estero hanno complessivamente superato i 28 miliardi di euro (0,9 per cento del Pil in media all'anno) e il loro valore è stato superiore di circa 10 miliardi a quello degli investimenti diretti verso l'Italia (18 miliardi).*

Nella media del periodo l'internazionalizzazione attiva (Ide all'estero) è stata più intensa di quella passiva (Ide dall'estero) in tutte le aree del Paese eccetto che nel Centro, dove i flussi medi di investimenti dall'estero sono stati ampiamente superiori a quelli all'estero, e nel Mezzogiorno, dove entrambi i flussi, in rapporto al Pil, sono stati in media quasi nulli (lievemente negativi quelli all'estero - segnalando disinvestimenti netti - e lo 0,2 per cento del Pil quelli dall'estero; grafico 3).

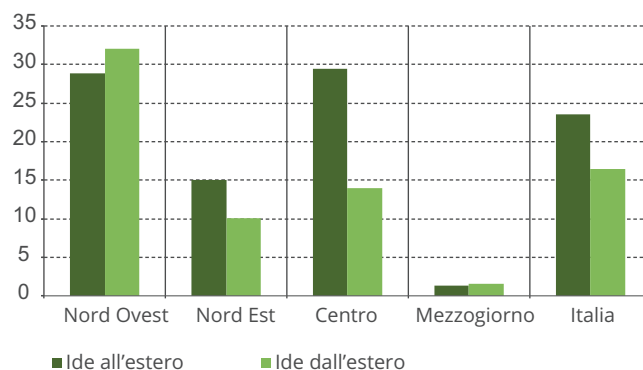
**Grafico 3 - Investimenti diretti<sup>(1)</sup>**  
Flussi in rapporto al Pil corrente; medie 2012-13



<sup>(1)</sup> L'Italia comprende gli importi non allocati.

Fonte: Banca d'Italia, Istat

**Grafico 4 - Investimenti diretti**  
Consistenze in rapporto al Pil corrente; 2013



<sup>(1)</sup> L'Italia comprende gli importi non allocati.

Fonte: Banca d'Italia, Istat

I dati sugli investimenti diretti comprendono le partecipazioni, gli utili reinvestiti e i prestiti infrasocietari e si riferiscono a imprese italiane che investono all'estero o a investimenti in Italia di imprese estere.<sup>2</sup> Fra il 2012 e il 2013 sia per i flussi attivi sia per quelli passivi hanno prevalso le acquisizioni di quote di partecipazione (13 e 8 miliardi, rispettivamente) seguite dagli utili reinvestiti, con circa 12 e 6 miliardi di euro, rispettivamente.

Alla fine del 2013 le consistenze degli Ide all'estero e di quelli esteri in Italia rappresentavano rispettivamente il 23,6 e il 16,5 per cento del Pil nazionale. L'incidenza è stata più elevata della media nel Centro e nel Nord-Ovest per gli investimenti all'estero (29,5 e 28,8 per cento, rispettivamente), nel solo Nord-Ovest per quelli dall'estero (32,1 per cento; grafico 4). Nel Mezzogiorno entrambe le tipologie di Ide avevano consistenze marginali (1,3 e 1,5 per cento del Pil per quelli all'estero e per quelli dall'estero, rispettivamente).

La disaggregazione per controparte estera degli investimenti varia molto a seconda della macroarea italiana interessata. Un'ampia parte degli investimenti italiani all'estero è destinata ai vicini paesi europei (il 76 per cento in media), mentre quelli extraeuropei sono meno coinvolti, con quote superiori al 10 per cento solo per gli Stati Uniti nel Nord-Est e per il Brasile nel Mezzogiorno. Fra i paesi europei i dati mostrano un peso rilevante dei Paesi Bassi e del Lussemburgo come origini o destinazioni degli Ide (tavola 3); questo fenomeno riflette la presenza di holding collegate a gruppi multinazionali localizzate in quei paesi principalmente per motivi fiscali.

<sup>(2)</sup> I dati sugli investimenti diretti qui analizzati sono aggregati e presentati secondo il principio direzionale (e direzionale esteso per il 2013) usato nelle statistiche sugli Ide per paese e per settore, diverso da quello utilizzato nella presentazione degli Ide nella bilancia dei pagamenti, che segue il criterio attività/passività. Cfr. *Balance of Payments and International Investment Position Manual*, Fmi VI ed. I dati possono differire da quelli pubblicati nella Relazione Annuale della Banca d'Italia a causa di revisioni e arrotondamenti.



**Tavola 3 - Investimenti diretti per paese**

Consistenze 2013; quote percentuali e miliardi di euro

| Paesi                 | Investimenti diretti all'estero per paese di destinazione |              |              |              |              | Paesi                 | Investimenti diretti all'estero per paese d'origine |              |              |              |              |
|-----------------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                       | Nord Ovest  | Nord Est     | Centro       | Mezzo-giorno | Italia       |                       | Nord Ovest  | Nord Est     | Centro       | Mezzo-giorno | Italia       |
| Paesi Bassi           | 15,1  | 14,6         | 36,9         | 3,1          | 18,6         | Paesi Bassi           | 19,7  | 19,0         | 29,2         | 37,8         | 21,6         |
| Spagna                | 3,8   | 3,7          | 25,7         | 6,4          | 9,4          | Lussemburgo           | 24,6  | 18,6         | 10,5         | 13,4         | 20,7         |
| Germania              | 15,5  | 13,4         | 1,6          | -1,6         | 8,9          | Francia               | 16,4  | 20,4         | 18,1         | 6,3          | 17,0         |
| Austria               | 15,8  | 0,2          | 0,2          | 0,5          | 6,6          | Regno Unito           | 8,2   | 4,4          | 11,1         | 28,4         | 8,6          |
| Stati Uniti           | 8,0   | 10,2         | 4,3          | 5,9          | 6,3          | Germania              | 7,8   | 7,6          | 3,3          | 5,8          | 6,9          |
| Francia               | 6,5   | 7,9          | 3,4          | 7,6          | 5,4          | Belgio                | 4,9   | 0,4          | 8,9          | 4,9          | 5,0          |
| Regno Unito           | 1,6   | 1,3          | 8,4          | 7,6          | 3,4          | Svizzera              | 6,0   | 4,1          | 2,0          | -9,5         | 4,7          |
| Polonia               | 6,1   | 1,0          | 0,7          | 3,4          | 3,1          | Stati Uniti           | 2,3   | 9,4          | 8,1          | 1,3          | 4,3          |
| Belgio                | 0,7   | 3,7          | 7,0          | 1,5          | 2,8          | Spagna                | 3,2   | 0,6          | 2,9          | 0,8          | 2,7          |
| Cina                  | 2,8   | 4,3          | 0,7          | 1,0          | 2,3          | Austria               | 0,6   | 6,3          | 0,1          | 0,1          | 1,3          |
| Irlanda               | 4,0   | 1,3          | 1,1          | 0,9          | 2,1          | Svezia                | 0,1   | 3,2          | 1,3          | 0,1          | 0,8          |
| Svizzera              | 3,4   | 3,0          | -1,9         | 4,9          | 2,0          | Danimarca             | 0,5   | 1,7          | 0,1          | 4,7          | 0,7          |
| Lussemburgo           | 0,5   | 8,9          | -0,7         | 12,4         | 1,9          | Portogallo            | 0,7   | 0,3          | 0,1          | 0,0          | 0,5          |
| Russia                | 0,6   | 1,4          | 0,2          | 0,3          | 1,8          | Giappone              | 0,4   | 1,5          | 0,0          | -1,8         | 0,5          |
| Brasile               | 2,3   | 2,3          | 0,3          | 10,1         | 1,6          | Malta                 | 0,4   | 0,0          | 0,8          | 0,1          | 0,4          |
| Altri paesi           | 13,1  | 22,7         | 12,2         | 36,1         | 23,7         | Altri paesi           | 4,2   | 2,5          | 3,4          | 7,7          | 4,3          |
| <b>Totale (%)</b>     | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>Totale (%)</b>     | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <b>Totale (mld €)</b> | <b>156</b>  | <b>55</b>    | <b>104</b>   | <b>5</b>     | <b>382</b>   | <b>Totale (mld €)</b> | <b>173</b>  | <b>37</b>    | <b>49</b>    | <b>5</b>     | <b>266</b>   |

<sup>(1)</sup> (1) Il paese estero di controparte è quello del soggetto nei cui confronti l'impresa residente riporta l'attività o la passività (o il paese di residenza dell'impresa estera da cui proviene l'investimento) che non è necessariamente il paese di effettiva origine o destinazione dei capitali. Gli altri paesi includono gli organismi internazionali e gli importi non allocati. La presenza di consistenze negative è resa possibile dalla convenzione di registrazione dei prestiti intrasocietari.

Fonte: Banca d'Italia

*Se si escludono i Paesi Bassi e il Lussemburgo, le prime due destinazioni degli investimenti all'estero sono l'Austria e la Germania per il Nord-Ovest, la Germania e gli Stati Uniti per il Nord-Est, la Spagna e il Regno Unito per il Centro, la Francia e il Regno Unito per il Mezzogiorno. Il 93,2 per cento degli Ide dall'estero in Italia proviene da paesi europei.*

*Anche la distribuzione settoriale è influenzata dalla forte presenza delle holding finanziarie, che detengono a loro volta partecipazioni in attività produttive. Il 52,4 per cento degli Ide italiani all'estero è infatti destinato ad attività finanziarie e assicurative, che comprendono le holding finanziarie (tavola 4). Per il Centro e il Nord-Ovest queste percentuali aumentano rispettivamente all'81,1 e al 57,9 per cento. Il 24,8 per cento degli investimenti all'estero riguarda attività manifatturiere (il 34 per cento nel Nord-Est, con una quota elevata nella meccanica) e il 15,6 per cento servizi non finanziari (il 59,8 per cento nel Mezzogiorno).*

*Per gli Ide dall'estero il comparto delle attività finanziarie e assicurative rappresenta mediamente il 22 per cento, con quote maggiori nel Nord-Est e nel Centro (33,3 per cento e 23 per cento, rispettivamente). Il 50,7 per cento è investito in servizi non finanziari, in particolare commerciali (12,9 per cento) e per il 23,5 per cento in settori manifatturieri.*

**Tavola 4 - Investimenti diretti per settore**

Consistenze 2013; quote percentuali e miliardi di euro

| Paesi   | Investimenti diretti all'estero per settore dell'operatore estero |              |              |              |              | Investimenti diretti dall'estero per settore dell'operatore italiano |              |              |              |              |
|---|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
|   | Nord Ovest  | Nord Est     | Centro       | Mezzo-giorno | Italia       | Nord Ovest   | Nord Est     | Centro       | Mezzo-giorno | Italia       |
| <b>Agricoltura, silvicoltura e pesca</b>                          | <b>0,1</b>  | <b>0,2</b>   | <b>0,0</b>   | <b>0,0</b>   | <b>0,1</b>   | <b>0,0</b>   | <b>0,0</b>   | <b>1,6</b>   | <b>0,0</b>   | <b>0,3</b>   |
| <b>Estrazione di minerali</b>                                     | <b>0,1</b>  | <b>0,1</b>   | <b>3,6</b>   | <b>0,4</b>   | <b>1,0</b>   | <b>0,1</b>   | <b>0,0</b>   | <b>4,0</b>   | <b>0,0</b>   | <b>0,8</b>   |
| <b>Attività manifatturiere</b>                                    | <b>22,5</b>   | <b>34,0</b>  | <b>8,9</b>   | <b>21,7</b>  | <b>24,8</b>  | <b>21,1</b>  | <b>27,0</b>  | <b>24,0</b>  | <b>51,7</b>  | <b>23,5</b>  |
| Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco                 | 1,8   | 5,1          | 0,3          | 1,5          | 1,6          | 4,3  | 11,1         | 7,9          | 1,6          | 5,8          |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle              | 1,4   | 1,8          | 0,4          | 2,3          | 1,0          | 1,1  | 0,6          | -0,6         | 1,4          | 0,7          |
| Industrie del legno, carta e stampa                               | 0,4   | 1,8          | 0,8          | 0,1          | 0,6          | 0,1  | 0,9          | 0,5          | 0,0          | 0,3          |
| Fabbricazione di raff. del petrolio, prod. chimici e farm.        | 4,2   | 0,8          | 2,8          | 0,5          | 2,6          | 4,4  | 2,0          | 13,4         | 30,0         | 6,3          |
| Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche            | 1,4   | 0,5          | 0,1          | 2,2          | 0,7          | 0,8  | 0,7          | 0,0          | 7,1          | 0,8          |
| Metallurgia, fabbricazione di prodotti in metallo                 | 2,2   | 5,1          | 0,3          | 8,9          | 1,9          | 2,7  | 6,2          | 2,5          | 0,0          | 3,5          |
| Fabbricazione di prodotti elettronici                             | 1,2   | 1,0          | 0,9          | 1,8          | 0,9          | 1,3  | 0,1          | 0,5          | 0,9          | 1,0          |
| Fabbricazione di macchinari                                       | 2,8   | 8,5          | 1,4          | 0,7          | 10,3         | 1,7  | -2,1         | -1,0         | 1,0          | 0,7          |
| Fabbricazione di autoveicoli e altri mezzi di trasporto           | 5,2   | 1,9          | -0,4         | 2,4          | 2,6          | 2,0  | 1,1          | 0,3          | 8,8          | 1,7          |
| Altre attività manifatturiere                                     | 2,0   | 7,5          | 2,4          | 1,4          | 2,7          | 2,6  | 6,3          | 0,6          | 0,9          | 2,8          |
| <b>Fornitura di en. el., ecc., att. di gest. rifiuti e risan.</b> | <b>-0,1</b>   | <b>0,2</b>   | <b>-1,6</b>  | <b>0,1</b>   | <b>-0,4</b>  | <b>0,8</b>   | <b>2,3</b>   | <b>2,5</b>   | <b>13,3</b>  | <b>1,7</b>   |
| <b>Costruzioni</b>  | <b>2,3</b>  | <b>0,5</b>   | <b>1,4</b>   | <b>2,7</b>   | <b>6,3</b>   | <b>1,0</b>   | <b>1,5</b>   | <b>1,1</b>   | <b>0,0</b>   | <b>1,0</b>   |
| <b>Servizi</b>  | <b>75,0</b>   | <b>65,0</b>  | <b>87,7</b>  | <b>75,1</b>  | <b>68,0</b>  | <b>77,1</b>  | <b>69,2</b>  | <b>66,8</b>  | <b>34,9</b>  | <b>72,8</b>  |
| Commercio e riparazioni   | 5,4   | 10,5         | 4,1          | 2,2          | 4,9          | 16,7   | 10,9         | 2,9          | 0,5          | 12,9         |
| Trasporto e magazzinaggio   | 0,3   | 2,5          | 1,3          | 26,0         | 1,1          | 4,7  | 1,6          | 6,0          | 5,1          | 4,5          |
| Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione                | 0,8   | 0,3          | 0,0          | 0,1          | 0,4          | 1,1  | 0,2          | 0,9          | 0,0          | 0,9          |
| Servizi di informazione e comunicazione                           | -3,5  | 0,3          | -5,2         | -1,4         | -2,8         | 10,8   | 0,5          | 2,3          | 2,8          | 7,5          |
| Attività finanziarie e assicurative                               | 57,9  | 42,2         | 81,1         | 15,3         | 52,4         | 20,2   | 33,3         | 23,0         | 0,5          | 22,0         |
| Attività immobiliari  | 0,9   | 2,3          | 0,2          | 1,0          | 0,8          | 5,2  | 7,2          | 3,0          | 0,0          | 4,9          |
| Attività privata di acquisto e vendita di immobili                | 6,0   | 5,7          | 3,6          | 29,7         | 4,7          | 6,2  | 6,8          | 8,1          | 19,7         | 7,0          |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche                   | 7,6   | 0,6          | -1,1         | 1,6          | 5,6          | 10,1   | 4,6          | 14,8         | 0,0          | 9,9          |
| Noleggio, agenzie di viaggio, serv. di sup. alle imprese          | -0,6  | 0,3          | -0,2         | 0,5          | -0,3         | 1,9  | 4,2          | 5,6          | 5,3          | 2,9          |
| Altre attività terziarie  | 0,3   | 0,3          | 3,8          | 0,0          | 1,2          | 0,1  | 0,0          | 0,2          | 1,1          | 0,1          |
| <b>Totale</b>   | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

<sup>(1)</sup> Le attività finanziarie includono le *holding* finanziarie. Il totale include gli importi non allocati. La presenza di consistenze negative è resa possibile dalla convenzione di registrazione dei prestiti intrasocietari.

Fonte: Banca d'Italia





### Conclusioni

*Nell'ultimo ventennio è aumentata l'apertura dell'Italia nelle transazioni internazionali di servizi, anche se in proporzione leggermente inferiore a quella dell'interscambio di beni e in misura più contenuta di quella di altri paesi avanzati, con i quali l'Italia si confronta (Francia, Germania, Regno Unito). Rispetto a essi, con l'eccezione della Germania, è stata anche più alta la quota delle transazioni di servizi con più lunga tradizione di commerciabilità, come i trasporti e i viaggi. Tra le macroaree italiane, solo nel Nord-Ovest e nel Centro gli scambi di servizi meno tradizionali, quali i servizi alle imprese, hanno avuto un peso, in rapporto al Pil, più vicino a quello riscontrabile negli altri principali paesi della UE. L'interscambio di servizi alle imprese è stato in buona parte legato all'attività delle imprese industriali, soprattutto nel Nord-Ovest e nel Nord-Est. I dati sugli Ide mostrano che le imprese italiane hanno da tempo intrapreso anche forme di internazionalizzazione produttiva oltre che commerciale, sia attiva che passiva. Nel confronto con i principali paesi europei l'Italia mostra tuttavia una minore partecipazione a queste tipologie di internazionalizzazione.<sup>3</sup> Per il complesso del Paese la presenza delle imprese italiane all'estero è molto più elevata di quella delle imprese estere in Italia: l'attrattività dell'Italia per gli investitori esteri resta limitata. Il quadro si mostra molto variegato fra le diverse macroaree, con il Mezzogiorno sostanzialmente assente, il Nord-Ovest e il Centro più attivi nell'internazionalizzazione produttiva e il Nord-Est in una posizione intermedia. I dettagli per paese della controparte mostrano in generale la preponderanza dei legami produttivi con imprese dei vicini paesi europei, piuttosto che in aree del mondo con elevate prospettive di crescita.*

<sup>3</sup> Cfr. "Ide e scambi internazionali di servizi: un'analisi basata sui microdati della bilancia dei pagamenti", *op. cit.*



## Mercati del lavoro locali e competizione delle importazioni negli anni della crisi

di Giulio Bosio, Alessia Demichelis, Anna M. Falzoni \*

*L'impatto dell'integrazione internazionale sul mercato del lavoro è un tema al centro del dibattito economico ormai da decenni; non per questo ha perso di attualità.*

*Negli anni ottanta e all'inizio degli anni novanta, gli studi erano principalmente volti a distinguere, tra progresso tecnologico e commercio internazionale, quale fosse la causa principale della sfavorevole dinamica occupazionale e salariale dei lavoratori non qualificati dei paesi industriali. Successivamente la tendenza è stata quella di vedere progresso tecnologico e commercio internazionale come facce di uno stesso fenomeno in grado di influenzare il mercato del lavoro. Basti pensare al cosiddetto fenomeno dell'offshoring, in cui la convenienza al decentramento all'estero di fasi del processo produttivo deriva dall'effetto combinato dell'esistenza di differenziali nei costi dei fattori produttivi tra paesi e della diminuzione dei costi di disintegrazione del processo produttivo derivante dalla diffusione delle tecnologie dell'informazione e dall'abbassamento delle barriere al commercio internazionale.<sup>1</sup>*

*Recentemente, grazie principalmente ai contributi sugli Stati Uniti di Autor, Dorn e Hanson (2013a, b; 2015)<sup>2</sup>, l'analisi si è ulteriormente arricchita includendo, oltre alla stima dell'effetto diretto della competizione delle importazioni sull'occupazione a livello nazionale, la stima dell'effetto sui mercati del lavoro locali. Come argomentato in Acemoglu, Autor, Dorn, Hanson e Price (2015)<sup>3</sup>, l'approccio basato su dati settoriali a livello nazionale riesce a dar conto dell'impatto diretto delle importazioni sull'occupazione dei settori esposti alla concorrenza internazionale, ma non include altri possibili effetti diretti e indiretti che contribuiscono a determinare l'impatto complessivo della crescente integrazione internazionale sul mercato del lavoro. In particolare, utilizzando i mercati del lavoro locali come unità di analisi, è possibile cercare di studiare sia la presenza di effetti di riallocazione dell'occupazione tra settori esposti e settori non esposti alla concorrenza delle importazioni, sia la presenza di spillovers di tipo keynesiano sulla domanda aggregata. Il lavoro empirico presentato in questo approfondimento prende spunto da quest'ultimo filone di studi e rappresenta una prima esplorazione circa l'impatto della penetrazione delle importazioni sul mercato del lavoro (numero di occupati e tasso di occupazione giovanile) delle province italiane. L'analisi si concentra sugli anni della crisi e studia sia l'impatto complessivo della penetrazione delle importazioni, sia la pressione competitiva esercitata dalle importazioni provenienti da specifici partner commerciali: la Germania (principale paese di provenienza delle importazioni italiane) e la Cina (principale partner emergente).*

\* Università degli studi di Bergamo.

- <sup>1</sup> Per una rassegna dei lavori sull'impatto della globalizzazione sul mercato del lavoro si veda, tra i molti studi disponibili, Van Reenen J. (2011), *Wage Inequality, Technology and Trade: 21st Century Evidence*, "Labour Economics", 18, 730-741, e i riferimenti bibliografici ivi indicati.
- <sup>2</sup> Autor D.H., Dorn D. e Hanson G.H. (2013a), *The Geography of Trade and Technology Shock in the United States*, "American Economic Review P&P", 103 (3), 220-225; Autor D.H., Dorn D. e Hanson G.H. (2013b), *The China Syndrome: Local Labor Market Effects of Import Competition in the United States*, "American Economic Review", 103(6), 2121-2168; Autor D.H., Dorn D. e Hanson G.H. (2015), *Untangling Trade and Technology: Evidence from Local Labour Markets*, "Economic Journal", 125 (May), 621-646.
- <sup>3</sup> Acemoglu D., Autor D.H., Dorn D., Hanson G.H. e Price B. (2015), *Import Competition and the Great U.S. Employment Sag of the 2000s*, "Journal of Labour Economics", di prossima pubblicazione.



## Mercati del lavoro locali e importazioni: fatti stilizzati

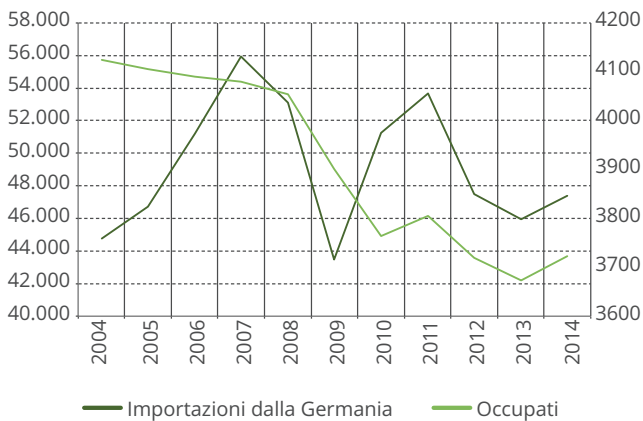
L'analisi empirica presentata in queste pagine è stata realizzata sulla base dell'integrazione di diverse fonti di dati in grado di coprire il periodo tra il 2009 e il 2014. Nello specifico, si è utilizzata la banca dati dell'Istat Coeweb per i dati di commercio con l'estero, incrociando il livello provinciale con la disaggregazione settoriale all'interno del manifatturiero e, nel caso delle importazioni, con la provenienza geografica dei flussi. Una seconda fonte di informazioni è stata l'Indagine sulle forze di lavoro dell'Istat, che fornisce trimestralmente uno spaccato dettagliato del mercato del lavoro italiano, a livello territoriale e di composizione. Abbiamo quindi estratto il numero di occupati e il tasso di occupazione giovanile in ciascuna provincia per gli anni 2009-2014. Come variabili di controllo per la composizione locale dei mercati del lavoro sono state utilizzate le informazioni sulla distribuzione per sesso, titolo di studio e settore. Alcune variabili sono state costruite a livello regionale, in quanto l'Istat non forniva il dettaglio provinciale di tutte le informazioni incluse nell'Indagine sulle forze di lavoro, non essendo in grado di garantirne la rappresentatività.

L'utilizzo di tale database integrato consente di procedere a un'analisi più dettagliata sull'impatto del commercio internazionale nelle diverse realtà locali che compongono il territorio italiano e di studiare quanto la fase di recessione abbia inciso sulla dinamica occupazionale a livello locale attraverso shock di domanda interna ed estera.

Prima di esporre i risultati del lavoro empirico, può essere utile mostrare alcune tendenze generali che emergono dall'analisi dei dati di occupazione e flussi di importazioni provenienti da Germania e Cina, i due partner commerciali su cui si è deciso di concentrare l'attenzione.

**Grafico 1a - Occupazione e importazioni dalla Germania: Nord e Centro Italia**

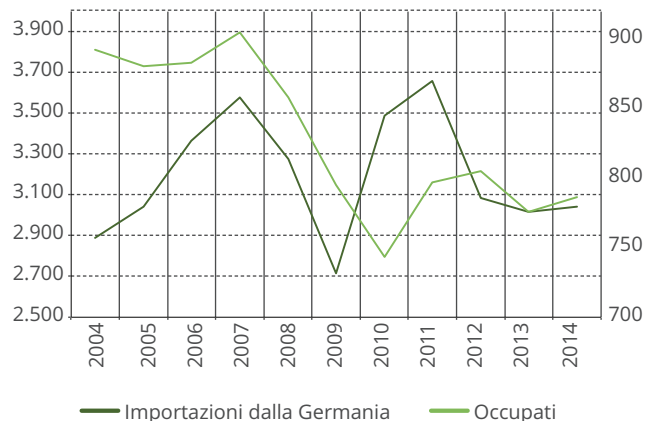
Importazioni: valori in milioni di euro; occupazione in migliaia di unità



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

**Grafico 1b - Occupazione e importazioni dalla Germania: Sud Italia**

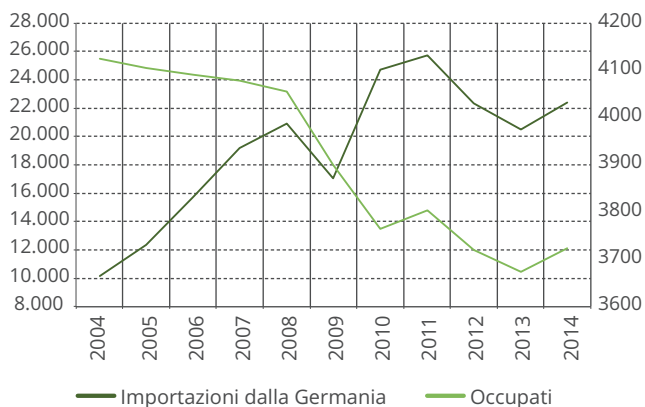
Importazioni: valori in milioni di euro; occupazione in migliaia di unità



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

**Grafico 2a - Occupazione e importazioni dalla Cina: Nord e Centro Italia**

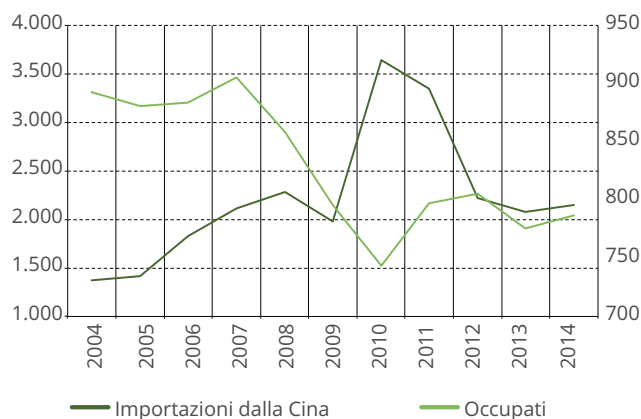
Importazioni: valori in milioni di euro; occupazione in migliaia di unità



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

**Grafico 2b - Occupazione e importazioni dalla Cina: Sud Italia**

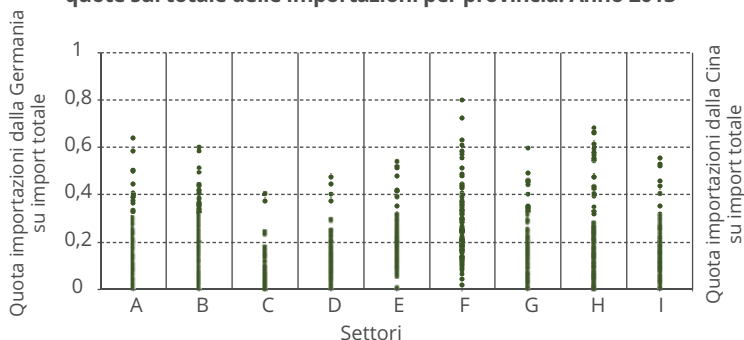
Importazioni: valori in milioni di euro; occupazione in migliaia di unità



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

I grafici 1 e 2 mostrano l'evoluzione, dal 2004 al 2014, dell'occupazione e delle importazioni provenienti rispettivamente da Germania e Cina distinguendo tra l'area del Nord e Centro Italia e il Mezzogiorno. In entrambi i grafici emergono evidenti gli effetti della crisi sull'occupazione e sui flussi di importazioni. Mentre nel caso delle importazioni provenienti dalla Germania l'andamento tra Centro-Nord e Mezzogiorno è piuttosto simile (ovviamente non i livelli), nel caso della Cina il Centro-Nord mostra un trend crescente che non trova corrispondenza nel Mezzogiorno.

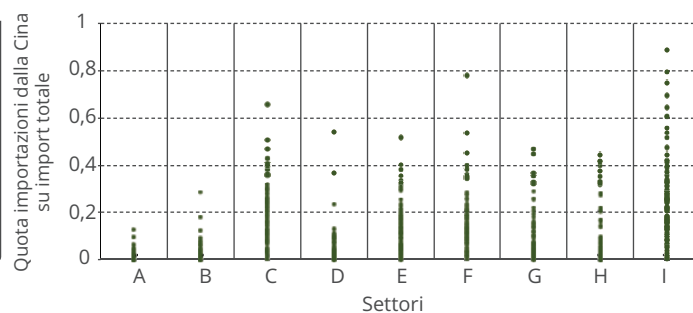
**Grafico 3 - Importazioni dalla Germania a livello settoriale: quote sul totale delle importazioni per provincia. Anno 2013**



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

- A - Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco
- B - Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio, fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici
- C - Industrie tessili, confezione di articoli di abbigliamento e di articoli in pelle e simili
- D - Industria del legno, della carta, editoria
- E - Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche e altri prodotti della lavorazione non metalliferi
- F - Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, fabbricazione di apparecchiature
- G - Attività metallurgiche; fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature
- H - Fabbricazione di mezzi di trasporto
- I - Fabbricazione di mobili; altre industrie manifatturiere; riparazione e installazione di macchine e apparecchiature

**Grafico 4 - Importazioni dalla Cina a livello settoriale: quote sul totale delle importazioni per provincia. Anno 2013**



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

- A - Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco
- B - Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio, fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici
- C - Industrie tessili, confezione di articoli di abbigliamento e di articoli in pelle e simili
- D - Industria del legno, della carta, editoria
- E - Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche e altri prodotti della lavorazione non metalliferi
- F - Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, fabbricazione di apparecchiature
- G - Attività metallurgiche; fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature
- H - Fabbricazione di mezzi di trasporto
- I - Fabbricazione di mobili; altre industrie manifatturiere; riparazione e installazione di macchine e apparecchiature



*I grafici 3 e 4 permettono di evidenziare l'eterogeneità tra province e tra settori delle quote di importazioni provenienti da Germania e Cina. Nel 2013, a fronte di una quota a livello nazionale delle importazioni provenienti dalla Germania di poco meno del 15 per cento e dalla Cina del 6,5 per cento circa, il peso nei diversi settori per le varie province è estremamente diversificato a dimostrazione che il possibile impatto della pressione competitiva dall'estero sul mercato del lavoro locale può essere molto differenziato.*

### **Performance occupazionali e commercio internazionale: un'analisi empirica**

*Come anticipato, il modello empirico presentato in questo approfondimento si propone di mettere in relazione la dinamica occupazionale nei mercati del lavoro locali con eventuali fluttuazioni nel livello di importazioni (ed esportazioni) misurate a livello provinciale e in particolare il ruolo delle importazioni dalla Germania e dalla Cina.*

*L'analisi si focalizza interamente sugli effetti diretti di domanda interna ed estera, generati dalla fase di recessione. L'idea è che quelle province con una maggiore dipendenza dalla domanda estera o con una struttura produttiva più orientata alle importazioni saranno più esposte a shock negativi dal lato della domanda, legati alla forte recessione. Quindi, ci si aspetta di osservare nelle stesse province maggiori aggiustamenti della domanda di lavoro, rispetto ad aree o mercati del lavoro locali meno esposti al commercio internazionale o con una struttura produttiva che abbia sofferto di meno la fase di crisi economica.*

*L'equazione di stima del nostro modello di base è così definita:*

$$Y_{jt} = \alpha + \beta X_{jt} + \gamma \text{trade}_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

*dove  $Y_{jt}$  è la variabile dipendente, rispettivamente il numero di occupati o il tasso di occupazione giovanile a livello di ciascuna provincia  $j$  nell'anno  $t$ ;  $X_{jt}$  rappresenta una serie di variabili di controllo per la composizione del mercato del lavoro locale in termini di genere, titolo di studio e classi d'età. Nello specifico, l'informazione sui titoli di studio è raccolta a livello regionale, in quanto l'Istat non fornisce il dettaglio provinciale; invece  $\text{trade}_{jt}$  indica le variabili di commercio internazionale, più precisamente importazioni ed esportazioni provinciali da e verso il resto del mondo ed importazioni da Cina e Germania.*

*I dati sul commercio internazionale sono stati inizialmente raccolti sulla base dei settori dell'industria manifatturiera a livello provinciale. Poiché l'analisi si rivolge agli effetti sulla domanda di lavoro totale a livello locale, abbiamo costruito delle misure di commercio con l'estero come valore delle importazioni e delle esportazioni in ciascun settore e provincia, pesato per la quota di occupati nello stesso settore a livello locale sul totale nazionale.*

*Come suggerito nel lavoro di Autor, Dorn e Hanson (2013 b), l'indice è stato così definito:*

$$\text{trade}_{jt} = \sum \text{trade}_{sj} * \frac{\text{occ}_{sj}}{\text{occ}_s}$$

*dove  $\text{trade}_{sj}$  sono, rispettivamente le importazioni e le esportazioni definite a livello provinciale e settoriale;  $\text{occ}_{sj}$  il numero di occupati nel settore  $s$  per ciascun mercato locale  $j$  e infine  $\text{occ}_s$  è il numero di occupati nello stesso settore a livello nazionale. Implicitamente, stiamo pesando maggiormente le variabili di commercio con l'estero in quei settori che a livello locale rappresentano una quota più ampia dell'occupazione nazionale nello stesso settore.*

Le stime sono state effettuate utilizzando sia il metodo dei minimi quadrati ordinari (Ols) che modelli a effetti fissi per dati panel, sfruttando la natura longitudinale del database che segue le stesse province per più anni.

Nella tavola 1 vengono riportati i risultati per la variabile dipendente numero totale degli occupati a livello provinciale. La prima colonna mostra le stime Ols per l'Italia nel suo complesso distinguendo tre casi specifici. Nel primo viene utilizzato il totale delle importazioni, mentre nel secondo e nel terzo modello vengono considerate rispettivamente le importazioni dalla Germania e dalla Cina. Tutti i modelli includono controlli per il mercato del lavoro locale, come specificato precedentemente, e gli effetti fissi regionali e annuali per controllare rispetto a quei fattori non osservabili che variano nel tempo e tra regioni. Qualitativamente, tutti i coefficienti per le importazioni sono statisticamente significativi e indicano una relazione positiva tra il logaritmo del livello delle importazioni a livello provinciale e il numero di occupati. I parametri stimati sembrano suggerire che le importazioni tedesche sono quelle che maggiormente impattano sulla performance del mercato del lavoro locale. Viceversa, il coefficiente per le esportazioni sembra essere quantitativamente più simile nei tre casi e statisticamente significativo.

**Tavola 1 - Occupazione e commercio internazionale nel periodo 2009 - 2014**

Variabile dipendente: occupazione totale a livello provinciale

|                                    | Italia          |                | Centro-Nord     |                  | Sud             |               |
|------------------------------------|-----------------|----------------|-----------------|------------------|-----------------|---------------|
|                                    | OLS             | FE             | OLS             | FE               | OLS             | FE            |
| <b>Importazioni</b>                | <b>0,315***</b> | <b>-0,015*</b> | <b>0,124*</b>   | <b>-0,029*</b>   | <b>0,365***</b> | <b>-0,010</b> |
|                                    | (0,045)         | (0,008)        | (0,063)         | (0,016)          | (0,071)         | (0,009)       |
| <b>Esportazioni</b>                | <b>0,127***</b> | <b>0,015*</b>  | <b>0,428***</b> | <b>0,076***</b>  | <b>0,017</b>    | <b>-0,003</b> |
|                                    | (0,044)         | (0,008)        | (0,062)         | (0,017)          | (0,055)         | (0,008)       |
| R <sup>2</sup>                     | 0,71            | 0,31           | 0,79            | 0,29             | 0,67            | 0,52          |
| N. osservazioni                    | 632             | 632            | 382             | 382              | 250             | 250           |
| <b>Importazioni dalla Germania</b> | <b>0,361***</b> | <b>-0,008</b>  | <b>0,173***</b> | <b>-0,028***</b> | <b>0,424***</b> | <b>-0,006</b> |
|                                    | (0,026)         | (0,005)        | (0,039)         | (0,01)           | (0,039)         | (0,006)       |
| <b>Esportazioni</b>                | <b>0,127***</b> | <b>0,008</b>   | <b>0,378***</b> | <b>0,074***</b>  | <b>0,048*</b>   | <b>-0,007</b> |
|                                    | (0,025)         | (0,006)        | (0,045)         | (0,015)          | (0,028)         | (0,007)       |
| R <sup>2</sup>                     | 0,78            | 0,30           | 0,81            | 0,22             | 0,78            | 0,52          |
| N. osservazioni                    | 632             | 632            | 382             | 382              | 250             | 250           |
| <b>Importazioni dalla Cina</b>     | <b>0,208***</b> | <b>0,001</b>   | <b>0,008</b>    | <b>-0,003</b>    | <b>0,320***</b> | <b>0,000</b>  |
|                                    | (0,025)         | (0,003)        | (0,031)         | (0,004)          | (0,028)         | (0,004)       |
| <b>Esportazioni</b>                | <b>0,234***</b> | <b>0,004</b>   | <b>0,538***</b> | <b>0,061***</b>  | <b>0,109***</b> | <b>-0,009</b> |
|                                    | (0,027)         | (0,006)        | (0,045)         | (0,014)          | (0,019)         | (0,007)       |
| R <sup>2</sup>                     | 0,74            | 0,30           | 0,79            | 0,21             | 0,77            | 0,51          |
| N. osservazioni                    | 632             | 632            | 382             | 382              | 250             | 250           |

Note: Standard errors in parentesi. I coefficienti con \*\*\*, \*\*, \* sono significativi rispettivamente ai livelli 99, 95 e 90 per cento. Tutte le stime Ols includono effetti fissi regione e anno. Tutte le stime includono come variabili di controllo la quota di occupazione femminile sul totale, il tasso di occupazione giovanile e la quota di laureati a livello regionale.



Concretamente, le variabili di commercio estero nel complesso sembrano evidenziare una relazione positiva con gli esiti occupazionali a livello locale nel caso delle stime Ols. Tra i fattori di composizione del mercato del lavoro non riportati in tabella, la quota di donne occupate risulta essere l'unico parametro positivo e statisticamente significativo, a indicare che una maggiore presenza di occupazione femminile a livello provinciale si associa a un più elevato numero di occupati. Tenendo in considerazione che il periodo coperto dalle stime riguarda gli anni della recessione economica, rappresenta un risultato rilevante da un punto di vista di policy in un mercato del lavoro italiano, tradizionalmente caratterizzato da bassi livelli di partecipazione delle donne.

Al fine di catturare la presenza di specificità regionali, lo stesso modello è stato stimato per il Centro-Nord e per il Mezzogiorno. I risultati della tavola 1 mettono in evidenza alcune peculiarità geografiche che caratterizzano l'impatto delle variabili per il commercio estero. Nello specifico, guardando all'effetto delle importazioni totali si può osservare come l'effetto complessivo stimato per l'Italia (0,315) sia in gran parte dovuto all'effetto positivo delle importazioni nel Mezzogiorno (0,365) piuttosto che al Centro-Nord, dove l'effetto è senza dubbio più debole (0,124), seppur statisticamente significativo.

Discorso opposto per le esportazioni, il cui coefficiente per l'Italia indica un effetto complessivo positivo e statisticamente significativo, ma di modesta entità. Dall'analisi per macro aree emerge invece che le esportazioni sembrano influenzare significativamente e positivamente il numero di occupati a livello provinciale solo nel Centro-Nord, mentre l'effetto non è statisticamente diverso da zero per il Mezzogiorno. Questo è probabilmente da mettere in relazione con la maggiore diffusione di imprese esportatrici nell'area centro-settentrionale, che invece storicamente risultano molto deboli nelle aree più in difficoltà del Mezzogiorno.

Se guardiamo alle specificazioni che controllano rispettivamente per le importazioni dalla Germania e dalla Cina, qualitativamente i risultati sembrano evidenziare una certa coerenza con quanto osservato in precedenza. Si conferma per il Sud un effetto positivo delle importazioni dalla Germania (0,424) e dalla Cina (0,320), mentre per il Centro-Nord solo le importazioni tedesche sembrano avere un impatto significativo sul numero di occupati. Questo risultato può essere spiegato dalla diversa tipologia merceologica delle importazioni che contraddistingue Germania e Cina.

Per quanto concerne le esportazioni, i coefficienti nelle diverse specificazioni sembrano fornire la stessa indicazione: esse di fatto rappresentano un fattore di crescita per il mercato del lavoro locale solo per il Centro-Nord, mentre per il Sud tale meccanismo sembra funzionare meno, con l'eccezione della specificazione che controlla per le importazioni dalla Cina dove il parametro stimato per le esportazioni è statisticamente significativo e positivo.

Nonostante l'inclusione degli effetti fissi regionali e annuali, le stime Ols possono essere distorte se esistono delle componenti non osservabili a livello locale correlate con la performance del mercato del lavoro provinciale. Per questa ragione, sfruttando la natura longitudinale del database, sono stati stimati dei modelli panel a effetti fissi, in grado di catturare la componente individuale (in questo caso le province), non osservabile e invariante nel corso del tempo. Le stime a effetti fissi vanno tuttavia interpretate con una certa cautela, in quanto pur fornendo un effetto causale, risentono del limitato numero di soggetti seguiti nel corso del tempo.

Dalla tavola 1 emergono alcuni cambiamenti sostanziali nell'impatto delle variabili relative al commercio con l'estero: con l'eccezione della prima specificazione, importazioni ed esportazioni risultano per lo più non significative, o con effetti quasi nulli sul numero di occupati a livello provinciale. Diversamente, se si osserva la scomposizione per macro-aree geografiche, emerge una tradizionale distinzione: infatti mentre al Sud nessun coefficiente appare significativamente diverso

da zero, al Centro-Nord le importazioni risultano per lo più negative, in particolar modo quando si utilizza il livello delle importazioni dalla Germania e le esportazioni positive, in linea con quanto trovato nelle stime Ols.

La tavola 2 replica i modelli utilizzati in precedenza per studiare gli effetti delle variabili di commercio con l'estero sui tassi di occupazione giovanile a livello provinciale. L'idea è di osservare se le performance occupazionali dei giovani siano influenzate diversamente rispetto al caso generale e se importazioni ed esportazioni agiscano in direzioni diverse per questo segmento del mercato del lavoro. Come per il caso precedente, le stime Ols controllano per effetti fissi regionali e annuali e fattori di composizione del mercato del lavoro locale.

**Tavola 2 - Tasso di occupazione giovanile e commercio internazionale nel periodo 2009 - 2014**

Variabile dipendente: tasso di occupazione giovanile a livello provinciale

|                                    | Italia           |                  | Centro-Nord      |                  | Sud              |                 |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
|                                    | OLS              | FE               | OLS              | FE               | OLS              | FE              |
| <b>Importazioni</b>                | <b>-0,033***</b> | <b>-0,013</b>    | <b>-0,066***</b> | <b>-0,064*</b>   | <b>-0,007</b>    | <b>0,008</b>    |
|                                    | (0,012)          | (0,022)          | (0,017)          | (0,034)          | (0,017)          | (0,032)         |
| <b>Esportazioni</b>                | <b>0,029***</b>  | <b>-0,034</b>    | <b>0,070***</b>  | <b>-0,098***</b> | <b>0,006</b>     | <b>-0,016</b>   |
|                                    | (0,011)          | (0,022)          | (0,017)          | (0,035)          | (0,014)          | (0,031)         |
| R <sup>2</sup>                     | 0,86             | 0,41             | 0,57             | 0,55             | 0,65             | 0,30            |
| N. osservazioni                    | 632              | 632              | 382              | 382              | 250              | 250             |
| <b>Importazioni dalla Germania</b> | <b>-0,020***</b> | <b>-0,039***</b> | <b>-0,005</b>    | <b>-0,005</b>    | <b>-0,036***</b> | <b>-0,045**</b> |
|                                    | (0,006)          | (0,015)          | (0,01)           | (0,022)          | (0,009)          | (0,022)         |
| <b>Esportazioni</b>                | <b>0,016***</b>  | <b>-0,029*</b>   | <b>0,012</b>     | <b>-0,137***</b> | <b>0,021***</b>  | <b>0</b>        |
|                                    | (0,006)          | (0,017)          | (0,011)          | (0,03)           | (0,007)          | (0,024)         |
| R <sup>2</sup>                     | 0,86             | 0,42             | 0,55             | 0,54             | 0,66             | 0,31            |
| N. osservazioni                    | 632              | 632              | 382              | 382              | 250              | 250             |
| <b>Importazioni dalla Cina</b>     | <b>0,005</b>     | <b>0,018**</b>   | <b>0,008</b>     | <b>-0,008</b>    | <b>0,001</b>     | <b>0,063***</b> |
|                                    | (0,005)          | (0,008)          | (0,007)          | (0,009)          | (0,008)          | (0,015)         |
| <b>Esportazioni</b>                | <b>-0,002</b>    | <b>-0,048***</b> | <b>-0,002</b>    | <b>-0,134***</b> | <b>0</b>         | <b>-0,026</b>   |
|                                    | (0,005)          | (0,017)          | (0,008)          | (0,028)          | (0,006)          | (0,023)         |
| R <sup>2</sup>                     | 0,85             | 0,42             | 0,55             | 0,54             | 0,65             | 0,35            |
| N. osservazioni                    | 632              | 632              | 382              | 382              | 250              | 250             |

Note: Standard errors in parentesi. I coefficienti con \*\*\*, \*\*, \* sono significativi rispettivamente ai livelli 99, 95 e 90 per cento. Tutte le stime Ols includono effetti fissi regione e anno. Tutte le stime includono come variabili di controllo la quota di occupazione femminile sul totale, il tasso di occupazione giovanile e la quota di laureati a livello regionale.



*I risultati della prima colonna per l'Italia forniscono un quadro quantitativamente e qualitativamente diverso dalla tavola precedente. Infatti, il coefficiente per le importazioni totali sembra indicare una relazione negativa e significativa con il tasso di occupazione giovanile, l'esatto opposto di quanto trovato per il numero di occupati totali. Una possibile interpretazione concerne la tradizionale debolezza di questo segmento del mercato del lavoro, che ha spesso sofferto più di altri le fasi di ristrutturazione e di crisi attraversate dal sistema produttivo italiano. Guardando le specificazioni che scompongono l'effetto rispettivamente tra le importazioni dalla Cina e dalla Germania, sembrano proprio le importazioni da quest'ultima a trainare l'effetto negativo a livello nazionale, mentre l'impatto per le importazioni cinesi sembra sostanzialmente nullo. Discorso simile, seppur di segno opposto, se guardiamo alle esportazioni. Di nuovo, l'effetto è positivo ma la magnitudo del coefficiente decisamente inferiore alle stime ottenute nella tavola 1 a suggerire un impatto più modesto delle esportazioni sulle performance occupazionali dei giovani a livello provinciale.*

*Nella terza e quinta colonna sono riportati i coefficienti Ols dello stesso modello stimati rispettivamente per il Centro-Nord e il Sud. Per la maggior parte dei casi le stime non sono significative, con l'eccezione delle importazioni totali per il Centro-Nord e quelle dalla Germania per il Mezzogiorno. In entrambi i casi permane il segno negativo, confermando una relazione negativa tra importazioni (totali e dalla Germania) e tasso di occupazione giovanile. Viceversa, seppur di modesta entità, si conferma l'impatto positivo delle esportazioni, che però non è costantemente significativo tra le varie specificazioni e le diverse aree geografiche. Osservando le stime a effetti fissi, si nota come i parametri stimati siano qualitativamente e quantitativamente simili alle stime Ols per le importazioni, mentre nel caso delle esportazioni si assiste a un cambio di segno. In particolare sia per l'Italia nella specificazione che controlla per le importazioni dalla Cina, sia in tutti i modelli stimati per il Centro-Nord il coefficiente risulta negativo e significativo. Diversamente per il Sud, le esportazioni non risultano mai significativamente diverse da zero, a conferma della tradizionale debolezza del settore manifatturiero in quell'area.*

*In conclusione, l'analisi effettuata ha confermato due importanti punti che sono stati recentemente discussi nella letteratura economica relativa al commercio internazionale. Il primo riguarda il ruolo dei mercati del lavoro locali e la loro capacità di assorbire gli shock esterni nel processo di riallocazione occupazionale in una fase di profonda recessione economica che ha amplificato le tradizionali divergenze geografiche del sistema produttivo italiano. Il secondo guarda invece all'importanza di distinguere il ruolo di diversi partner commerciali nell'indirizzare le politiche industriali future del nostro paese. Nello specifico, una maggiore penetrazione di prodotti cinesi o tedeschi può determinare processi di ripresa occupazionale molto diversi, a seconda che tali importazioni risultino complementari o sostitute alla produzione manifatturiera locale.*



**LE IMPRESE**





### 6.1 L'internazionalizzazione commerciale delle imprese italiane\*

Prolungando la tendenza positiva in atto sin dal 2010, il numero degli esportatori italiani ha continuato a crescere anche nel 2014, portandosi sul livello record delle 212.023 unità, 774 in più rispetto all'anno precedente. In particolare gli operatori che secondo l'Istat risultano aver effettuato nel 2014 almeno una transazione commerciale con l'estero<sup>1</sup> sono cresciuti dello 0,4 per cento.<sup>2</sup>

Insieme al numero delle imprese esportatrici, è salita ulteriormente la quota di fatturato destinata ai mercati esteri<sup>3</sup>, passata per l'insieme dei manufatti dal 35,8 per cento del 2010 al 43 per cento del 2014.<sup>4</sup>

Anche il grado di penetrazione delle importazioni, che misura la quota di domanda nazionale che viene soddisfatta con beni di origine estera, è cresciuto seppure in misura più contenuta, essendo passato in quattro anni dal 34 al 37,1 per cento; la sua tendenza al rialzo nell'industria manifatturiera non si è interrotta neppure nel 2014, malgrado la nuova flessione del valore dei nostri acquisti dall'estero.

Per quanto riguarda la propensione all'export dell'industria manifatturiera, la Banca d'Italia prevede per il 2015 un ulteriore incremento, nella misura di otto decimi di punto; la crescita riguarderà tutte le classi dimensionali d'impresa monitorate, ma sarà più ampia per le piccole (da 20 a 49 addetti nell'indagine Banca d'Italia) e le medie (da 50 a 199 addetti).<sup>5</sup>

- ① L'Istat definisce operatore economico del commercio con l'estero il soggetto economico, identificato attraverso la partita Iva, che risulta aver effettuato almeno una transazione commerciale con l'estero nel periodo considerato; con impresa *esportatrice/importatrice*, invece, l'Istat identifica un'impresa dell'industria e dei servizi che, sulla base dell'integrazione tra l'Archivio statistico delle imprese attive (Asia) e quello degli operatori economici del commercio estero, risulta aver effettuato transazioni commerciali con l'estero nel periodo di osservazione. In questo capitolo le due espressioni sono utilizzate come sinonimi. Si tenga presente, tuttavia, che per gli operatori sono disponibili i dati del 2014, mentre i dati sulle imprese *esportatrici/importatrici* sono disponibili fino al 2013.
- ② Se confrontiamo il dato attualmente disponibile per il 2014, che è ancora provvisorio, con quello provvisorio del 2013, la crescita del numero di operatori scende allo 0,1 per cento, ossia 267 unità in più rispetto all'anno precedente.
- ③ Per un confronto tra settori della propensione a esportare e del grado di penetrazione delle importazioni si vedano le tavole 2.2.31 e 2.2.32 dell'Annuario Istat-Ice.
- ④ Valutazione a prezzi correnti.
- ⑤ Banca d'Italia (2015) *Indagine sulle imprese industriali e dei servizi nell'anno 2014*.

\* Capitolo redatto da Alessia Proietti (Ice) con la supervisione di Fabrizio Onida (Università Bocconi). Si ringrazia il Prof. Marco Mutinelli (Università di Brescia) per il suo contributo alla stesura del paragrafo 2.

**Tavola 6.1 - Operatori ed esportazioni per classe inflazionata di valore<sup>(1)</sup> delle esportazioni**

Valori in milioni di euro

| Classi di valore delle esportazioni <sup>(1)</sup><br>in migliaia di euro | Operatori      |              |                     |              |                 |                | Esportazioni   |              |                     |              |                 |                |             |                                |
|---|----------------|--------------|---------------------|--------------|-----------------|----------------|----------------|--------------|---------------------|--------------|-----------------|----------------|-------------|--------------------------------|
|   | 2013           |              | 2014 <sup>(2)</sup> |              |                 |                | 2013           |              | 2014 <sup>(2)</sup> |              |                 |                |             | Contributo alla crescita 13-14 |
|   | N.             | Peso %       | N.                  | Peso %       | % cumu-<br>lata | var %<br>13-14 | Valori         | Peso %       | Valori              | Peso %       | % cumu-<br>lata | var %<br>13-14 |             |                                |
| 0-75  | 134.557        | 63,7         | 136.056             | 64,2         | 64,2            | 1,1            | 2.357          | 0,6          | 2.389               | 0,6          | 0,6             | 1,4            | 0,01        |                                |
| 75-250  | 26.778         | 12,7         | 26.583              | 12,5         | 76,7            | -0,7           | 4.290          | 1,1          | 4.354               | 1,1          | 1,7             | 1,5            | 0,02        |                                |
| 250-750   | 19.413         | 9,2          | 19.086              | 9,0          | 85,7            | -1,7           | 9.767          | 2,6          | 9.825               | 2,5          | 4,3             | 0,6            | 0,02        |                                |
| 750-2.500   | 15.518         | 7,3          | 15.283              | 7,2          | 92,9            | -1,5           | 24.600         | 6,5          | 24.706              | 6,4          | 10,6            | 0,4            | 0,03        |                                |
| 2.500-5.000   | 5.894          | 2,8          | 6.000               | 2,8          | 95,7            | 1,8            | 23.595         | 6,2          | 24.510              | 6,3          | 16,9            | 3,9            | 0,24        |                                |
| 5.000-15.000  | 5.593          | 2,6          | 5.519               | 2,6          | 98,4            | -1,3           | 53.693         | 14,1         | 54.561              | 14,0         | 31,0            | 1,6            | 0,23        |                                |
| 15.000-50.000   | 2.551          | 1,2          | 2.535               | 1,2          | 99,5            | -0,6           | 75.750         | 19,9         | 76.970              | 19,8         | 50,8            | 1,6            | 0,32        |                                |
| oltre 50.000  | 945            | 0,4          | 961                 | 0,5          | 100,0           | 1,7            | 186.822        | 49,1         | 191.153             | 49,2         | 100,0           | 2,3            | 1,14        |                                |
| <b>Totale</b>   | <b>211.249</b> | <b>100,0</b> | <b>212.023</b>      | <b>100,0</b> |                 | <b>0,4</b>     | <b>380.876</b> | <b>100,0</b> | <b>388.469</b>      | <b>100,0</b> |                 | <b>2,0</b>     | <b>1,99</b> |                                |

(1) Gli estremi delle classi di valore delle esportazioni sono calcolati per ogni anno inflazionando le soglie sulla base dei valori medi unitari all'esportazione.

(2) Dati provvisori.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Dal dettaglio per classi di fatturato estero delle imprese esportatrici<sup>6</sup>, emerge che l'incremento complessivo nel numero di operatori è stato determinato in massima parte dall'aumento dei microesportatori, quelli con fatturato estero fino a 75.000 euro (1.499 in più di quelli dell'anno precedente). Al di sopra di questa classe, infatti, il numero degli operatori si è complessivamente ridotto di 725 unità, la maggior parte delle quali in uscita dalle classi piccole e medie. Variazioni piuttosto contenute, presumibilmente spostamenti verso classi di fatturato contigue a quella di riferimento nell'anno precedente, hanno riguardato le imprese al di sopra dei 2,5 milioni di euro. Preme segnalare la risalita di 16 unità delle imprese appartenenti alla classe più ampia, imprese per le quali nel 2013 si era raggiunto il livello più basso del decennio.

Per quanto riguarda le esportazioni, tra il 2013 e il 2014 il tasso d'incremento più sostenuto (+3,9 per cento) si è registrato per le imprese con fatturato estero compreso tra i 2,5 e i 5 milioni di euro, il cui numero è pure cresciuto dell'1,8 per cento. I 6.000 operatori economici che popolano questa classe dimensionale hanno contribuito per circa il 12 per cento alla crescita complessiva delle esportazioni italiane, pur essendo meno del 3 per cento di quelli attivi sui mercati esteri. Seguono le imprese più grandi – quelle che esportano oltre 50 milioni di euro – il cui fatturato estero è cresciuto del 2,3 per cento rispetto all'anno precedente, a fronte di un incremento dell'1,7 per cento in termini di numerosità; il 57 per cento della crescita complessiva delle esportazioni italiane, ossia 1,1 su 2 punti percentuali, è stato determinato dalle vendite di queste imprese. Per gli operatori più piccoli, quelli con esportazioni al di sotto dei 75.000 euro, il fatturato estero è aumentato nel complesso di 1,4 punti percentuali.

<sup>6</sup> Se non diversamente specificato, nell'analisi dei dati per "classe di valore delle esportazioni" degli operatori, si farà riferimento alle classi inflazionate di valore e, in particolare, alla tavola 3.2.1 dell'Annuario Istat-Ice. Le classi inflazionate di valore sono definite, a partire dalle classi di valore del 2010, inflazionando le soglie sulla base di indici dei valori medi unitari all'esportazione specifici per ogni classe, al fine di tenere conto della diversa composizione merceologica dei prodotti esportati.

Le variazioni dei valori esportati sono state di segno positivo, seppure piuttosto contenute, anche in tutte le altre classi di fatturato; in tutte queste altre classi, come detto, è peraltro diminuito il numero di operatori censiti dall'Istat.

Permane, in estrema sintesi, una situazione caratterizzata da un numero decisamente ampio di microesportatori, presumibilmente attivi solo occasionalmente sui mercati esteri, cui si affianca un nucleo estremamente ridotto di grandi imprese, che realizza la maggior parte del valore delle esportazioni nazionali.

Le imprese riconducibili alla classe di fatturato più bassa rappresentano il 64,2 per cento del totale degli operatori italiani e lo 0,6 per cento delle esportazioni; considerando l'insieme degli operatori con fatturato estero fino a 750.000 euro, si ottiene l'86 per cento delle imprese esportatrici, ma poco più del 4 per cento delle vendite estere. All'opposto, le circa 9.000 imprese (pari al 4,3 per cento del totale) che annualmente fatturano all'estero più di 5 milioni di euro generano ben oltre i quattro quinti (l'83 per cento nel 2014) delle esportazioni italiane.

Al netto di alcune eccezioni – la più rilevante delle quali risale al 2009 quando, a seguito della caduta del commercio mondiale, il numero degli operatori attivi all'esportazione aveva toccato il suo livello più basso (194.255 unità) – il numero complessivo di imprese esportatrici, il cosiddetto "margine estensivo", è cresciuto in tutto il decennio a un tasso medio annuale dello 0,6 per cento. L'aumento è stato determinato interamente dai micro-esportatori, che sono aumentati a un tasso dell'1,6 per cento; il numero delle imprese presenti in tutte le altre classi di fatturato si è difatti contestualmente ridotto.

Sempre con riferimento all'intero decennio, il valore totale delle esportazioni è cresciuto a un tasso medio annuo del 3 per cento. È salito, pertanto, anche il valore medio delle esportazioni di ciascun operatore, che ne misura il "margine intensivo".

Per sintetizzare le informazioni disponibili, le imprese sono state ricondotte a tre classi di fatturato all'export più ampie di quelle considerate finora (Tavola 6.2). I dati, relativi al periodo 2005-2014, mostrano con chiarezza come la crescita del numero degli esportatori che ha caratterizzato tutti gli anni successivi al collasso del 2009 sia avvenuta esclusivamente a seguito dell'ingresso di una moltitudine di operatori nella classe di fatturato fino a 750.000 euro; al netto di questa, infatti, la numerosità delle imprese è ancora sensibilmente al di sotto non solo di quella del 2008, anno precedente la crisi, ma anche di quella del 2005.

**Tavola 6.2 - Operatori, esportazioni e contributo alla crescita per classe inflazionata <sup>(1)</sup> di valore delle esportazioni**

Esportazioni in milioni di euro; valore medio esportato in migliaia di euro

| Anno                | Operatori                                   |                                |                         |         | Esportazioni           |                                |                         |         |
|---------------------|---|--------------------------------|-------------------------|---------|------------------------|--------------------------------|-------------------------|---------|
|                     | Fino a 750.000 euro                         | Da 750.000 a 5 milioni di euro | Oltre 5 milioni di euro | Totale  | Fino a 750.000 euro    | Da 750.000 a 5 milioni di euro | Oltre 5 milioni di euro | Totale  |
| 2005                | 167.740                                     | 23.844                         | 10.096                  | 201.680 | 12.562                 | 39.814                         | 244.578                 | 296.954 |
| 2006                | 172.152                                     | 24.130                         | 10.513                  | 206.795 | 13.241                 | 42.387                         | 273.088                 | 328.715 |
| 2007                | 169.978                                     | 23.829                         | 10.812                  | 204.619 | 13.648                 | 44.116                         | 302.217                 | 359.981 |
| 2008                | 172.345                                     | 23.023                         | 10.275                  | 205.643 | 14.420                 | 44.245                         | 305.611                 | 364.275 |
| 2009                | 164.974                                     | 20.737                         | 8.544                   | 194.255 | 13.527                 | 39.163                         | 233.590                 | 286.281 |
| 2010                | 174.862                                     | 21.684                         | 9.162                   | 205.708 | 14.432                 | 42.848                         | 274.068                 | 331.348 |
| 2011                | 176.085                                     | 21.939                         | 9.328                   | 207.352 | 15.306                 | 46.285                         | 306.913                 | 368.504 |
| 2012                | 178.454                                     | 21.577                         | 9.059                   | 209.090 | 16.069                 | 47.656                         | 317.718                 | 381.442 |
| 2013                | 180.748                                     | 21.412                         | 9.089                   | 211.249 | 16.415                 | 48.195                         | 316.266                 | 380.876 |
| 2014 <sup>(2)</sup> | 181.725                                     | 21.283                         | 9.015                   | 212.023 | 16.569                 | 49.216                         | 322.684                 | 388.469 |
| Anno                | Contributo alla crescita delle esportazioni |                                |                         |         | Valore medio esportato |                                |                         |         |
|                     | Fino a 750.000 euro                         | Da 750.000 a 5 milioni di euro | Oltre 5 milioni di euro | Totale  | Fino a 750.000 euro    | Da 750.000 a 5 milioni di euro | Oltre 5 milioni di euro | Totale  |
| 2005                | 0,3   | 0,5                            | 4,6                     | 5,3     | 75                     | 1.670                          | 24.225                  | 1.472   |
| 2006                | 0,2   | 0,9                            | 9,6                     | 10,7    | 77                     | 1.757                          | 25.976                  | 1.590   |
| 2007                | 0,1   | 0,5                            | 8,9                     | 9,5     | 80                     | 1.851                          | 27.952                  | 1.759   |
| 2008                | 0,2   | 0,0                            | 0,9                     | 1,2     | 84                     | 1.922                          | 29.743                  | 1.771   |
| 2009                | -0,2  | -1,4                           | -19,8                   | -21,4   | 82                     | 1.889                          | 27.340                  | 1.474   |
| 2010                | 0,3   | 1,3                            | 14,1                    | 15,7    | 83                     | 1.976                          | 29.914                  | 1.611   |
| 2011                | 0,3   | 1,0                            | 9,9                     | 11,2    | 87                     | 2.110                          | 32.902                  | 1.777   |
| 2012                | 0,2   | 0,4                            | 2,9                     | 3,5     | 90                     | 2.209                          | 35.072                  | 1.824   |
| 2013                | 0,1   | 0,1                            | -0,4                    | -0,1    | 91                     | 2.251                          | 34.797                  | 1.803   |
| 2014 <sup>(2)</sup> | 0,0   | 0,3                            | 1,7                     | 2,0     | 91                     | 2.312                          | 35.794                  | 1.832   |

(1) Gli estremi delle classi di valore delle esportazioni sono calcolati per ogni anno inflazionando le soglie sulla base dei valori medi unitari all'esportazione.

(2) Dati provvisori.

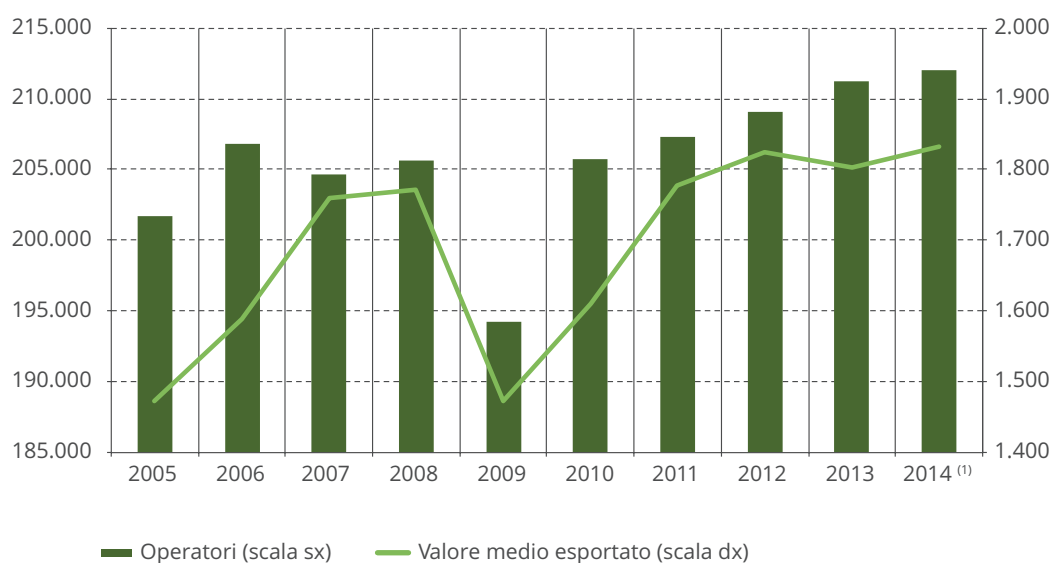
Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Nel decennio considerato, il valore medio esportato da ciascun operatore è passato da 1,5 a 1,8 milioni di euro, con una crescita complessiva del 24,4 per cento.<sup>7</sup>

La dinamica è stata via via più sostenuta al crescere della classe di fatturato di riferimento. Per questo indicatore la distanza tra le classi individuate è davvero molto ampia: si va, per il 2014, dai 91.000 euro delle piccole, ai 2,3 milioni delle medie, fino ai 35,8 milioni delle grandi. Sono proprio queste ultime, di fatto, a determinare il risultato aggregato delle esportazioni italiane, tanto nella fasi espansive quanto in quelle di ripiegamento.

### Grafico 6.1 - Evoluzione del numero degli esportatori e dei valori medi esportati

Numero di operatori all'esportazione; valori medi esportati in migliaia di euro



<sup>(1)</sup> Dati provvisori

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Nel 2014 gli operatori attivi almeno nel mercato dell'Unione Europea sono stati 153.583, mentre gli esportatori presenti in almeno uno dei mercati extra-UE sono stati 137.651.

Il valore medio di esportazioni per operatore più elevato, pari a 1,4 milioni di euro, si è registrato nelle transazioni con l'UE;<sup>8</sup> questo indicatore scende a 1,2 milioni per il resto del mondo.

Con 83.385 unità rilevate dall'Istat, si è sensibilmente ridotto rispetto al 2013 il numero di operatori presenti nei mercati europei non UE, a seguito prevalentemente delle minori presenze in Ucraina (da 10.845 a 9.015) e in Russia (da 21.913 a 20.645); in questi due mercati, peraltro, la riduzione del valore medio esportato è stata anche più sostenuta di quella del "margine estensivo". Al di fuori dell'Europa le aree maggiormente presidiate sono state l'Asia orientale (41.922 presenze), l'America settentrionale (40.287 presenze) e il Medio Oriente (34.949 presenze).

I primi paesi per presenza di esportatori italiani<sup>9</sup> sono stati la Germania (con oltre 70 mila presenze), la Francia (circa 68,5 mila) e la Svizzera (circa 53.500), seguiti da molti partner UE; tra questi si segnala la Croazia, paese in cui si è registrato anche quest'anno l'aumento più consistente nel numero degli operatori presenti, presumibilmente ancora sulla scia del suo ingresso nell'Unione

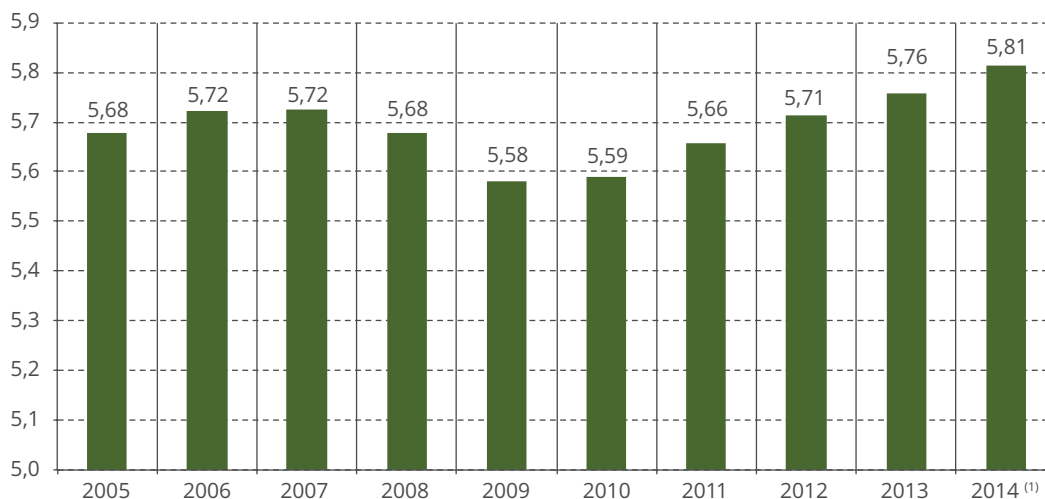
<sup>7</sup> Pari a circa il 2,5 per cento all'anno.

<sup>8</sup> Nell'Area dell'euro, il valore delle esportazioni per operatore è tuttavia sensibilmente più basso (1.197 migliaia di euro).

<sup>9</sup> Questo dato è disponibile per gli altri paesi nell'Approfondimento geografico dell'Annuario Istat-Ice (Parte 2 - tavole tipo 3).

Europea. Tra i primi venti mercati troviamo due soli partner extra-UE: gli Stati Uniti, al sesto posto con circa 36.650 operatori (circa 1.000 in più rispetto all'anno precedente), e la Russia, diciassettesima. Gli Stati Uniti (con 791 mila euro) figurano inoltre al secondo posto per valore medio delle esportazioni, subito dopo l'Algeria (846 mila euro); seguono Germania, Francia e, al quinto posto, la Cina (con circa 595 mila euro di fatturato medio).

**Grafico 6.2 - Numero medio dei mercati serviti per esportatore**



<sup>(1)</sup> Dati provvisori

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Il numero medio dei mercati esteri serviti da ciascun operatore, in crescita per il quinto anno consecutivo, ha segnato il suo livello di massimo, portandosi a 5,81.<sup>10</sup> Nonostante il nuovo ampliamento della popolazione di micro-esportatori, tra il 2013 e il 2014 si è ulteriormente ridotto (dal 43 al 42,9 per cento) il peso degli esportatori mono-mercato, in costante flessione dal 2010; in discesa anche il numero di imprese presenti in due mercati al massimo. Ciò è avvenuto a fronte di un incremento del peso delle imprese più internazionalizzate, quelle stabilmente esportatrici e presenti in oltre 40 mercati: a queste imprese, il 2,1 per cento del numero totale, si deve il 44,4 per cento delle esportazioni italiane; con l'ulteriore incremento determinatosi tra il 2013 e il 2014 per queste imprese si è compiuto pienamente il recupero della quota del 2008.

Per questo indicatore è stato possibile realizzare un confronto con i principali concorrenti dell'Area dell'euro (Tavola 6.3). Sebbene non sia possibile una stima puntuale, dai dati emerge come l'Italia abbia il grado più elevato di diversificazione geografica, con un numero di mercati medi serviti sostanzialmente in linea con quello della Francia e superiore a quello di Germania e Spagna.

Quest'ultima presenta l'anomalia più vistosa: a fronte di una distribuzione degli operatori dal punto di vista del numero di mercati serviti molto simile a quella italiana, il valore esportato appare meno concentrato sulla "coda destra" delle distribuzioni. Infatti le imprese spagnole che esportano su più di 20 mercati generano solo il 36,2 per cento delle esportazioni totali, contro il 68,5 per cento delle italiane, il 74,6 delle francesi, l'84,5 per cento delle tedesche. Le esportazioni italiane, più simili a quelle di Francia e Germania da questo punto di vista, presentano un livello di concentrazione molto più marcato rispetto alle esportazioni spagnole nella fascia delle imprese presenti in un numero di mercati molto ampio.

<sup>10</sup> Stima effettuata a partire dalla tavola 3.1.3 dell'Annuario Istat-Ice.

Per la Germania il peso sul numero totale degli operatori delle imprese mono-mercato è nettamente superiore a quello degli altri paesi, pur contribuendo solo al 2 per cento delle esportazioni totali, mentre sono relativamente meno rappresentate quelle presenti in un numero di paesi fino a 5; all'opposto le pochissime imprese presenti in più di 20 mercati rappresentano – come si è detto - l'84 per cento del totale delle esportazioni tedesche.

**Tavola 6.3 - Imprese esportatrici ed esportazioni per numero di paesi di destinazione delle merci**

Anno 2012

| Numero di paesi | Francia         |                       |                |                       | Germania        |                       |                |                       |
|-----------------|-----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|
|                 | Valori          |                       | Operatori      |                       | Valori          |                       | Operatori      |                       |
|                 | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.             | Peso % <sup>(1)</sup> | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.             | Peso % <sup>(1)</sup> |
| 1               | 7.824           | 2,0                   | 35.939         | 48,8                  | 19.766          | 2,0                   | 183.267        | 72,0                  |
| 2               | 4.550           | 1,1                   | 9.981          | 13,5                  | 7.093           | 0,7                   | 13.754         | 5,4                   |
| 3-5             | 19.278          | 4,8                   | 10.051         | 13,6                  | 21.559          | 2,2                   | 17.549         | 6,9                   |
| 6-9             | 18.582          | 4,6                   | 5.198          | 7,1                   | 28.990          | 3,0                   | 10.311         | 4,1                   |
| 10-14           | 26.099          | 6,5                   | 3.637          | 4,9                   | 36.306          | 3,7                   | 7.617          | 3,0                   |
| 15-19           | 25.301          | 6,3                   | 2.311          | 3,1                   | 37.964          | 3,9                   | 5.579          | 2,2                   |
| oltre 20        | 299.209         | 74,6                  | 6.587          | 8,9                   | 824.980         | 84,5                  | 16.303         | 6,4                   |
| Non specificati | 29.118          | -                     | 42.749         | -                     | 0               | -                     | 0              | -                     |
| <b>Totale</b>   | <b>429.961</b>  | <b>100,0</b>          | <b>116.453</b> | <b>100,0</b>          | <b>976.659</b>  | <b>100,0</b>          | <b>254.380</b> | <b>100,0</b>          |

| Numero di paesi | Italia          |                       |                |                       | Spagna          |                       |               |                       |
|-----------------|-----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
|                 | Valori          |                       | Operatori      |                       | Valori          |                       | Operatori     |                       |
|                 | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.             | Peso % <sup>(1)</sup> | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.            | Peso % <sup>(1)</sup> |
| 1               | 8.732           | 2,4                   | 81.233         | 42,7                  | 10.578          | 5,1                   | 32.436        | 44,2                  |
| 2               | 8.103           | 2,2                   | 27.588         | 14,5                  | 6.920           | 3,3                   | 10.754        | 14,6                  |
| 3-5             | 16.740          | 4,5                   | 32.842         | 17,3                  | 22.375          | 10,8                  | 12.688        | 17,3                  |
| 6-9             | 25.081          | 6,8                   | 17.135         | 9,0                   | 24.781          | 11,9                  | 6.398         | 8,7                   |
| 10-14           | 27.477          | 7,4                   | 10.769         | 5,7                   | 38.789          | 18,7                  | 3.900         | 5,3                   |
| 15-19           | 30.570          | 8,2                   | 6.343          | 3,3                   | 28.859          | 13,9                  | 2.222         | 3,0                   |
| oltre 20        | 254.297         | 68,5                  | 14.425         | 7,6                   | 75.225          | 36,2                  | 5.033         | 6,9                   |
| Non specificati | 751             | -                     | 2.070          | -                     | 0               | -                     | 0             | -                     |
| <b>Totale</b>   | <b>371.753</b>  | <b>100,0</b>          | <b>192.405</b> | <b>100,0</b>          | <b>207.527</b>  | <b>100,0</b>          | <b>73.431</b> | <b>100,0</b>          |

(1) Il denominatore del rapporto è dato dalla somma dei valori e del numero di operatori identificati.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

I dati sulle imprese classificate per livello degli addetti<sup>11</sup>, pur scontando un anno di ritardo rispetto a quelli sugli operatori commerciali, ci consentono di svolgere alcune considerazioni più direttamente collegate alle caratteristiche dimensionali delle stesse, nonché un confronto con i principali partner europei, sebbene limitatamente al 2012.

<sup>11</sup> Cfr. tavole da 3.2.1 a 3.2.14 dell'Annuario Istat-Ice.



**Tavola 6.4 - Imprese esportatrici ed esportazioni per classe di addetti**

Anno 2012

| Classe di addetti      | Francia         |                       |                      |                       |                        | Germania        |                       |                      |                       |                        |
|------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
|                        | Esportazioni    |                       | Imprese esportatrici |                       | Valore medio esportato | Esportazioni    |                       | Imprese esportatrici |                       | Valore medio esportato |
|                        | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.                   | Peso % <sup>(1)</sup> | Migliaia di euro       | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.                   | Peso % <sup>(1)</sup> | Migliaia di euro       |
| <b>Fino a 9</b>        | 78.440          | 18,4                  | 74.254               | 63,9                  | 1.056                  | 41.912          | 4,4                   | 106.806              | 58,1                  | 392                    |
| <b>Da 10 a 40</b>      | 41.535          | 9,7                   | 28.883               | 24,9                  | 1.438                  | 65.814          | 7,0                   | 52.060               | 28,3                  | 1.264                  |
| <b>Da 50 a 249</b>     | 64.539          | 15,1                  | 9.767                | 8,4                   | 6.608                  | 128.504         | 13,6                  | 19.168               | 10,4                  | 6.704                  |
| <b>Oltre 250</b>       | 241.791         | 56,7                  | 3.243                | 2,8                   | 74.558                 | 707.471         | 75,0                  | 5.678                | 3,1                   | 124.599                |
| <b>Non specificati</b> | 3.656           | -                     | 306                  | -                     | 11.947                 | 32.958          | -                     | 70.668               | -                     | 466                    |
| <b>Totale</b>          | <b>429.961</b>  | <b>100,0</b>          | <b>116.453</b>       | <b>100,0</b>          | <b>3.692</b>           | <b>976.659</b>  | <b>100,0</b>          | <b>254.380</b>       | <b>100,0</b>          | <b>3.839</b>           |

| Classe di addetti      | Italia          |                       |                      |                       |                        | Spagna          |                       |                      |                       |                        |
|------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
|                        | Esportazioni    |                       | Imprese esportatrici |                       | Valore medio esportato | Esportazioni    |                       | Imprese esportatrici |                       | Valore medio esportato |
|                        | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.                   | Peso % <sup>(1)</sup> | Migliaia di euro       | Milioni di euro | Peso % <sup>(1)</sup> | N.                   | Peso % <sup>(1)</sup> | Migliaia di euro       |
| <b>Fino a 9</b>        | 22.238          | 6,0                   | 125.565              | 65,3                  | 177                    | 22.605          | 10,9                  | 42.234               | 57,5                  | 535                    |
| <b>Da 10 a 40</b>      | 70.804          | 19,2                  | 54.243               | 28,2                  | 1.305                  | 31.124          | 15,0                  | 21.624               | 29,4                  | 1.439                  |
| <b>Da 50 a 249</b>     | 105.429         | 28,6                  | 10.523               | 5,5                   | 10.019                 | 46.880          | 22,6                  | 7.454                | 10,2                  | 6.289                  |
| <b>Oltre 250</b>       | 170.695         | 46,2                  | 1.912                | 1,0                   | 89.276                 | 106.918         | 51,5                  | 2.119                | 2,9                   | 50.457                 |
| <b>Non specificati</b> | 2.587           | -                     | 162                  | -                     | 15.966                 | 0               | -                     | 0                    | -                     | -                      |
| <b>Totale</b>          | <b>371.753</b>  | <b>100,0</b>          | <b>192.405</b>       | <b>100,0</b>          | <b>1.932</b>           | <b>207.527</b>  | <b>100,0</b>          | <b>73.431</b>        | <b>100,0</b>          | <b>2.826</b>           |

(1) Il denominatore del rapporto è dato dalla somma delle imprese identificate.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Eurostat

Il confronto con i principali partner europei, con le opportune cautele<sup>12</sup>, è stato effettuato anche con riferimento alla struttura dimensionale, per classe di addetti, delle imprese esportatrici. Qui emerge almeno in parte l'anomalia che caratterizza il sistema produttivo italiano: benché le micro-imprese esportatrici siano molto numerose, esse rappresentano una quota relativamente bassa, paragonabile solo a quella della Germania, di fatturato all'estero. I dati della Germania presentano un'ulteriore anomalia rispetto agli altri paesi Ue presenti nel confronto: la quota di fatturato all'export in capo alle grandi imprese (75 per cento nel 2012) è infatti elevatissima. L'Italia ha invece livelli di esportazioni al di sopra della media nel caso delle medie imprese e di quelle piccole con un numero di addetti compreso tra 10 e 49.

Tornando all'Italia, nel 2013 sono state censite dall'Istat 191.262 imprese esportatrici, 1.267 in più di quelle del 2012. Questo livello rappresenta un nuovo punto di massimo.

L'incremento è dovuto esclusivamente alle micro-imprese, essendosi ridotto il numero di tutte le classi con più di 10 addetti, per le quali si è avuto complessivamente un saldo negativo di 680 unità; la flessione più ampia (-418 unità) si è determinata per le più "grandi" tra le piccole imprese, quelle con un numero di addetti compreso tra 20 e 49.

Questa circostanza ha caratterizzato tutti gli anni successivi alla caduta del 2009, tant'è che il numero degli esportatori si è mantenuto generalmente al di sotto di quello del 2008 per tutte le imprese con un numero di addetti uguale o superiore a 10.

<sup>12</sup> Per la Germania, ad esempio, è molto numerosa la classe di imprese esportatrici con addetti non specificati.

Di contro, la quota di imprese esportatrici sul totale delle imprese attive è generalmente salita (dal 4,2 del 2008 al 4,5 per cento del 2013); fanno eccezione, nel dettaglio per classi di addetti, le medie imprese e le più piccole tra le grandi imprese esportatrici (quelle con un numero di addetti compreso tra 250 e 499). Anche in termini di addetti si riscontra un andamento simile (la quota di addetti occupati in imprese esportatrici sul totale delle attive è passata tra il 2008 e il 2013 dal 27,1 al 27,8 per cento), con un ritardo delle imprese medie e medio-grandi. Questo innalzamento del margine intensivo si è tuttavia prodotto a fronte di un livello complessivo di occupati nelle imprese esportatrici (circa 4.380.000) che è ancora al di sotto di quello del 2009 (circa 4.818.000).

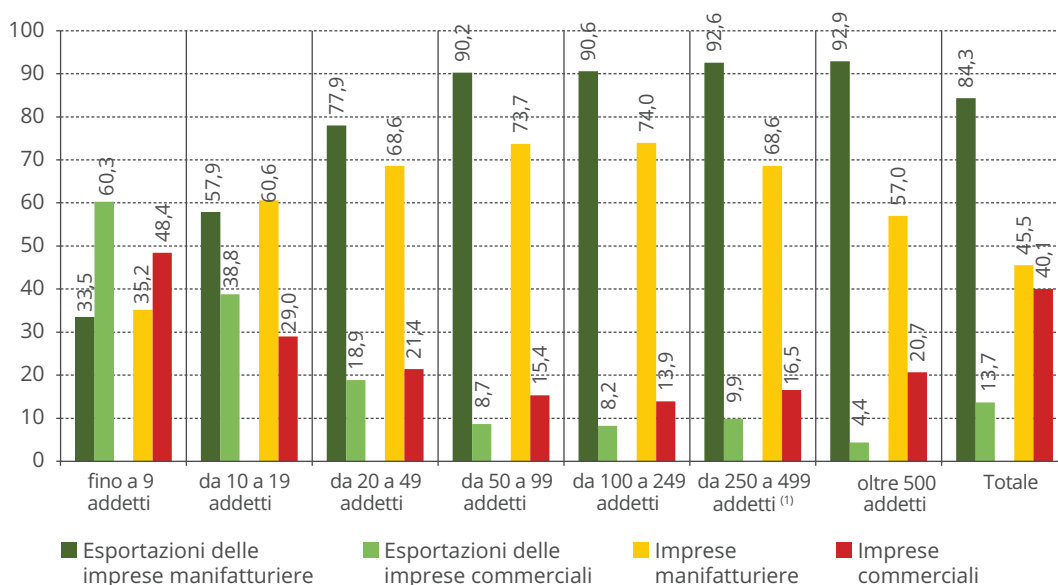
Nella sezione 3 dell'Annuario Istat-Ice è stata inserita quest'anno una nuova tavola che individua tra le imprese esportatrici quelle manifatturiere e quelle commerciali, raggruppandole per classi di propensione all'export e di addetti.<sup>13</sup> I dati ci mostrano che delle 191.862 imprese esportatrici, ben 76.631, pari al 40,1 per cento del totale, sono imprese commerciali e che queste imprese realizzano il 14,3 per cento del fatturato estero. Le 87.110 imprese esportatrici manifatturiere, pari al 45,5 per cento del totale di quelle attive sui mercati esteri, rappresentano invece l'84,3 per cento delle esportazioni italiane. Le altre 27.521 imprese, non riconducibili ai due macro-settori citati, rappresentano il 2 per cento del totale delle esportazioni italiane di merci.

La quota più elevata di imprese commerciali si rileva tra le micro-imprese (48,4 per cento): al crescere della classe dimensionale, il peso degli intermediari commerciali scende vistosamente, raggiungendo il proprio minimo (13,9 per cento) tra le imprese con addetti tra 100 e 249; da questo punto in poi la quota delle imprese commerciali sul totale torna a salire, per raggiungere il 20,7 per cento tra quelle con più di 500 addetti.

Simmetricamente, la quota di imprese manifatturiere sul totale delle esportatrici passa dal 35,2 per cento delle micro-imprese al 74 per cento delle medie; al di sopra di questa soglia il peso declina fino al 57 per cento delle imprese più grandi. Dal punto di vista delle esportazioni, invece, l'andamento è sempre crescente e passa, al crescere dell'impresa, da un minimo del 33,5 per cento a un massimo del 92,9 per cento.

**Grafico 6.3 - Imprese manifatturiere e commerciali sul totale delle esportatrici**

Peso % sul totale della classe di addetti, anno 2013



<sup>(1)</sup> La somma dei pesi delle esportazioni supera il 100 poiché alcuni dei valori della classe superiore sono stati oscurati ai sensi delle norme sulla tutela della riservatezza e aggiunti alla classe di addetti inferiore.

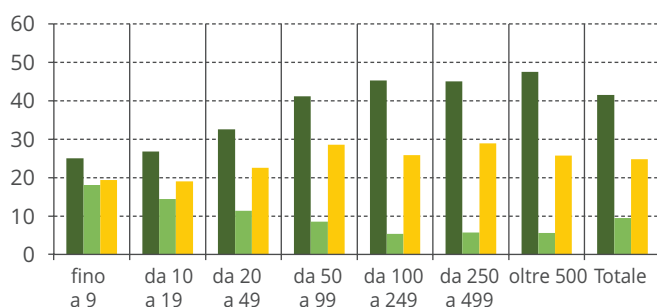
Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

<sup>13</sup> Cfr. tavola 3.2.6 dell'Annuario Istat-Ice.

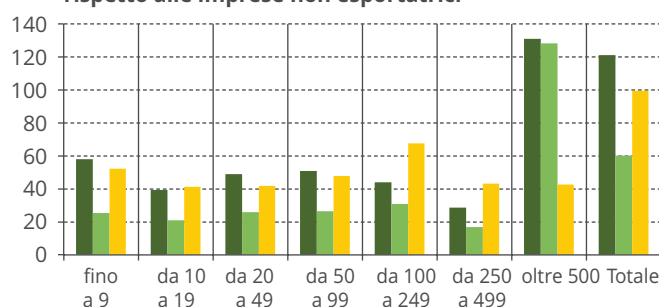
Un'ulteriore innovazione dell'Annuario Istat-Ice è rappresentata dalla tavola 3.2.2, in cui si confrontano le imprese esportatrici e non esportatrici attraverso il differenziale di alcuni tra i principali indicatori di performance economica; come per la tavola 3.2.6 appaiono di notevole interesse la distinzione tra imprese manifatturiere e commerciali e la rappresentazione per classe di addetti di questi nuovi indicatori. Nel Grafico 6.4 sono stati riportati questi dati.

**Grafico 6.4 - Principali indicatori di performance economica delle imprese esportatrici per classe di addetti**  
Valori percentuali

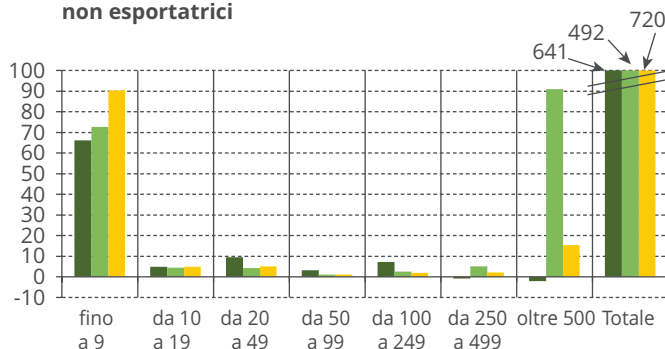
**6.4.1 - Propensione all'export**



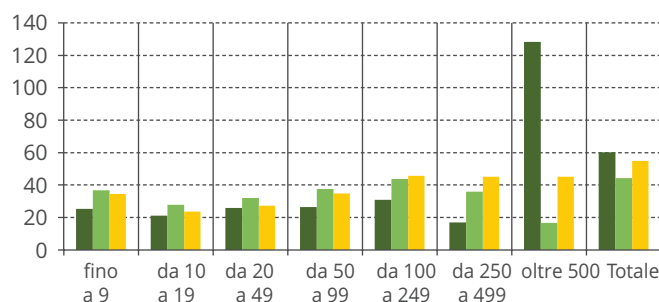
**6.4.2 - Differenziale di valore aggiunto per addetto rispetto alle imprese non esportatrici**



**6.4.3 - Differenziale di dimensione rispetto alle imprese non esportatrici**



**6.4.4 - Differenziale di costo del lavoro per dipendente rispetto alle imprese non esportatrici**



■ Manifattura ■ Commercio ■ Totale attività economiche

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Se per le imprese manifatturiere la propensione all'export è tendenzialmente crescente al crescere della dimensione d'impresa, per le imprese commerciali i dati rivelano una correlazione inversa tra queste due variabili e, per tutte le classi, un grado di internazionalizzazione sensibilmente più basso di quello delle manifatturiere. Come già osservato in precedenti edizioni di questo Rapporto, le imprese attive sui mercati esteri sono mediamente più grandi di quelle che operano soltanto sul mercato interno, rispetto alle quali vantano anche maggiori livelli di produttività e qualità della manodopera; se per il valore aggiunto però la differenza è più marcata nel caso delle imprese manifatturiere, per il costo del lavoro, che assumiamo descrivere la qualità del lavoro impiegato, i vantaggi delle imprese commerciali esportatrici sono sistematicamente più ampi.

## 6.2 L'internazionalizzazione delle imprese italiane tramite investimenti diretti esteri

Oltre che attraverso le attività di commercio estero, i processi di internazionalizzazione delle imprese si esplicano attraverso una molteplicità di altre forme, diverse sia per natura, sia per rilevanza economica. Tra di esse, assume particolare rilevanza per l'impatto che esercita sulle strategie e sulla *performance* di impresa l'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri (Ide), collegata alle partecipazioni azionarie (di maggioranza, paritarie e di minoranza qualificata) detenute in sussidiarie, filiali, affiliate, *joint ventures*, nonché gli incroci azionari a supporto di alleanze strategiche; tali partecipazioni possono derivare sia da acquisizioni di quote di imprese estere già attive (*cross-border M&As*), sia dalla costituzione ex novo di attività economiche (investimenti *greenfield*). Per complessità gestionale e livello di impegno finanziario richiesto all'impresa, esportazioni e investimenti diretti tramite Ide si pongono agli estremi di un *continuum* popolato da una pluralità di forme di internazionalizzazione, le cosiddette "forme intermedie" o "strategie di internazionalizzazione leggera", che includono gli accordi di tipo commerciale o tecnico-produttivo e commerciale, i progetti di collaborazione più strutturata (*joint ventures*), fino alla nascita di imprese estere, con capitali locali, ad opera di imprenditori italiani; la loro numerosità e articolazione sono tuttavia tali da rendere pressoché impossibile una loro rilevazione estensiva.<sup>14</sup>

Le forme di internazionalizzazione tramite Ide sono invece oggetto in Italia di due distinte rilevazioni, che ci consentono di analizzare i principali tratti strutturali e le dinamiche di questo importante aspetto dei processi di internazionalizzazione. Una prima rilevazione, attualmente aggiornata al 31 dicembre 2012, è quella eseguita da Istat, che si estende all'intero spettro delle attività economiche ma riguarda le sole attività controllate dalle imprese italiane all'estero (nonché dalle multinazionali estere in Italia). Una seconda rilevazione, supportata da Ice-Agenzia, si basa invece sulla banca dati Ice-Reprint, sviluppata da R&P con la collaborazione del Politecnico di Milano. Dal punto di vista settoriale, la copertura della banca dati si concentra sul comparto industriale (industria estrattiva; industria manifatturiera; energia, gas e acqua; costruzioni) e sui settori terziari che di tale comparto supportano l'attività (commercio all'ingrosso; logistica e trasporti; servizi Ict; servizi alle imprese); in questi settori sono tuttavia censite tutte le partecipazioni delle imprese italiane all'estero e le partecipazioni estere in Italia, ivi incluse dunque anche le *joint ventures* e le partecipazioni di minoranza. In questa sede discuteremo una serie di elaborazioni tratte da questa seconda rilevazione, che ha il pregio di risultare dal punto di vista temporale tendenzialmente allineata ai dati di commercio estero. Da alcuni anni, infatti, i ricercatori che si occupano dell'aggiornamento della banca dati Ice-Reprint forniscono in tempo utile per la realizzazione del presente Rapporto una serie di elaborazioni preliminari riferite alle partecipazioni in essere alla fine dell'anno precedente. I dati in questa sede commentati si riferiscono dunque per quanto possibile allo stock di imprese estere partecipate da imprese italiane alla fine del 2014 e tengono conto delle principali nuove iniziative (operazioni di M&A, investimenti *greenfield* e dismissioni) attivate da imprese italiane all'estero in tale anno.<sup>15</sup>

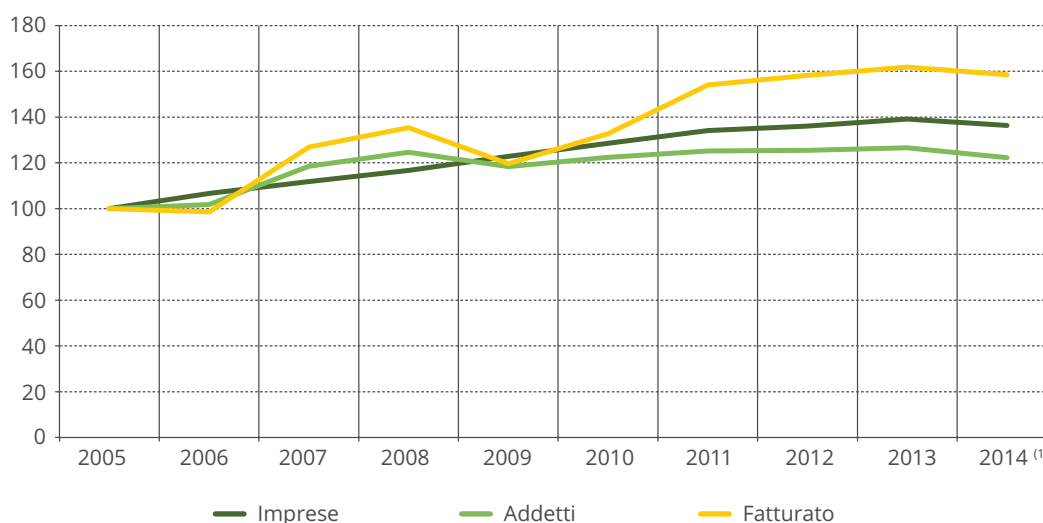
<sup>14</sup> Per un approfondimento sull'argomento si rimanda a "La delocalizzazione nel sistema delle imprese: strategie, performance, ostacoli" di Stefano Costa e Francesca Luchetti nel precedente Rapporto.

<sup>15</sup> In particolare, nelle elaborazioni preliminari riferite al 2014 sono state considerate tutte le iniziative annunciate pubblicamente (con copertura dunque pressoché totale delle imprese quotate) e quelle già censite dalle banche dati internazionali. Si osserva come una parte significativa dei dati di bilancio relativi alle partecipate estere si riferisca tuttavia ancora all'esercizio 2013, non essendo ancora disponibile nelle banche dati buona parte dei bilanci riferiti all'esercizio 2014. È altresì verosimile anche alcuni nuovi investimenti e disinvestimenti – in particolare quelli delle imprese di minori dimensioni, spesso non annunciati pubblicamente – siano per ora sfuggiti al rilevamento, ma le loro dimensioni sono probabilmente tali da non modificare in misura significativa le tendenze che emergono dai dati sin qui raccolti e che vengono di seguito commentate nei loro tratti principali.

I dati preliminari estratti dalla banca dati Ice-Reprint riferiti alle partecipazioni in essere a fine 2014 evidenziano per la prima volta dopo il 2009 una contrazione nei principali indicatori di consistenza delle imprese estere a controllo italiano rispetto al 2013 (-2 per cento per il numero di imprese, -3,5 per cento i dipendenti e -2,1 per cento il fatturato). Contrazioni di analoga entità (rispettivamente -2,2 per cento, -3,1 per cento e -1,2 per cento) si registrano anche con riferimento all'insieme di tutte le partecipazioni italiane all'estero (ovvero considerando oltre alle partecipazioni di controllo anche le joint ventures paritarie e le partecipazioni di minoranza). Tale andamento è in larga parte determinato dal venir meno nel computo della consistenza delle attività estere a partecipazione italiana delle partecipazioni oltre confine riconducibili alle imprese italiane che nel periodo considerato sono state oggetto di acquisizione da parte di investitori esteri.<sup>16</sup> Assai meno rilevante è stato l'impatto delle dismissioni vere e proprie, quali vanno considerate le attività estere a partecipazione italiana che nel corso del 2014 hanno cessato l'attività o sono state cedute a investitori di altra nazionalità. In tal senso, modesto è l'impatto delle operazioni di *re-shoring*, tese a riportare in Italia attività produttive precedentemente svolte all'estero.<sup>17</sup> Parimenti, di modesto rilievo è l'apporto addizionale delle nuove partecipazioni attivate all'estero dalle imprese italiane nel corso dell'anno, condizionato sia dal persistere della fase recessiva, che ha ridotto le capacità di investimento di molte imprese, sia dall'andamento dei tassi di cambio, che ha reso più onerose le iniziative nella maggior parte dei paesi extra-europei.<sup>18</sup>

#### Grafico 6.5 - Le controllate delle imprese italiane all'estero

Indici: base 2005 = 100



<sup>(1)</sup> 2014: Dati preliminari

Fonte: elaborazione su banca dati Reprint, ICE-Politcnico di Milano.

- <sup>16</sup> La consolidata metodologia alla base dell'aggiornamento della banca dati Reprint comporta nel caso di acquisizione di un'impresa italiana attiva oltre confine da parte di un gruppo estero l'automatica cancellazione delle attività estere partecipate dal novero delle attività estere a partecipazione italiana, essendone il relativo controllo ormai ascrivibile al nuovo gruppo (estero) di appartenenza. Tra le multinazionali italiane oggetto di acquisizione dall'estero negli ultimi anni si ricordano Parmalat e Bulgari nel 2011, Buongiorno e Ducati nel 2012, Marazzi e Loro Piana nel 2013, Indesit nel 2014; a esse dovrebbe aggiungersi nel corso del 2015 Pirelli.
- <sup>17</sup> Molto probabilmente, per le imprese italiane il *re-shoring* ha riguardato soprattutto produzioni precedentemente affidate all'estero a terzi su base contrattuale, anche perché la grande maggioranza delle produzioni effettuate dalle filiali estere è destinato alla vendita all'estero e non alla reimportazione verso l'Italia. Cfr. Istat, Struttura, performance e nuovi investimenti delle multinazionali italiane all'estero, 15 dicembre 2014.
- <sup>18</sup> Il bilancio complessivo dovrebbe tenere conto anche delle variazioni dimensionali (che possono avere segno positivo o negativo) delle imprese già partecipate; di tale componente non è tuttavia possibile tenere conto nella rilevazione preliminare riferita al 2014, non essendo ancora disponibile la larga maggioranza dei bilanci delle imprese (cfr. nota 15).

Se la dinamica congiunturale non appare positiva, il giudizio complessivo sull'attuale fase di internazionalizzazione delle imprese italiane si fa più articolato se l'analisi viene riferita all'intero periodo della crisi. Nel complesso, dal 2008 ad oggi la consistenza complessiva delle partecipazioni italiane all'estero è cresciuta e la maggior parte delle imprese multinazionali a base italiana ha saputo mantenere – e talvolta persino consolidare – la propria presenza diretta sui mercati internazionali, spesso presupposto fondamentale per mantenere e possibilmente incrementare le proprie quote di mercato, soprattutto nei paesi geograficamente e culturalmente più lontani.

Questo marca una profonda differenza rispetto a quanto era avvenuto in corrispondenza di altre crisi economiche di rilevanza globale, in particolare quelle determinate dagli shock petroliferi del 1973-1974 e del 1980-1981, quella di inizio anni novanta che ha comportato per il nostro paese la forte svalutazione della lira e infine quella di inizio millennio, collegata alla bolla della *new economy*. A tali fasi recessive era regolarmente seguita una fase caratterizzata da una più o meno ampia contrazione della consistenza complessiva delle attività partecipate all'estero dalle imprese italiane, esito per lo più di precise scelte strategiche compiute dalle nostre imprese di rifocalizzarsi sul proprio *core business*, allora per molte di esse ancora basato in grande prevalenza sul mercato interno. Ciò aveva determinato significative dismissioni di attività estere, dismissioni talvolta sfociate in vere e proprie "ritirate" dalla scena internazionale di alcuni protagonisti.

Tale situazione non si è ripetuta, almeno nelle dimensioni del passato, negli anni più recenti, pur a fronte di una recessione senza precedenti dall'ultimo dopoguerra. La crisi ha certamente costretto molte imprese a rivedere le proprie strutture aziendali, apportando laddove necessario opportuni tagli e ristrutturazioni talvolta anche dolorose, ma non si segnalano casi rilevanti di dismissioni su larga scala delle attività estere, come era invece avvenuto nelle precedenti situazioni di negativa congiuntura internazionale. A fronte della forte contrazione del mercato interno le imprese italiane hanno reagito nel loro insieme cercando di mantenere e se possibile consolidare la propria presenza sui principali mercati esteri, spesso faticosamente costruita o rafforzata proprio negli anni immediatamente precedenti la crisi. Non sono anzi mancati casi di medie e grandi imprese che proprio in questi ultimi anni hanno saputo cogliere importanti opportunità per rafforzare il proprio posizionamento internazionale attraverso acquisizioni mirate, riuscendo talvolta – anche grazie a situazioni contingenti – a limitare l'entità finanziaria delle operazioni: valga per tutte il caso Fiat-Chrysler, che ha visto Fiat entrare inizialmente nel capitale della casa statunitense a fronte di un esborso nullo di capitale, ma in virtù di un preciso piano industriale e del riconoscimento delle proprie competenze sugli autoveicoli di piccola cilindrata, essenziali per la rinascita del marchio americano.

Va inoltre sottolineato l'andamento delle partecipazioni di controllo, che rappresentano la parte più strategicamente rilevante del fenomeno osservato, la cui evoluzione recente è stata più favorevole della dinamica generale prima discussa. Tra il 2008 e il 2014 il numero totale degli addetti delle partecipate italiane all'estero si è ridotto di quasi 98 mila unità, mentre per le partecipazioni di controllo la riduzione dell'occupazione estera è risultata pari a poco più di 23 mila unità. Su tale andamento pesano peraltro in misura rilevante due specifiche operazioni: la conquista nel 2011 da parte del gruppo Fiat del controllo del gruppo Chrysler, di cui deteneva una partecipazione dal 2009, e la cessione della partecipazione di Exor nel gruppo svizzero SGS, avvenuta nel 2013.

Anche durante la crisi è inoltre proseguito senza soste il progressivo allargamento del club delle multinazionali italiane, avviatosi nel corso degli anni novanta con l'affacciarsi sulla scena internazionale delle Pmi. Il numero delle imprese italiane con partecipazioni all'estero è più che raddoppiato negli anni duemila e nel 2013 si contavano oltre 11.300 investitori, tra imprese singole e gruppi industriali. Tra di essi, la grande maggioranza è rappresentata da Pmi: il 61,8 per cento

degli investitori all'estero conta meno di 50 addetti presso la casa-madre, mentre un altro 26,7 per cento appartiene alla fascia dimensionale compresa tra 50 e 249 addetti e solo l'11,5 per cento delle multinazionali italiane conta almeno 250 addetti.

Il contributo delle imprese di maggiori dimensioni alla consistenza delle partecipazioni estere rimane tuttavia preponderante in termini di addetti e fatturato ed è addirittura aumentato negli anni duemila, anche per effetto di alcune importanti operazioni di M&A messe a segno dai principali gruppi industriali del paese (si pensi ad esempio ai casi Enel-Endesa e Fiat-Chrysler). I dati preliminari riferiti al 2014 evidenziano come poco meno dei tre quarti degli addetti delle partecipate all'estero (73,3 per cento) e quasi i nove decimi del loro fatturato (86,2 per cento) siano ascrivibili a case-madri con 250 o più addetti; le sole case-madri con 1.000 e più addetti pesano per circa i due terzi degli addetti e addirittura per i quattro quinti del fatturato totale delle partecipate estere.<sup>19</sup> In particolare, sono state le grandi imprese delle *utilities* e del settore terziario a registrare i tassi di crescita più significativi negli anni duemila. Questa circostanza può essere considerata come un'evidenza empirica della relazione che lega la capacità di effettuare investimenti diretti esteri alla dimensione dell'impresa.

A margine di queste considerazioni, si sottolinea il contributo delle imprese della classe dimensionale intermedia, quelle tra 50 e 249 addetti, cui è dovuta la crescita più sostenuta – in relazione al numero di addetti e al fatturato delle partecipate estere – degli investimenti produttivi in uscita dall'Italia negli anni novanta e nei primi anni duemila. Anche negli anni della crisi queste imprese hanno continuato a sviluppare le proprie attività sui mercati internazionali, sia attraverso investimenti *greenfield*, sia per mezzo di acquisizioni, allargando spesso il loro raggio d'azione alle Americhe e all'Asia. A fine 2014, le partecipate estere di queste imprese occupavano circa 250 mila addetti, pari al 16,7 per cento del totale, per un giro d'affari di oltre 54 miliardi di euro (il 9,7 per cento del totale).

Infine, il contributo delle piccole, seppur modesto in termini relativi, ha comunque una consistenza assoluta non certo trascurabile, per lo meno in riferimento al numero di addetti: l'occupazione complessiva delle partecipate estere delle imprese italiane con meno di 50 addetti si attesta poco al di sotto delle 150 mila unità (10 per cento del totale), mentre in termini di fatturato (poco meno di 23 miliardi di euro) il loro contributo scende al 4,1 per cento. Nel loro insieme, le partecipate estere delle Pmi (indicando come tali tutte le case-madri con meno di 250 addetti) occupano poco meno di 400 mila addetti e il loro fatturato supera i 77 miliardi di euro. Va anche sottolineato come i dati sulle partecipazioni estere delle piccole e delle medie imprese offrano una rappresentazione comunque parziale delle attività produttive e commerciali da esse indotte fuori dei confini nazionali, dato che tali imprese ricorrono assai spesso a forme di internazionalizzazione leggera, come gli accordi di tipo commerciale o tecnico-produttivo, che comportano una maggiore flessibilità e minori costi fissi rispetto agli investimenti diretti esteri.

Dal punto di vista delle direttrici geografiche, la tendenza principale durante la crisi (2008-2014) è stata nel senso di una riduzione del peso dei paesi Ue-27, che sia pure rimanendo di gran lunga l'area di maggiore presenza delle imprese italiane e a fronte di un incremento del numero di im-

<sup>19</sup> La taglia dimensionale si riferisce alle dimensioni attuali della sola casa-madre e non consolida i dipendenti delle controllate, italiane ed estere; in questa categoria non figurano dunque imprese che in realtà vi andrebbero inserite se considerate nelle dimensioni di gruppo, mentre altre imprese sono oggi classificate in questa classe dimensionale per effetto di una crescita spesso collegata proprio al successo delle proprie strategie di internazionalizzazione. Per contro, non poche imprese che in passato facevano parte di questa categoria figurano invece ora nelle categorie dimensionali inferiori, per effetto della crisi e del conseguente downsizing, talvolta collegato anche a strategie di delocalizzazione produttiva. Va altresì ricordato come nel caso non infrequente in cui la partecipazione nell'impresa estera sia detenuta da una holding, all'investitore viene assegnata la dimensione dell'impresa cui è attribuibile il coordinamento operativo delle attività estere (impresa che può essere la controllante della holding, oppure una sua controllata).

prese partecipate (+1.000 unità, da 14.423 a 15.423) hanno visto ridursi di oltre 105 mila unità il numero dei loro dipendenti (da 735 mila a meno di 630 mila). In forte calo anche l'occupazione delle partecipate negli altri paesi europei, con un saldo negativo per quasi 45 mila unità (da oltre 181 mila a circa 136.500). In forte crescita risulta di converso l'occupazione delle partecipate nelle Americhe (+33 mila unità in America settentrionale; +23 mila in America Latina), grazie soprattutto al contributo dell'industria manifatturiera nella prima area (protagonisti Fiat, Finmeccanica e molte imprese di media dimensione, soprattutto della meccanica strumentale) e dei servizi nella seconda (con Enel e Telecom Italia in prima linea).<sup>20</sup> Nelle rimanenti aree geografiche si registrano variazioni di modesta entità, di segno complessivamente positivo in Africa e negativo in Asia e Oceania. Sia pure a fronte di modeste variazioni nella consistenza aggregata delle partecipazioni italiane, si riscontra in queste aree una generale crescita del loro spessore strategico, testimoniata dalla crescita delle partecipazioni di controllo a scapito di quella delle joint ventures minoritarie e paritarie, che talvolta esse sostituiscono.

Come per le esportazioni, è dunque in atto un progressivo spostamento verso i nuovi mercati, dove si dirigono in prevalenza le nuove iniziative di investimento; tale processo avanza però con relativa lentezza, soprattutto nelle aree a più forte crescita dell'Asia e del Pacifico. Sulla stagnazione della consistenza complessiva delle attività a partecipazione italiana in Asia pesano anche gli esiti negativi di alcune joint ventures attivate in passato da grandi imprese italiane, che hanno di fatto annullato il contributo delle iniziative attivate in questi ultimi anni da numerose imprese, spesso di piccole e medie dimensioni. Da un lato, dunque, nel loro insieme le medio-grandi e grandi imprese del nostro paese – fatte salve alcune rilevanti eccezioni – sembrano non aver ancora saputo cogliere appieno le grandi potenzialità di questi mercati; dall'altro lato, si manifestano appieno in questa circostanza le difficoltà che debbono affrontare le imprese di più piccole dimensioni nell'approcciare paesi da cui ci separano grandi distanze geografiche e culturali.

**Tavola 6.6 - Distribuzione delle partecipate, degli addetti e del fatturato per area geografica di localizzazione**

Valori in milioni di euro, dati al 31.12.2014<sup>(1)</sup>

|                                   | Valori assoluti |                  |                | Valori percentuali |              |              |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|----------------|--------------------|--------------|--------------|
|                                   | Partecipate     | Addetti          | Fatturato      | Partecipate        | Addetti      | Fatturato    |
| <b>Unione Europea 27</b>          | 15.423          | 629.287          | 297.066        | 51,7               | 42,2         | 53,2         |
| <b>Altri paesi europei</b>        | 2.985           | 136.532          | 39.961         | 10,0               | 9,2          | 7,2          |
| <b>Africa settentrionale</b>      | 909             | 61.335           | 9.792          | 3,0                | 4,1          | 1,8          |
| <b>Altri paesi africani</b>       | 464             | 41.962           | 20.348         | 1,6                | 2,8          | 3,6          |
| <b>America settentrionale</b>     | 3.211           | 170.408          | 81.295         | 10,8               | 11,4         | 14,6         |
| <b>America centro-meridionale</b> | 2.518           | 253.752          | 66.888         | 8,4                | 17,0         | 12,0         |
| <b>Medio Oriente</b>              | 428             | 13.823           | 3.549          | 1,4                | 0,9          | 0,6          |
| <b>Asia centrale</b>              | 725             | 35.023           | 9.539          | 2,4                | 2,3          | 1,7          |
| <b>Asia orientale</b>             | 2.864           | 141.614          | 25.533         | 9,6                | 9,5          | 4,6          |
| <b>Oceania</b>                    | 312             | 6.784            | 4.513          | 1,0                | 0,5          | 0,8          |
| <b>Totale</b>                     | <b>29.839</b>   | <b>1.490.520</b> | <b>558.482</b> | <b>100,0</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) Dati preliminari

Fonte: elaborazione su dati Reprint, ICE-Plitecnico di Milano.

<sup>20</sup> Si osserva come in entrambi i casi siano stati interrotti trend negativi di lungo periodo che negli anni novanta e nei primi anni duemila avevano determinato una drastica riduzione del peso delle Americhe nel portafoglio delle attività italiane all'estero.



Riguardo alle Pmi, si conferma nel tempo il prevalere di scelte localizzative coerenti con un modello di tipo "gravitazionale", che le vede orientate a seguire con maggiore attenzione i mercati geograficamente più vicini, con strategie volte a selezionare tra i mercati a più alto potenziale quelli meno battuti dalla concorrenza delle imprese italiane ed estere di maggiori dimensioni. L'incidenza degli investitori con meno di 50 addetti risulta nettamente superiore alla media in termini di addetti delle imprese partecipate in Europa (e in particolare nei nuovi paesi Ue), sulle sponde meridionali e orientali del Mediterraneo e in Medio Oriente; viceversa, il loro peso è nettamente inferiore alla media nelle Americhe e in Oceania. Anche le medie imprese (50-249 addetti) mostrano una propensione più elevata della media a investire in Europa e in Africa settentrionale; la quota loro spettante assume tuttavia il valore più elevato nell'Asia orientale, dove spesso tali imprese si sono mosse con maggiore tempestività rispetto alle imprese di maggiori dimensioni, alcune delle quali sono rimaste ai margini dei grandi mercati emergenti dell'Oriente. Infine, le partecipazioni attribuibili alle imprese con 250 e più addetti assumono particolare rilievo nelle Americhe, come detto, grazie soprattutto alle attività del gruppo Fiat in Nord America e della stessa Fiat, di Telecom Italia e di Enel in America centro-meridionale.

**Tavola 6.7 - Distribuzione percentuale degli addetti e del fatturato delle partecipate estere per area geografica di localizzazione dell'investimento e classe dimensionale (addetti) dell'investitore**

In percentuale, dati al 31.12.2014<sup>(1)</sup>

|                                   | Addetti   |             |             |        |                  | Fatturato |             |             |        |                  |
|-----------------------------------|-----------|-------------|-------------|--------|------------------|-----------|-------------|-------------|--------|------------------|
|                                   | da 1 a 49 | da 50 a 249 | 250 e oltre | Totale | Peso % dell'area | da 1 a 49 | da 50 a 249 | 250 e oltre | Totale | Peso % dell'area |
| <b>Unione Europea 27</b>          | 13,9      | 19,3        | 66,8        | 100,0  | 42,2             | 5,2       | 10,8        | 84,0        | 100,0  | 53,2             |
| <b>Altri paesi europei</b>        | 15,5      | 19,2        | 65,3        | 100,0  | 9,2              | 6,4       | 10,9        | 82,6        | 100,0  | 7,2              |
| <b>Africa settentrionale</b>      | 11,6      | 17,4        | 71,0        | 100,0  | 4,1              | 4,5       | 7,5         | 88,0        | 100,0  | 1,8              |
| <b>Altri paesi africani</b>       | 13,6      | 9,7         | 76,6        | 100,0  | 2,8              | 1,6       | 5,9         | 92,5        | 100,0  | 3,6              |
| <b>America settentrionale</b>     | 3,4       | 11,2        | 85,3        | 100,0  | 11,4             | 2,2       | 7,4         | 90,4        | 100,0  | 14,6             |
| <b>America centro-meridionale</b> | 3,4       | 11,8        | 84,8        | 100,0  | 17,0             | 1,3       | 7,2         | 91,5        | 100,0  | 12,0             |
| <b>Medio Oriente</b>              | 12,5      | 18,5        | 69,0        | 100,0  | 0,9              | 3,3       | 8,1         | 88,6        | 100,0  | 0,6              |
| <b>Asia centrale</b>              | 7,1       | 12,8        | 80,1        | 100,0  | 2,3              | 4,6       | 7,7         | 87,6        | 100,0  | 1,7              |
| <b>Asia orientale</b>             | 6,1       | 21,2        | 72,7        | 100,0  | 9,5              | 4,0       | 14,1        | 81,9        | 100,0  | 4,6              |
| <b>Oceania</b>                    | 4,4       | 14,8        | 80,8        | 100,0  | 0,5              | 1,1       | 10,3        | 88,7        | 100,0  | 0,8              |
| <b>Totale</b>                     | 10,0      | 16,7        | 73,3        | 100,0  | 100,0            | 4,1       | 9,7         | 86,2        | 100,0  | 100,0            |

(1) Dati preliminari

Fonte: elaborazione su dati Reprint, ICE-Plitecnico di Milano.

Dal punto di vista settoriale, il contributo delle piccole e medie imprese risulta assai più elevato della media nei settori manifatturieri a più basso contenuto tecnologico, tipici del made in Italy (alimentare, tessile, abbigliamento, cuoio e calzature, legno, mobili, altre industrie manifatturiere, prodotti in metallo). In molti comparti il contributo delle piccole e medie imprese (fino a 249 addetti) alla consistenza complessiva delle attività estere a partecipazione italiana, in termini di addetti e fatturato, è ulteriormente incrementato negli ultimi anni, anche per effetto del *downsizing* delle imprese italiane del settore (che in alcuni casi hanno drasticamente ridotto l'attività produttiva in Italia, trasferendo buona parte in paesi a più basso costo del lavoro e mantenendo in Italia le attività più pregiate della catena del valore, quali le attività direzionali, il coordinamento delle attività commerciali e di marketing e le attività di sviluppo tecnologico e di prodotto (ivi inclusa in genere la realizzazione di modelli e prototipi).

**Tavola 6.8 - Distribuzione degli addetti delle partecipate estere per settore di attività all'estero e classe dimensionale (addetti) dell'investitore**

In percentuale, dati al 31.12.2014<sup>(1)</sup>

|  | 2008        |             |             |              |                    | 2014        |             |             |              |                    |
|--|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------------|
|  | da 1 a 49   | da 50 a 249 | 250 e oltre | Totale       | Peso % del settore | da 1 a 49   | da 50 a 249 | 250 e oltre | Totale       | Peso % del settore |
| Industria estrattiva   | 3,0         | 2,1         | 94,8        | 100,0        | 2,8                | 1,0         | 38,8        | 60,2        | 100,0        | 3,0                |
| Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco  | 9,6         | 9,5         | 80,9        | 100,0        | 3,8                | 12,8        | 27,2        | 60,0        | 100,0        | 2,9                |
| Industrie tessili  | 24,3        | 28,4        | 47,3        | 100,0        | 2,1                | 21,5        | 38,7        | 39,9        | 100,0        | 1,8                |
| Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia   | 30,1        | 31,9        | 38,0        | 100,0        | 3,6                | 30,9        | 29,4        | 39,7        | 100,0        | 3,3                |
| Fabbricazione di articoli in pelle e simili  | 26,6        | 46,6        | 26,7        | 100,0        | 1,7                | 42,1        | 40,2        | 17,7        | 100,0        | 1,6                |
| Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio | 30,9        | 52,6        | 16,6        | 100,0        | 0,8                | 31,7        | 53,0        | 15,3        | 100,0        | 0,7                |
| Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati  | 13,1        | 15,6        | 71,3        | 100,0        | 2,5                | 9,0         | 25,1        | 66,0        | 100,0        | 2,2                |
| Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio   | 0,5         | 0,8         | 98,7        | 100,0        | 0,8                | 0,5         | 0,7         | 98,8        | 100,0        | 0,8                |
| Fabbricazione di prodotti chimici  | 14,9        | 25,5        | 59,7        | 100,0        | 1,4                | 12,1        | 24,3        | 63,6        | 100,0        | 1,6                |
| Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici   | 7,0         | 4,0         | 89,0        | 100,0        | 1,2                | 5,4         | 2,5         | 92,1        | 100,0        | 1,6                |
| Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche   | 10,5        | 20,8        | 68,7        | 100,0        | 3,4                | 10,5        | 17,1        | 72,3        | 100,0        | 3,7                |
| Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi  | 5,6         | 9,6         | 84,7        | 100,0        | 4,2                | 6,6         | 13,7        | 79,7        | 100,0        | 3,2                |
| Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)  | 16,0        | 24,6        | 59,4        | 100,0        | 5,5                | 12,5        | 27,5        | 60,0        | 100,0        | 5,2                |
| Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi       | 3,6         | 8,7         | 87,7        | 100,0        | 6,9                | 3,6         | 13,4        | 83,0        | 100,0        | 6,8                |
| Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche  | 5,1         | 20,8        | 74,1        | 100,0        | 3,6                | 4,1         | 16,4        | 79,5        | 100,0        | 4,3                |
| Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.  | 8,7         | 15,0        | 76,3        | 100,0        | 6,3                | 8,5         | 20,4        | 71,1        | 100,0        | 6,4                |
| Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi  | 1,0         | 9,0         | 90,0        | 100,0        | 7,7                | 1,4         | 7,0         | 91,7        | 100,0        | 11,8               |
| Fabbricazione di altri mezzi di trasporto  | 10,8        | 8,0         | 81,2        | 100,0        | 1,8                | 1,5         | 4,2         | 94,2        | 100,0        | 2,4                |
| Fabbricazione di mobili  | 20,6        | 49,6        | 29,7        | 100,0        | 1,0                | 27,3        | 44,0        | 28,8        | 100,0        | 1,0                |
| Altre industrie manifatturiere; riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature                              | 36,2        | 23,4        | 40,4        | 100,0        | 0,7                | 21,6        | 26,3        | 52,1        | 100,0        | 0,5                |
| Energia elettrica, gas e acqua   | 1,6         | 2,6         | 95,7        | 100,0        | 5,6                | 2,1         | 3,0         | 94,9        | 100,0        | 4,7                |
| Costruzioni  | 7,5         | 9,8         | 82,7        | 100,0        | 3,8                | 6,7         | 10,6        | 82,7        | 100,0        | 3,8                |
| Commercio all'ingrosso   | 11,9        | 18,9        | 69,2        | 100,0        | 15,1               | 9,9         | 23,5        | 66,6        | 100,0        | 14,6               |
| Servizi alle imprese   | 8,4         | 11,1        | 80,5        | 100,0        | 13,7               | 9,5         | 10,1        | 80,3        | 100,0        | 12,1               |
| <b>Totale</b>  | <b>10,7</b> | <b>15,5</b> | <b>73,9</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>       | <b>10,2</b> | <b>18,2</b> | <b>71,5</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>       |

(1) Dati preliminari

Fonte: elaborazione su dati Reprint, ICE-Plitecnico di Milano.

Di converso, il ruolo delle imprese con 250 e più addetti diviene preponderante nei settori a maggiore intensità di scala e tecnologica, quali quelli dell'industria estrattiva e petrolifera, dei mezzi di trasporto, dell'elettronica, dei servizi di telecomunicazioni e delle utilities, nei quali operano le principali multinazionali italiane.



# Innovazione e internazionalizzazione: dalle imprese affermate alle nuove imprese internazionali

di Antonella Zucchella\*

### Innovazione, internazionalizzazione e causalità reciproca

*Lo sviluppo di vantaggi competitivi specifici permette alle imprese di superare lo svantaggio dell'operare in mercati esteri, contraddistinti da maggiori costi e incertezze. Tra le origini di tali vantaggi l'innovazione occupa un ruolo importante. Studi relativi ai diversi paesi europei comprovano questa relazione (Filipetti et al., 2011; Altomonte et al., 2013). Diversi studi sulle imprese italiane confermano il rapporto tra i due processi (Sterlacchini, 1999; Basile, 2001). Il lavoro di Zanfei e Castellani (2007) indica come un'importante componente di questa relazione sia costituita dalla produttività: le imprese che competono sui mercati esteri sarebbero contraddistinte da una maggiore produttività, spesso connessa a innovazioni. Un'analisi di Prometeia<sup>1</sup>, basata sui dati dell'indagine sulle imprese italiane di Banca d'Italia, conferma come a più elevati livelli di innovazione corrispondano anche nel nostro sistema imprenditoriale livelli più elevati di internazionalizzazione. A sua volta, il combinarsi dei due aspetti determina più elevati livelli di produttività.*

*Questi studi vanno dunque nella direzione di confermare che sostenere la competizione internazionale richiede il possesso di vantaggi, come indica la teoria classica dell'internazionalizzazione, tra cui le innovazioni di prodotto, processo, e modello gestionale. Queste ultime hanno ricevuto minore attenzione, anche perché difficili da valutare ed analizzare empiricamente. Tuttavia stanno assumendo un ruolo di particolare importanza, soprattutto nel caso delle nuove imprese.*

*La relazione tra innovazione e internazionalizzazione è presente anche nel caso delle piccole e medie imprese, e indica come un possibile percorso di crescita estera per le aziende minori sia guidato dall'introduzione di innovazioni. Si tratta di una considerazione che ha riflessi non trascurabili sia a livello di decisioni manageriali sia a livello di politiche per l'internazionalizzazione. Diversi studi empirici confermano la relazione tra innovazione e sviluppo internazionale anche nel caso di imprese piccole e medie esportatrici (Cassiman e Golovko, 2011; Alegre et al., 2012).*

*Il caso delle piccole e medie imprese in settori maturi ha ricevuto minore attenzione. Tuttavia un recente lavoro sul comparto del tessile-abbigliamento campano evidenzia come l'innovazione costituisca una delle strategie perseguite anche dalle imprese minori del Sud in questo comparto produttivo per affermarsi sui mercati esteri (Esposito, De Falco, Schiavone, 2014). Zucchella e Siano (2014) riscontrano in queste imprese un modello di innovazione basato sull'apprendimento da collaborazioni con altre imprese e non tanto su attività interne di ricerca e sviluppo. Tra le collaborazioni maggiormente influenti sul nesso tra innovazione e internazionalizzazione vengono individuate quelle con i fornitori e con i clienti principali. Quest'ultima evidenza sembra suggerire l'esistenza di un nesso causale almeno in parte inverso tra innovazione e internazionalizzazione. La presenza di clienti dispersi in paesi diversi e con esigenze*

\* Università degli studi di Pavia.

<sup>1</sup> Si veda in particolare L'Atlante, newsletter di Prometeia sul tema Produttività, innovazione e internazionalizzazione del maggio 2014.

*differenziate può stimolare processi di innovazione. Lo studio di Siano e Zucchella conclude tuttavia che questo legame risulta in parte indebolito dal diffuso ricorso a distributori e buyers per la vendita all'estero. In tal modo, parte del potenziale di innovazione derivante dai clienti non verrebbe colto direttamente dall'azienda. La ricerca citata solleva un punto nodale per le implicazioni imprenditoriali e per le politiche di internazionalizzazione: nel commercio internazionale esiste un potenziale di innovazione (e di ulteriore internazionalizzazione) non pienamente sfruttato. Ciò può anche dipendere dal tipo di canali utilizzati per vendere i propri prodotti all'estero e dalla maggiore o minore vicinanza al cliente, non solo in termini di distanza geografica ma anche in termini di passaggi intermedi nei canali distributivi.*

*L'innovazione può dunque essere anche il risultato dei processi di internazionalizzazione. In questo caso, l'internazionalizzazione viene vista non solo come strumento di sviluppo delle vendite o di accesso a prodotti e materie prime, ma anche di accesso a conoscenze e competenze. Il tema è presente in alcuni dei lavori citati in precedenza, i quali – pur assumendo sovente il punto di vista dell'innovazione che guida l'internazionalizzazione – evidenziano la compresenza di un nesso causale inverso. Il potenziale di apprendimento, di aumento della competitività e di innovazione derivante dall'essere esposti a clienti, fornitori e concorrenti internazionali è notevole e richiede piena consapevolezza da parte delle imprese per poter essere sfruttato.*

*Un'ulteriore conseguenza di processi di innovazione, basati sul continuo adattamento alle esigenze di clienti e partner commerciali, è data dalla difficoltà di isolare questi processi innovativi che, soprattutto nelle imprese minori, non possono essere ricondotti a un'unità organizzativa di ricerca e sviluppo o a una voce di bilancio corrispondente. Si tratta di forme di innovazione per lo più continua e incrementale, molto diffuse nei settori tradizionali, come il caso citato del tessile-abbigliamento, e in quelli di specializzazione, come i macchinari. Le filiere chiave del made in Italy ne sono dunque diffusamente interessate e il fenomeno testimonia una capacità di innovare che va oltre quanto le statistiche ufficiali riescano a rilevare. Si tratta di processi innovativi che sono nel contempo causa ed effetto dell' esposizione alla competizione internazionale.*

*Una ricerca di Golovko e Valentini (2011) conferma la presenza di un circolo virtuoso tra innovazione e internazionalizzazione, proponendo così di superare il quesito circa quale dei due preceda l'altro. L'analisi empirica su un campione di imprese spagnole osservate nell'arco di un decennio evidenzia come esistano forti complementarità tra i due processi. Infatti, l'esportazione accresce l'apprendimento dell'organizzazione tramite l'accesso a informazioni, conoscenze e competenze, favorendo l'innovazione. L'innovazione a sua volta permette di entrare in mercati geografici nuovi, e al tempo stesso aumenta la competitività dei prodotti venduti nel mercato domestico, con effetti positivi anche sul fatturato nel paese di origine.*

*Nella stessa prospettiva di studi, il lavoro di Filipescu et al. (2013), concentrato sulle innovazioni tecnologiche, ribadisce la presenza di un circolo virtuoso tra processi innovativi e di internazionalizzazione.*

*Il riconoscimento crescente di un nesso di causalità reciproca offre alcuni spunti di riflessione sia per il management delle imprese italiane sia per le politiche di accompagnamento ai processi di innovazione e internazionalizzazione. In particolare, così come sovente nelle aziende i due processi tendono a essere presidiati da centri decisionali diversi, anche nella gestione delle politiche si assiste a una separazione frequente tra i due ambiti di intervento. In entrambi i casi, esistono ragioni a supporto della situazione esistente, soprattutto legati alla necessità di competenze differenti a presidio delle due tipologie di attività, ma sarebbe utile estrarre il maggior potenziale possibile dalle reciproche sinergie con processi di coordinamento più intensi.<sup>2</sup> In questa*



prospettiva, sono auspiccate<sup>3</sup> azioni mirate sui settori in cui il divario tra competitività potenziale ed effettiva è maggiore, cioè laddove più elevati sono i margini di crescita prospettici.

Un'analisi condotta a livello regionale conclude come sia opportuno realizzare forme di coordinamento tra politiche di innovazione e internazionalizzazione (Bannò, Morandi, 2013). Da tale coordinamento deriverebbero vantaggi significativi nella competitività dei sistemi regionali.

### Innovazione, internazionalizzazione e nuova imprenditorialità internazionale

La prospettiva secondo la quale i mercati esteri sono occasione di apprendimento e sviluppo di vantaggio competitivo trova largo consenso nel filone recente di studi sull'imprenditorialità internazionale. Questo filone di studi pone particolare attenzione alle forme nuove e innovative di impresa internazionale. In tale ambito, diviene particolarmente rilevante la dinamica temporale dei processi di innovazione e internazionalizzazione. Si tratta di processi che avvengono in successioni più rapide, con nessi causali complessi, e tendono a manifestarsi sempre più precocemente nella vita delle imprese. Il primo aspetto (successioni più rapide) è dato dall'accelerazione dei processi di ricerca e innovazione in diversi comparti, con cicli vitali dei nuovi prodotti via via più brevi. L'abbreviarsi del ciclo di vita di molte innovazioni impone di ricercare al più presto mercati diversi in cui commercializzarle, per raggiungere il punto di pareggio economico. Il secondo aspetto (nesso causale complesso) dipende dall'intreccio tra i processi di innovazione e internazionalizzazione, già rilevato nel paragrafo precedente, anche in relazione a imprese internazionali tradizionali. Molte innovazioni sono il risultato di adattamenti di prodotti e processi alle esigenze dei clienti e una base diversificata di clienti favorisce innovazioni continue e viceversa. Nelle nuove imprese internazionali queste dinamiche sono accelerate, in quanto numerose operano in comparti nuovi e innovativi, soggetti a una evoluzione rapida. Infine, l'ultimo aspetto (la precocità di questi processi) si richiama al fenomeno in costante crescita da oltre un ventennio delle imprese cosiddette born global o anche nuove imprese internazionali (Zanni e Zucchella, 2009). Si tratta di realtà imprenditoriali che fin dalla loro costituzione o nei primi anni di vita avviano una crescita internazionale significativa per intensità, ritmo e diversificazione geografica. Queste imprese tendono a essere portatrici di innovazioni di prodotto, processo o ancora di modello gestionale e hanno un orizzonte di mercato internazionale fin dalla loro nascita.

In alternativa al caso classico delle imprese che vanno all'estero per sfruttare un vantaggio competitivo sviluppato nel mercato domestico, queste ultime si internazionalizzano per costruire vantaggi competitivi. Ciò spiegherebbe la necessità di queste imprese di operare fin dalla loro nascita in diversi mercati geografici e la rapida progressione nel loro percorso di internazionalizzazione. Questo campo di indagine è relativamente giovane, poiché i primi studi risalgono al periodo tra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta. Si tratta di un fenomeno in crescita molto significativa in diversi paesi del mondo, inclusa l'Italia. Da un'indagine condotta su un campione di 144 imprese manifatturiere di piccola e media dimensione, rappresentative delle Pmi italiane internazionali, emerge la crescita notevole del fenomeno dell'internazionalizzazione precoce (Zucchella e Zanni, 2009). Lo studio sottolinea alcuni

② Molto efficace è l'appello a dare un unico tetto alle politiche di innovazione e internazionalizzazione contenuto in Altomonte C., Aquilante, T., Békés, G., Ottaviano, G. (2014), Internationalisation and Innovation of Firms: Give them One Roof, Bruegel Voxeu: <http://www.voxeu.org/article/internationalisation-innovation-and-productivity-firms>, 22 marzo 2014.

③ In tal senso si esprime la citata nota di ricerca de *L'Atlante*, newsletter di Prometeia sul tema *Produttività, innovazione e internazionalizzazione* del maggio 2014

fenomeni. In primo luogo, le imprese si internazionalizzano sempre prima nella loro vita: le aziende internazionali nate dopo il 2000 sono in maggioranza nate globali, quelle più anziane lo sono in minoranza. In secondo luogo, le imprese più giovani hanno la percentuale di vendite estere più elevata e mostrano una più spiccata vocazione a operare fuori dai confini dell'Unione Europea. Un ulteriore studio su dati relativi alle piccole e medie imprese italiane esportatrici (Zucchella et al., 2007) conferma come l'essere nate globali dipenda in primo luogo dall'adozione di strategie di nicchia. Si tratta di un approccio strategico diffuso nel nostro sistema di aziende minori, e soprattutto in quelle a spiccata e precoce vocazione internazionale. In tal senso, secondo Hennart (2014) l'essere nate globali costituisce una necessità per queste imprese, in quanto l'orientamento a offrire prodotti o servizi ad alta specializzazione mirati a un piccolo gruppo di clienti dispersi nel globo rende l'internazionalizzazione una via obbligata.

Queste imprese sono in genere portatrici di innovazioni a diversi livelli, da nuovi prodotti e processi a nuovi modelli di gestione e organizzazione delle attività aziendali. La costruzione del loro vantaggio competitivo poggia sulla ricerca di fattori di unicità della loro offerta, tali da preservarle dalla competizione internazionale anche di imprese di maggiori dimensioni. Questo vantaggio nasce e si sviluppa da interazioni strette soprattutto con i clienti, che costituiscono una fonte primaria di stimoli a innovare continuamente prodotti e processi (Zucchella et al., 2007).

Le imprese born global interpretano queste logiche di innovazione in modalità differenziate e innovative, in comparti sia tradizionali che innovativi. Ad esempio il caso di Grom dimostra come anche in un settore tradizionale e poco orientato a internazionalizzarsi, come il gelato artigianale, sia possibile concepire un orizzonte strategico globale già nei primi anni di vita dell'azienda. Negli anni recenti si sono affermate in Italia aziende born global in un contesto di settore maturo e con problemi di competitività internazionale, ad esempio nelle calzature con materiali innovativi, come quelli vegani. Orobianco è un'azienda della provincia di Varese nel settore accessori moda, nata globale e che sfrutta il canale internet per vendere i propri prodotti in diversi mercati. Lo sviluppo del commercio elettronico ha consentito a diverse imprese di aprirsi fin dalla nascita a un orizzonte di mercato internazionale. Emblematico in tal senso il caso di Yoox, azienda born global quotata alla Borsa di Milano a pochi anni dalla nascita, e presente nel commercio elettronico dei marchi del lusso.

La nascita di piattaforme digitali di vendita di prodotti artigianali, come Etsy, consente di fatto a ogni micro-azienda di avere un mercato globale. È bene tuttavia sottolineare che non risulta così immediato né agevole vendere a clienti in diversi paesi per il solo fatto di avere i propri prodotti presenti in un canale di commercio elettronico, proprio o di terzi. Anche lo sviluppo di canali di vendita a doppia valenza (negozi fisico e virtuale) dei prodotti di qualità, come ad esempio nel caso di Eataly nel comparto alimentare, apre prospettive di affermazione internazionale a marchi locali.

Molto diffusi sono i casi di imprese nate globali nelle attività internet-based. Di recente It Taxi, una nuova applicazione per smartphone di Unione RadioTaxi Italia, ha siglato un accordo con una rete globale per garantire la stessa piattaforma e lo stesso servizio ai clienti in diverse parti del mondo.

Nel percorso di sviluppo di queste imprese, innovazione e internazionalizzazione si codeterminano progressivamente, consentendo anche a imprese di piccola dimensione di eccellere a livello globale nella nicchia di appartenenza. È bene tuttavia ricordare che soprattutto la fase iniziale di vita di queste imprese è densa di incognite. Esse infatti, a differenza delle tradizionali imprese esportatrici tardive, si trovano contemporaneamente esposte alle incertezze dell'essere internazionali e a quelle dell'essere imprese nuove o molto giovani.

Il contributo delle nuove imprese internazionali, e in particolare delle imprese nate globali, alla



innovazione e alla creazione di posti di lavoro in Europa è ritenuto di particolare importanza. Uno dei pochi lavori sul tema evidenzia la dinamica delle imprese nate globali nei diversi paesi europei e quali siano le sfide a livello di strumenti e politiche di intervento (Eurofound, 2012). Secondo questo lavoro circa un quinto delle giovani imprese europee oggi ricade in questa fattispecie, un valore che sale significativamente se si considerano le sole imprese internazionali. Tuttavia una quota non trascurabile delle imprese europee nate globali denota fragilità organizzative e finanziarie, tali da condizionarne le prospettive future. Lo studio sottolinea come queste realtà non abbiano ancora ricevuto la necessaria attenzione a livello di politiche sia nazionali e regionali che europee.

Il tema solleva dunque un importante problema a livello di policy. Nel paragrafo precedente si è fatto riferimento alla necessità di coordinare politiche a sostegno dell'innovazione e dell'internazionalizzazione. A questo possiamo aggiungere l'esigenza di coordinamento con gli interventi a favore delle nuove imprese. La citata ricerca europea evidenzia come esista un netto divario tra la crescente importanza di fenomeni come quello delle imprese nate globali e le politiche di sostegno all'internazionalizzazione e all'innovazione adottate sia dall'Unione Europea che dai singoli paesi.

In questo ambito dunque si prospettano opportunità di nuove politiche di sostegno attente a cogliere le peculiarità di queste aziende. Lo sviluppo di strumenti di supporto di nuova generazione o un più stretto coordinamento tra interventi a favore delle start up e interventi a sostegno dell'internazionalizzazione e dell'innovazione potrà accompagnare le imprese italiane ed europee nate globali verso un consolidamento e uno sviluppo della loro presenza internazionale, delle loro innovazioni di prodotto, processo e modello gestionale, con effetti benefici sui livelli di occupazione e di produttività del sistema.

### Nota bibliografica di approfondimento

Alegre, J., Pla-Barber J., Chiva R., Villar, C. (2012), Organisational Learning Capability, Product Innovation Performance and Export Intensity, *Technology Analysis & Strategic Management*, 24(5), 511-526.

Altomonte C., Aquilante T., Gábor B., Ottaviano, G.I.P. (2013), Internationalization and Innovation of Firms: Evidence and Policy, *Economic Policy*, Volume 28, Issue 76, 663-700.

Bannò M. e Morandi V. (2013), Innovation and Internationalisation Policies: An Analysis at Regional Level, *L'Industria*, 34(1), 159-180.

Basile R. (2001), Export Behaviour of Italian Manufacturing Firms over the Nineties: the Role of Innovation, *Research Policy*, 30(8), 1185-1201.

Cassiman, B., Golovko E. (2011), Innovation and Internationalization through Exports, *Journal of International Business Studies*, 42(1), 56-75.

Castellani D., Zanfei, A. (2007), Internationalisation, Innovation and Productivity: How do Firms Differ in Italy?, *The world economy*, 30(1), 156-176.

Esposito De Falco S. e Schiavone F. (2014), Guest Editors Introduction, *International Studies of Management & Organization*, Vol. 44, 1.

Eurofound (2012), Born Global: The Potential of Job Creation in New International Businesses, Luxembourg, Publications Office of the European Union.



- Filipescu D. A., Prashantham S. Rialp A. e Rialp J. (2013), Technological Innovation and Exports: Unpacking their Reciprocal Causality, *Journal of International Marketing*, 21(1), 23-38.
- Filippetti A. Frenz M. e Ietto-Gillies G. (2011), Are Innovation and Internationalization Related? An Analysis of European Countries, *Industry and Innovation*, 18(5), 437-459.
- Golovko E. e Valentini G. (2011), Exploring the Complementarity between Innovation and Export for SMEs' Growth, *Journal of International Business Studies*, 42(3), 362-380.
- Hennart J. F. (2014), The Accidental Internationalists: a Theory of Born Globals, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 117-135.
- Sterlacchini A. (1999), Do Innovative Activities Matter to Small Firms in Non-R&D Intensive Industries? An Application to Export Performance, *Research Policy* 28(8), 819-932.
- Zanni L., Zucchella A. (2009), I nuovi imprenditori internazionali italiani. I casi delle imprese nate globali e dell'imprenditoria etnica nei distretti industriali in *L'internazionalizzazione delle imprese italiane. Competitività e attrattività del Made in Italy*, a cura di C. Pepe e A. Zucchella, Bologna, Il Mulino.
- Zucchella A. e Siano A. (2014), Internationalization and Innovation as Resources for SME Growth in Foreign Markets: a Focus on Textile and Clothing Firms in the Campania Region, *International Studies of Management & Organization*, 44(1), 21-41.
- Zucchella A., Palamara G. e Denicolai S. (2007), The Drivers of the Early Internationalization of the Firm, *Journal of World Business*, 42(3), 268-280.



### Piccole imprese globali crescono. Nuovo manifatturiero, tecnologie di rete e e-commerce a sostegno del *made in Italy*

di Giancarlo Corò\*, Stefano Micelli\*\* e Gianluca Toschi\*\*\*

#### 1. Dimensione d'impresa e mercati internazionali: una relazione da ripensare?

Com'è noto, l'Italia presenta non solo un'elevata densità di piccole e medie imprese, ma anche una rilevante presenza di imprese esportatrici di minori dimensioni. In base a dati Eurostat, il numero di imprese con meno di 250 addetti che esportano oltre i mercati dell'UE è in Italia pari a 120 mila, numero che non ha eguali in altri paesi europei.<sup>1</sup> La Francia, secondo paese in graduatoria, ne conta 82 mila, seguono Spagna e Germania con 72 mila, poi il Regno Unito con 61 mila. Anche considerando i valori economici l'Italia si posiziona bene nel confronto internazionale: con oltre 80 miliardi esportati dalle Pmi sui mercati extra-europei, solo la Germania riesce a fare meglio. Al numero più elevato di Pmi corrisponde anche una maggiore incidenza relativa sul totale dell'export nazionale: metà del valore esportato extra-UE è in Italia da attribuire alle imprese con meno di 250 addetti, contro il 40 per cento della Spagna e circa un terzo per Francia, Germania e Regno Unito.

Questa elevata articolazione della presenza estera dell'economia italiana è stata a lungo ritenuta più un problema che una risorsa. La minore dimensione delle imprese ostacolerebbe, infatti, la crescita del margine intensivo dell'export, a sua volta associato a costi fissi di natura materiale e immateriale. Basti pensare agli investimenti necessari per acquisire informazioni e promuovere i prodotti sui mercati esteri, per gestire rapporti contrattuali internazionali, quando non per creare oltre frontiera reti logistiche, distributive, di assistenza post-vendita. Inoltre, sempre più spesso la penetrazione commerciale sui mercati emergenti richiede una qualche forma di organizzazione internazionale della produzione, sia per ridurre l'impatto delle barriere tariffarie e non tariffarie, sia per realizzare catene del valore più efficienti, reattive e corrispondenti alla specificità della domanda finale. Ma questo ha finora richiesto economie di scala incompatibili con le piccole dimensioni di molte imprese italiane. Da qui l'idea che solo la crescita dimensionale può accompagnare lo sviluppo del nostro export oltre le soglie finora raggiunte.

Ora, pur concordando sul fatto che un aumento della taglia delle imprese non può che avere effetti positivi sulla competitività internazionale della nostra economia, ci sono tuttavia anche altri aspetti da considerare. Innanzitutto, per alcuni beni che contraddistinguono il *made in Italy* nel mondo – dall'artigianato di qualità, alle tipicità alimentari, alla meccanica di precisione, ecc. – i rendimenti decrescenti possono scattare anche con soglie limitate di produzione. In questi casi, le economie di scala possono semmai venire recuperate in alcune funzioni comuni – come la promozione, i marchi di qualità, l'organizzazione logistica e distributiva, l'assistenza all'estero, ecc. – attraverso politiche di rete e di consorzio fra imprese, oppure attraverso una chiara differenziazione nella scala di produzione delle funzioni all'interno delle stesse catene del valore.

\* Dipartimento di Economia Università Ca' Foscari.

\*\* Dipartimento di Management Università Ca' Foscari e Direttore scientifico Fondazione Nord Est.

\*\*\* Fondazione Nord Est.

<sup>1</sup> Cernat L., Norman-López A. e Duch T-Figueras A. (2014), *Smes are More Important than you Think! Challenges and Opportunities for EU Exporting Smes*, Chief Economist Note, Trade Analysis Unit of Dg Trade, September.

Nel settore alimentare è noto il caso Eataly: un'impresa di oltre 300 milioni di fatturato il cui business consiste nella distribuzione globale di prodotti tipici locali, ognuno dei quali ha soglie strutturalmente limitate di offerta. Un altro caso è il consorzio Melinda, multinazionale della frutticoltura, che associa 4 mila imprese agricole di tipo familiare dell'area trentina, fornendo servizi logistici e distributivi evoluti, assieme ad attività di ricerca, formazione, promozione e controlli di qualità. Sia Eataly che Melinda, e in modo analogo anche alcuni consorzi vitivinicoli e agro-alimentari, sviluppano economie di scala nelle funzioni specifiche che lo richiedono – fra cui le attività di internazionalizzazione commerciale – lasciando invece che la qualità del prodotto sia assicurata dalla cura artigianale di reti di imprese di piccola taglia.

Tuttavia, la più potente infrastruttura per mettere in contatto produttori e consumatori è oggi costituita da Internet, in particolare da alcune piattaforme web che stanno sviluppando progetti dedicati alla valorizzazione dei contenuti di esperienza e autenticità di alcune produzioni made in Italy. Fino a poco tempo fa il mancato incontro fra piccole imprese e mondo digitale era spiegato sia dalle limitate capabilities della domanda, sia dai vincoli dell'offerta tecnologica.<sup>2</sup> Oggi, con lo sviluppo di ecosistemi tecnologici molto più flessibili e aperti, questi vincoli si stanno riducendo, accrescendo la possibilità delle piccole imprese di fare leva anche su un insieme di asset disponibili al proprio esterno.<sup>3</sup>

## 2. L'attenzione dei grandi players digitali al made in Italy

L'attenzione per il potenziale di internazionalizzazione delle Pmi italiane è testimoniato anche dall'interesse di alcuni importanti operatori tecnologici verso il made in Italy di nicchia. Nel giugno del 2013 ha preso il via il progetto Eccellenze in digitale ([www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it)) promosso da Google e da Unioncamere in collaborazione con diversi soggetti della rappresentanza e della formazione. L'obiettivo del progetto era dare vita a una piattaforma tecnologica in grado di permettere alle Pmi italiane, in particolare quelle a forte connotazione artigianale, di trovare visibilità sul principale motore di ricerca della rete.

Google ha deciso di investire in Italia su questo tema attraverso il Google Cultural Institute, riconoscendo in questo modo la specificità culturale di un modello di produzione caratteristico e degno di essere promosso all'attenzione internazionale. L'investimento sviluppato da Google non è stato, tuttavia, semplicemente di carattere culturale. Come ha precisato Eric Schmitt, presidente di Google, in un suo intervento presso la Camera di Commercio di Roma, la società di Mountain View crede fermamente nelle potenzialità economiche delle produzioni di qualità del made in Italy, le quali, grazie alla maggiore facilità di reperimento on-line, possono entrare in aree di mercato finora sconosciute. I numeri proposti da Schmitt sono a questo proposito impressionanti: secondo le statistiche elaborate dall'azienda che gestisce il più importante motore di ricerca, le richieste sul mercato di prodotti riconducibili al made in Italy sono in continuo aumento e mostrano un crescente interesse del consumatore internazionale per un'offerta di nicchia, legata a territori specifici e ben identificati. Nel solo arco di un anno dall'avvio del progetto Eccellenze in digitale, queste richieste sono aumentate del 12 per cento, una crescita che segnala l'urgenza con cui la piccola e media impresa dovrebbe affrontare l'investimento per una migliore presenza sul web.

<sup>2</sup> Cfr. Corò G. e Miceli S. (2009), *I nuovi distretti produttivi. Innovazione, internazionalizzazione, competitività dei territori*, Marsilio.

<sup>3</sup> Ismail S. (2014), *Exponential Organizations*, Exo Partners Llc (in part. pp. 92-95; pp. 163-173).



*L'investimento di Google non si è comunque limitato a promuovere una piattaforma tecnologica all'avanguardia, in grado di dare visibilità a una lunga lista di prodotti tipici italiani. Google ha sviluppato insieme a Unioncamere anche un pacchetto di stage in un centinaio di territori distrettuali con l'obiettivo di elevare le competenze digitali della domanda. Gli stagisti, incardinati presso le Camere di Commercio, hanno avuto la possibilità di collaborare con numerose Pmi, fornendo a imprenditori e manager una "educazione digitale" che prima non avevano. I risultati di questo percorso di accompagnamento sono stati sorprendenti, contribuendo alla crescita del progetto anno dopo anno (nel 2015 gli studenti coinvolti negli stage sono arrivati alla soglia delle 130 unità).*

*L'esperienza avviata da Google è stata affiancata da un progetto simile promosso da un altro importante operatore tecnologico, Samsung. Anche in questo caso, l'obiettivo di Samsung era la valorizzazione del saper fare tipico del made in Italy grazie al sostegno di nuove tecnologie mobili. Samsung ha avviato una serie di corsi on line che hanno coinvolto grandi nomi del made in Italy più sofisticato – si pensi al caso Marinella, storico cravattificio di Napoli – come testimonial di un nuovo modo di lavorare e di comunicare.*

*In entrambi i casi siamo di fronte a gruppi leader globali che hanno riconosciuto il potenziale del made in Italy di nicchia, cui offrire supporto tecnologico al fine di cogliere in modo innovativo le opportunità offerte della rete. Grazie alle tecnologie di rete e a una nuova generazione di servizi è dunque diventato concretamente possibile che anche imprese di piccole dimensioni possano collocarsi e competere sui mercati internazionali.*

*In tale prospettiva si è mosso anche il progetto Nuovo continente ideato dalla Fondazione Nord Est. L'obiettivo di questo progetto, avviato in partnership con Unicredit nel 2014, è stato quello di favorire l'impiego da parte delle Pmi di soluzioni dedicate di commercio elettronico messe a disposizione da portali dedicati per fornire un accesso a mercati emergenti (ad esempio Alibaba.com). L'utilizzo di questi servizi è stato favorito da momenti di formazione centrati sullo scambio di esperienze peer to peer tra imprenditori, con un ricorso limitato ad accademici e consulenti esterni. I risultati del progetto, ancora in corso di realizzazione, segnalano un crescente interesse da parte delle imprese, soprattutto di piccole dimensioni.*

### 3. Export e dimensione d'impresa nell'indagine Nuovo continente

*Nell'ambito del progetto Nuovo continente la Fondazione Nord Est ha effettuato un'indagine tra le imprese per studiare il rapporto fra propensione all'export e uso di tecnologie digitali.<sup>4</sup> Fra i risultati dell'indagine è tuttavia emerso subito come nel manifatturiero italiano sia elevata la quota di piccole imprese che si misurano direttamente sui mercati internazionali. Vale intanto osservare che il 42 per cento delle società di capitali italiane realizza una quota superiore al 10 per cento dei ricavi attraverso esportazioni. L'indagine conferma come la propensione all'esportazione aumenti al crescere delle dimensioni dell'impresa – il 47 per cento delle grandi imprese intervistate esporta più del 50 per cento del proprio fatturato – ma va comunque rilevato che anche per le*

<sup>4</sup> La popolazione oggetto di campionamento è stata l'insieme delle società di capitali italiane che operano nei settori *food* (codici Ateco 11 e 12), sistema moda (codici Ateco 13, 14 e 15), mobili (codice Ateco 31) e meccanica (25, 28, 29 e 30). Il campione ammonta a 1.219 unità. Le imprese sono state estratte fra quelle presenti nel database Aida-Bureau Van Dijk. Il campione è stato stratificato per quote in base a settore Ateco 2007 (codici a 2 cifre), classe dimensionale (calcolata sul volume dei ricavi) e macro-area regionale. Le interviste sono state realizzate con un sistema misto C.a.t.i. – C.a.w.i.. Il periodo di riferimento è costituito dai 12 mesi precedenti l'intervista (novembre 2013-ottobre 2014).

imprese minori le relazioni con i mercati esteri sono diffuse e in alcuni casi consistenti: infatti, oltre un quarto delle imprese con ricavi compresi tra 2 e 10 milioni esporta fino al 50 per cento dei ricavi, mentre per il 28 per cento la quota supera addirittura la metà del fatturato. Si può inoltre aggiungere che considerando il gruppo delle imprese italiane che ottiene dall'estero oltre il 50 per cento dei ricavi, ben il 60 per cento di queste è rappresentato da aziende con meno di 10 milioni di fatturato.

**Tavola 1 - Imprese per dimensione (ricavi) e propensione all'esportazione**

Quota rispetto ai ricavi totali

| Dimensione (ricavi)         | Non esporta  | Da 1 a 10%   | Oltre 10%    | Da 11 a 50%  | Oltre il 50% | Totale        |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Micro - < 1 milione         | 59,3%        | 15,1%        | 25,6%        | 16,0%        | 9,5%         | 100,0%        |
| Mini - tra 1 e 2 milioni    | 39,1%        | 16,1%        | 44,8%        | 25,2%        | 19,6%        | 100,0%        |
| Piccola - da 2 a 10 milioni | 29,8%        | 15,0%        | 55,2%        | 26,8%        | 28,4%        | 100,0%        |
| Media - da 10 a 50 milioni  | 12,0%        | 5,2%         | 82,8%        | 41,2%        | 41,5%        | 100,0%        |
| Grande - più di 50 milioni  | 0,0%         | 13,8%        | 86,2%        | 39,2%        | 47,0%        | 100,0%        |
| <b>Totale</b>               | <b>43,7%</b> | <b>14,7%</b> | <b>41,7%</b> | <b>22,8%</b> | <b>18,9%</b> | <b>100,0%</b> |

Fonte: Fondazione Nord Est 2015

All'interno di questo quadro generale si evidenziano alcune differenze fra settori. Le imprese del sistema moda si contraddistinguono per una maggior propensione all'esportazione, mentre tra le aziende del food solamente il 10 per cento esporta più della metà del fatturato. Del resto, per l'industria alimentare la domanda interna mantiene un peso rilevante, anche se non mancano micro imprese molto specializzate che vendono all'estero oltre il 50 per cento della produzione. Il settore della produzione dei mobili si contraddistingue per una maggiore polarizzazione dimensionale: anche a causa della contrazione dei consumi durevoli, le imprese maggiori si sono oramai orientate più sull'estero che sui mercati interni, mentre le imprese minori, molto spesso collegate a reti di fornitura, appaiono ancora molto vincolate alla domanda domestica.

**Tavola 2 - Imprese per macro-settore e propensione all'esportazione**

Quota rispetto ai ricavi totali

| Macro-settore | Non esporta  | Da 1 a 10%   | Da 11 a 50%  | Oltre il 50% | Totale        |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Food          | 44,3%        | 14,2%        | 31,5%        | 10,0%        | 100,0%        |
| Meccanica     | 45,7%        | 14,7%        | 20,1%        | 19,5%        | 100,0%        |
| Mobili        | 46,4%        | 14,5%        | 17,7%        | 21,5%        | 100,0%        |
| Sistema moda  | 37,4%        | 14,9%        | 24,8%        | 22,9%        | 100,0%        |
| <b>Totale</b> | <b>43,7%</b> | <b>14,7%</b> | <b>22,8%</b> | <b>18,9%</b> | <b>100,0%</b> |

Fonte: Fondazione Nord Est 2015



### 4. Profilo tecnologico delle imprese e propensione all'export

Considerando il diverso livello di utilizzo delle tecnologie di rete, le imprese che hanno partecipato all'indagine Nuovo continente sono riconducibili a tre grandi gruppi: il primo, è composta da aziende che oltre ad avere un sito web o utilizzare in modo professionale e sistematico i social networks, vendono o acquistano più dell'1 per cento del volume degli acquisti via Internet o gestiscono la supply chain attraverso la rete. Questa classe di imprese tecnologicamente più evolute (che definiamo attive digitali) rappresenta il 29 per cento del totale, ma arriva al 32,7 per cento nel food e al 42,6 per cento tra le imprese manifatturiere di media dimensione. Il secondo gruppo è composto da imprese che hanno un sito web o utilizzano social networks, ma non effettuano vendite o acquisti, né gestiscono la supply chain in rete. Questo gruppo di utilizzatori digitali moderati interessa poco meno della metà delle imprese, con punte del 54 per cento tra quelle più piccole e del 57 per cento nell'industria dei mobili dove, evidentemente, la gestione dell'e-commerce richiede un salto organizzativo maggiore. Infine, abbiamo isolato anche un gruppo di imprese che non ha ancora un sito web e non utilizzano social networks. Questo gruppo (assenti digitali) rappresenta meno di un quarto del totale, ma diventa un terzo nel settore moda ed è più marcato fra le micro imprese.

Tavola 3 - Imprese per tipologia di utilizzo del web per settore e dimensione

| Settore e dimensione        | Attive      | Moderati     | Assenti      | Totale        |
|-----------------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| Food                        | 32,7%       | 42,9%        | 24,3%        | 100,0%        |
| Meccanica                   | 29,7%       | 50,0%        | 20,3%        | 100,0%        |
| Mobili                      | 26,8%       | 57,3%        | 15,8%        | 100,0%        |
| Sistema moda                | 24,0%       | 42,4%        | 33,6%        | 100,0%        |
| Micro - meno di un milione  | 27,4%       | 40,8%        | 31,8%        | 100,0%        |
| Mini - tra 1 e 2 milioni    | 24,3%       | 53,5%        | 22,1%        | 100,0%        |
| Piccola - da 2 a 10 milioni | 31,5%       | 52,9%        | 15,6%        | 100,0%        |
| Media - da 10 a 50 milioni  | 42,6%       | 52,7%        | 4,7%         | 100,0%        |
| Grande - più di 50 milioni  | 42,2%       | 57,8%        | 0,0%         | 100,0%        |
| <b>Totale</b>               | <b>28,7</b> | <b>47,8%</b> | <b>23,5%</b> | <b>100,0%</b> |

Fonte: Fondazione Nord Est 2015

Tra propensione all'esportazione e tipologia di utilizzo del web emerge una relazione piuttosto netta. Nelle imprese che realizzano più del 50 per cento dei ricavi all'estero, il 40 per cento è definibile come attiva digitale, 10 punti percentuali in più rispetto alla media generale. Per contro, tra le imprese che non esportano, il 37 per cento non dichiara nessuna presenza o attività sul web. Tra quelle che si limitano a una semplice presenza sulla rete domina la quota di imprese con livelli di esportazione moderata, a sottolineare che la crescita sui mercati esteri richiede un salto di qualità anche nell'uso professionale delle tecnologie digitali.

**Tavola 4 - Imprese per tipologia di utilizzo del web per settore e dimensione**

| Esportazioni (rispetto ai ricavi totali) | Attive      | Moderati     | Assenti      | Totale        |
|--|-------------|--------------|--------------|---------------|
| Oltre il 50%                             | 39,8%       | 45,5%        | 14,7%        | 100,0%        |
| Da 11 a 50%                              | 34,7%       | 56,4%        | 8,9%         | 100,0%        |
| Da 1 a 10%                               | 33,1%       | 49,5%        | 17,4%        | 100,0%        |
| Non esporta                              | 19,2%       | 43,7%        | 37,1%        | 100,0%        |
| <b>Totale complessivo</b>                | <b>28,7</b> | <b>47,8%</b> | <b>23,5%</b> | <b>100,0%</b> |

Fonte: Fondazione Nord Est 2015

*Nel confronto con le altre imprese europee<sup>5</sup> quelle italiane appaiono tutto sommato in linea rispetto alla media se si considera il sito web. Il 76 per cento delle imprese manifatturiere italiane con più di 10 addetti ha un sito (76,5 per cento tra le imprese di Nuovo continente), mentre nell'UE15 il dato raggiunge l'80 per cento, per superare il 90 per cento nel caso tedesco. Un po' meno positivi sono i dati sull'utilizzo dei social media, che diventano uno strumento importante nelle strategie di comunicazione delle aziende. In media, un quarto delle imprese manifatturiere europee (UE15) utilizza in modo professionale i social media, mentre in Italia siamo poco sopra un quinto delle imprese. Il ritardo più pesante si registra tuttavia sul fronte delle vendite on-line. Il 15 per cento delle imprese europee realizza on-line almeno l'1 per cento dei propri ricavi, una quota che sale al 22 per cento fra le aziende tedesche. Le imprese manifatturiere italiane chiudono la classifica europea appena sopra Cipro: solamente il 3,3 per cento realizza on-line almeno l'1 per cento dei ricavi.*

## 5. Un'agenda digitale per il made in Italy

*C'è dunque un grande spazio da recuperare per le imprese italiane. E bisogna farlo in fretta. La diffusione di tecnologie e competenze digitali è infatti uno dei modi più efficaci per accrescere la presenza sui mercati internazionali con prodotti di elevata qualità manifatturiera, per i quali c'è una domanda globale crescente, ma non ancora un'adeguata capacità delle Pmi italiane di servirla. Per superare questo gap è necessario fare dell'innovazione digitale una priorità della politica industriale a sostegno del made in Italy. Con azioni da sviluppare su più fronti. Innanzitutto con una più estesa connettività broad band dei territori esterni alle principali aree metropolitane, guardando con maggiore attenzione ai tanti distretti produttivi che dalla combinazione originale di saperi tradizionali e nuove tecnologie possono trovare una straordinaria leva competitiva. In secondo luogo è necessario sostenere lo sviluppo di una nuova generazione di servizi digitali, che facendo leva su ecosistemi tecnologici sempre più evoluti, possano rispondere con maggiore efficacia non solo alla gestione delle transazioni in rete, ma anche all'esigenza di comunicare il valore di autenticità ed esperienza di prodotti che esprimono anche una rilevante complessità culturale. Come abbiamo visto nel par. 2, proprio su tali servizi si stanno orientando grandi players tecnologici come Google, Samsung e Alibaba, consapevoli del grande potenziale di*

<sup>5</sup> Ict Surveys databases - Eurostat



## APPROFONDIMENTI

*business che risiede nel collegare il patrimonio manifatturiero italiano con le nuove tendenze del consumo mondiale. C'è tuttavia da ritenere che questo spazio di offerta possa essere occupato anche da una nuova imprenditorialità digitale italiana, che dall'incontro con la manifattura di qualità può trovare importanti opportunità di crescita. Tuttavia, queste innovazioni possono prendere piede a condizione che nelle Pmi italiane cresca una cultura digitale che, come abbiamo visto, è ancora in forte ritardo. Proprio tale ritardo rischia oggi di costituire uno dei principali ostacoli all'avvio di un nuovo ciclo dell'industria italiana. Rimuoverlo dovrebbe perciò rientrare fra gli impegni principali in cui fare convergere istituzioni economiche, associazioni imprenditoriali e sistema educativo.*





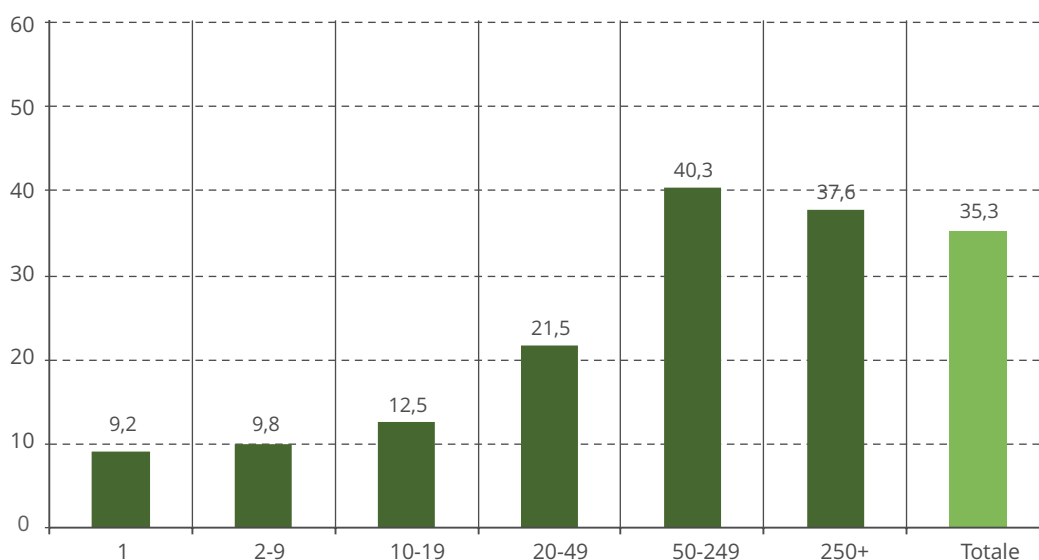
## Propensione all'export e *performance* interna ed estera delle imprese manifatturiere italiane nel 2012-2014

di Stefano Costa, Francesca Luchetti, Davide Zurlo\*

Tra le principali economie europee, l'Italia si segnala per la numerosità delle imprese esportatrici. Si tratta di oltre 190 mila unità (un numero inferiore solo alle 270 mila della Germania), che producono un valore aggiunto complessivo di circa 300 miliardi di euro, pari al 43 per cento del sistema produttivo. Del resto, la distribuzione del valore dell'export industriale è poco concentrata: in Italia i primi cinque esportatori spiegano solo il 6 per cento del complesso delle esportazioni dell'industria nazionale, a fronte del 14,5 per cento in Francia e Spagna, del 15,1 nel Regno Unito e del 30,6 per cento in Germania.

Tuttavia la partecipazione delle imprese esportatrici italiane agli scambi internazionali, estesa in termini di attori, è molto più limitata in termini di intensità e le aziende che esportano dipendono comunque in ampia misura dal mercato nazionale: nella manifattura (le cui esportatrici spiegano oltre il 95 per cento dell'intero export nazionale) un'impresa su due ricava dalle vendite all'estero solo il 35,3 per cento del fatturato complessivo (grafico 1). Sebbene con differenze non trascurabili, la dipendenza dal mercato interno accomuna tutte le classi dimensionali d'impresa: nel caso delle micro imprese (unità con meno di dieci addetti), la quota mediana di fatturato esportato è inferiore al 10 per cento, e arriva al 40,3 per cento per le medie imprese. L'esposizione all'estero di queste unità, peraltro, supera quella della metà delle aziende più grandi (250 addetti e oltre), pari al 37,6 per cento.

**Grafico 1 - Propensione all'export delle imprese manifatturiere per classe di addetti - Anno 2012**  
Rapporto tra esportazioni e fatturato, valori percentuali, mediane



Fonte: elaborazioni su dati Frame-Sbs

\* Istat.

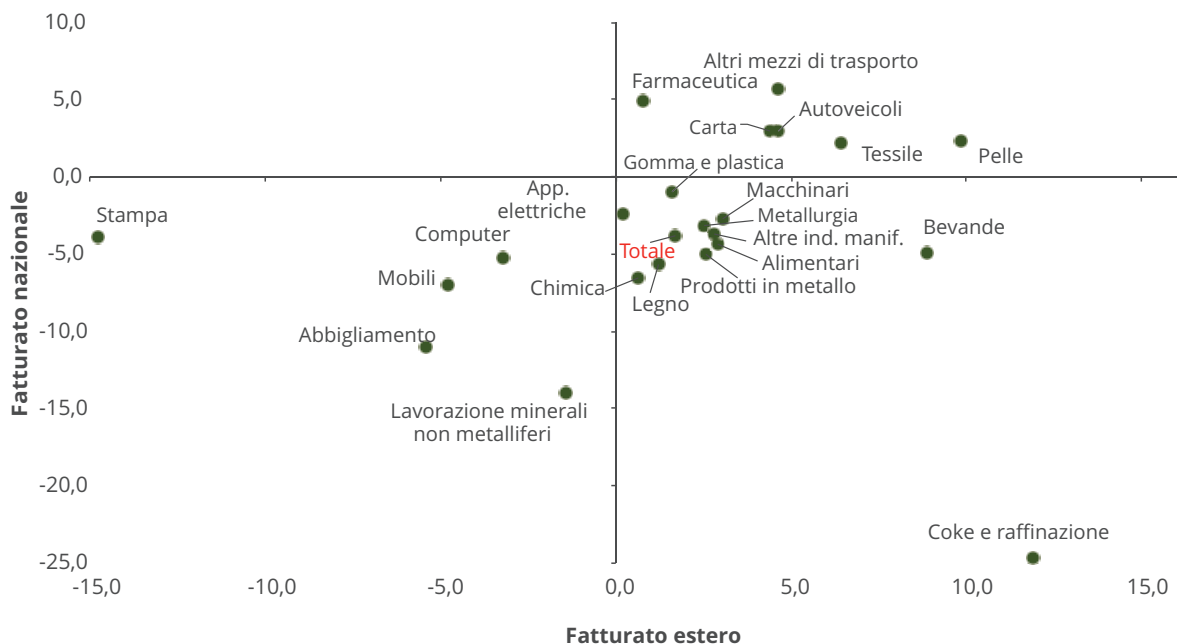


## APPROFONDIMENTI

Nelle pagine seguenti vengono quindi esaminati i fattori alla base del grado di proiezione internazionale delle imprese manifatturiere italiane nel biennio 2012-2014, e dell'eventuale divaricazione nella performance sui mercati interno ed estero. Nel fare ciò, l'analisi si concentra sulle sole unità con più di venti addetti, un segmento rilevante nell'ambito del comparto dal momento che spiega circa i tre quarti del valore aggiunto e il 90 per cento delle esportazioni della manifattura.<sup>1</sup> Tra il 2012 e il 2014 l'export di questo segmento di imprese è cresciuto dell'1,7 per cento, mentre le vendite sul mercato interno si sono ridotte complessivamente del 3,8 per cento (grafico 2). A conferma del ruolo determinante svolto dalla domanda estera nel periodo considerato, non solo il numero di settori che hanno registrato un aumento di esportazioni (17 su 23) è triplo rispetto a quello dei comparti che hanno visto aumentare le vendite in Italia (6 su 23), ma non vi sono attività nelle quali l'eventuale contrazione dell'export sia stata compensata almeno in parte da un incremento di vendite all'interno. Più in dettaglio l'aumento dei ricavi in entrambi i mercati unisce settori dal contenuto tecnologico molto diverso: farmaceutica, autoveicoli e altri mezzi di trasporto, ma anche attività più tradizionali quali tessile e pelli, suggerendo quindi che in alcune circostanze altri fattori, prime tra tutti le scelte strategiche aziendali, possano avere un ruolo prevalente rispetto all'appartenenza settoriale nel determinare la competitività delle imprese.<sup>2</sup>

**Grafico 2 - Variazione del fatturato nazionale ed estero delle imprese manifatturiere con più di 20 addetti per settori di attività economica - Anni 2012-2014.**

Variazioni percentuali, mediane



Fonte: elaborazioni su dati Istat

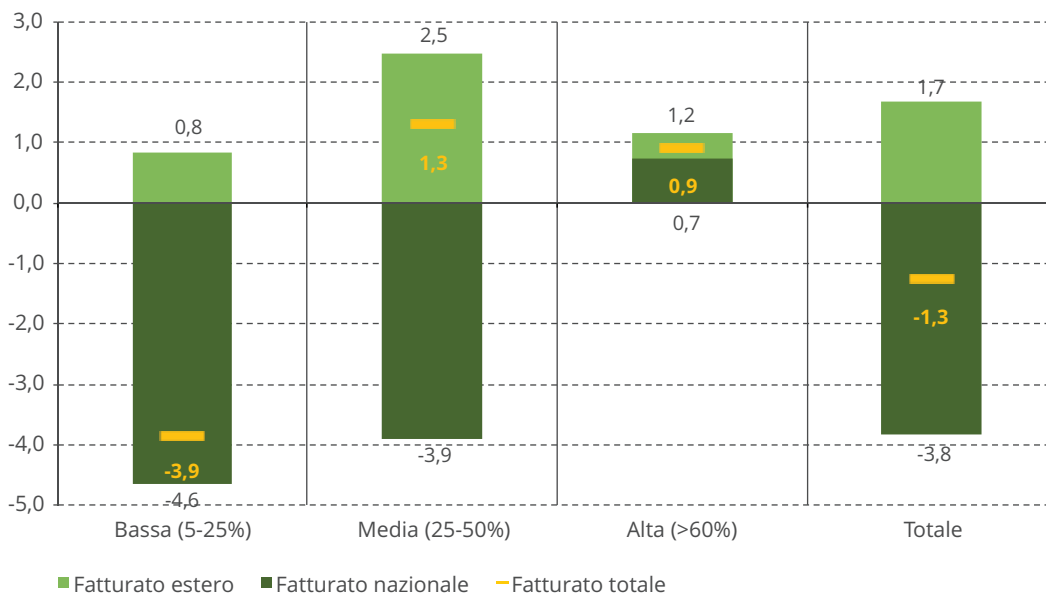
- <sup>1</sup> Si tratta complessivamente di oltre 30 mila imprese. Il dataset utilizzato integra i dati presenti nel nuovo sistema informativo per la produzione delle stime sui conti economici delle imprese (Frame-Sbs), nell'indagine sul fatturato delle imprese industriali e le informazioni sulle strategie aziendali che sono state rilevate, con riferimento al 2011, in occasione del 9° Censimento dell'industria e dei servizi.
- <sup>2</sup> Si tratta del resto di un risultato già evidenziato in altri studi sull'internazionalizzazione delle imprese italiane. Per una rassegna si rimanda, tra gli altri, ad Altomonte et al. (2012) e a Istat (2013 e 2014).

Altrettanto variegato è l'insieme di settori che hanno parzialmente compensato la perdita dei ricavi sul mercato nazionale con un aumento del fatturato estero: è il caso, tra gli altri, dei comparti alimentare e delle bevande, del legno, della metallurgia e dei prodotti in metallo. In ripiegamento su entrambi i mercati appaiono infine le imprese dell'abbigliamento, dei mobili, dei minerali non metalliferi e dei computer.

Il diverso grado di esposizione sui mercati esteri si riflette in una differente performance delle imprese esportatrici con almeno venti addetti sui mercati interno ed estero negli anni del double dip (grafico 3): tra le unità con bassa propensione all'export,<sup>3</sup> una su due ha aumentato le esportazioni di almeno lo 0,8 per cento, ma ha risentito maggiormente del forte calo della domanda interna (-4,9 per cento di ricavi sul mercato nazionale), al punto da registrare una contrazione del fatturato complessivo pari a -3,9 per cento. Tuttavia, al crescere dell'esposizione sui mercati internazionali la performance complessiva migliora: le imprese con grado medio di propensione all'export, pur avendo registrato una flessione del fatturato nazionale (-3,9 per cento) hanno infatti almeno compensato tali perdite con un aumento dei ricavi esteri del 2,5 per cento in mediana, che ha portato a un aumento complessivo del fatturato, pari all'1,3 per cento. Infine, le imprese con propensione all'export elevata hanno riportato incrementi di fatturato in entrambi i mercati (rispettivamente 0,7 all'interno e 1,9 all'estero) e conseguentemente un incremento totale dei ricavi. Va notato che, anche nel difficile biennio 2012-2014, a una maggiore proiezione all'estero si associa comunque una migliore performance sui mercati nazionali.

**Grafico 3 - Andamento del fatturato delle imprese manifatturiere per classe di propensione all'export - Anni 2012-2014**

Variazioni percentuali, mediane



Fonte: elaborazioni su dati Istat

<sup>3</sup> Le imprese sono state classificate sulla base del rapporto tra esportazioni e fatturato, individuando tre classi di propensione all'export: a) bassa, cioè con quota di fatturato esportato compresa fra il 5 e il 25 per cento; b) media, con quota compresa tra il 25 e il 60 per cento; c) alta, cioè con un rapporto export-fatturato superiore al 60 per cento. Le unità che esportano meno del 5 per cento del proprio fatturato (esportatrici marginali) sono state considerate imprese sostanzialmente domestiche.



*La base dati qui utilizzata consente di precisare meglio le strategie messe in atto dalle imprese manifatturiere italiane che hanno aumentato la propria proiezione internazionale, registrando una performance complessivamente positiva nell'ultimo biennio. A tale scopo, le imprese sono state riclassificate in base all'andamento, tra il 2012 e il 2014, del grado di propensione all'esportazione e del fatturato totale, in modo da isolare da un lato i casi vincenti di aumento della propensione all'export – quelli cioè nei quali un aumento della quota di fatturato esportato si associa a un incremento delle vendite sui mercati interni ed esteri, o a un aumento delle esportazioni superiore all'eventuale diminuzione del fatturato interno – e, dall'altro lato, gli esempi di maggiore difficoltà competitiva, ovvero i casi in cui una riduzione della percentuale di fatturato esportato si accompagna a una contrazione dei ricavi all'interno e all'estero, o a una diminuzione delle esportazioni superiore all'eventuale lieve aumento delle vendite in Italia.<sup>4</sup> Su queste basi è stato quindi individuato il profilo strategico delle imprese di ciascuna classe, attraverso una stima<sup>5</sup> del contributo fornito da un ampio insieme di fattori strutturali e strategici legati alla competitività aziendale, relativi alla dimensione, all'appartenenza settoriale e territoriale, alla produttività del lavoro, all'innovazione (di prodotto o processo), alla presenza di un'elevata connettività – ovvero alla capacità di attivare strette relazioni con altre imprese o istituzioni<sup>6</sup> – e all'utilizzo privilegiato di determinate leve concorrenziali, quali il prezzo e la qualità dei prodotti, l'estensione della rete distributiva, la flessibilità produttiva. I risultati relativi agli effetti più significativi, cioè i due casi estremi che comprendono rispettivamente le imprese che hanno aumentato la proiezione all'estero e il fatturato totale (top performers) e quelle che hanno invece ridotto la propria propensione all'export e i ricavi complessivi (bottom performers), sono riportati nel grafico 4.*

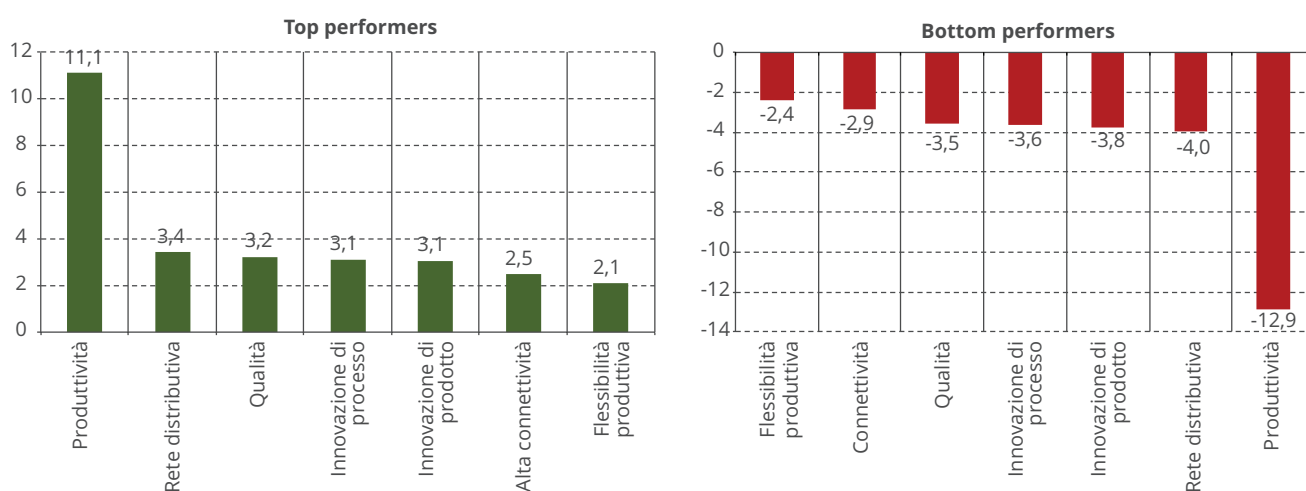
*In primo luogo, coerentemente con uno dei risultati più noti in letteratura, risalta il ruolo decisivo della produttività del lavoro (qui misurata in termini di valore aggiunto per addetto): un aumento di produttività dell'1 per cento aumenta la probabilità di essere top performer di 11 punti percentuali. Per una vincente proiezione estera delle imprese manifatturiere italiane nel biennio in esame, inoltre, effetti comunque positivi ma quantitativamente più contenuti si osservano in corrispondenza di altri importanti aspetti della competitività d'impresa, in particolare il fatto di privilegiare l'estensione della rete distributiva (+3,4 punti percentuali), la qualità del prodotto (+3 punti), l'innovazione di prodotto e di processo (+3 punti in entrambi i casi), la flessibilità produttiva (+2 punti), e il fatto di presentare un'elevata connettività, cioè partecipare a una rete di relazioni produttive estese e intense (+2,4 punti). Detto altrimenti, il profilo strategico delle imprese manifatturiere che, anche nel difficile biennio 2012-2014, sono riuscite ad accrescere la propria performance e la proiezione sui mercati internazionali comprende aziende dalla produttività del lavoro mediamente elevata, innovative, che competono sulla qualità del prodotto e sulla capacità di presidiare i mercati di sbocco attraverso la rete di distribuzione; si tratta inoltre di imprese che*

- <sup>4</sup> Sono state individuate in particolare cinque classi di imprese: a) imprese che hanno aumentato l'esposizione all'estero aumentando anche il fatturato totale; b) imprese che hanno aumentato la propensione all'export ma non il fatturato totale; c) imprese che hanno ridotto la propensione all'export aumentando il fatturato estero e totale; d) imprese che hanno ridotto la propensione all'export e il fatturato estero; e) imprese che hanno ridotto la propensione all'export e il fatturato totale.
- <sup>5</sup> Trattandosi di una classificazione ordinata per livelli di propensione all'export, l'analisi viene effettuata attraverso la stima di un modello *ordered probit*, nel quale il grado di propensione all'export è spiegato dalle variabili strategiche descritte nel testo e da una serie di variabili di controllo, di natura settoriale, dimensionale, geografica e legate alla redditività dell'impresa.
- <sup>6</sup> L'elevata connettività viene qui misurata attraverso un Indicatore di connettività (Ico) e identificata dalla presenza di un valore dell'indicatore superiore alla mediana. L'Ico sintetizza tre dimensioni delle relazioni di un'impresa: la numerosità delle tipologie di relazioni attivate (commessa, subfornitura, accordi formali, *joint ventures* e reti), il numero di controparti coinvolte, l'estensione geografica delle relazioni (in particolare se coinvolgono interlocutori esteri). Per i dettagli sulla costruzione dell'indicatore si rimanda a Istat (2014).

non operano isolatamente, ma al contrario attivano intense relazioni produttive (di filiera come commessa o subfornitura, ma anche in termini di accordi formali e/o informali) con altre imprese o istituzioni. Un'ulteriore conferma dell'importanza di tali strategie è fornita dal fatto che gli stessi fattori sono anche quelli che in misura più ampia riducono la probabilità di appartenere alla classe delle imprese in ripiegamento (i bottom performers nel grafico 4), con intensità anche maggiore rispetto al contributo fornito alla probabilità di risultare tra le imprese che hanno aumentato le proprie prospettive di competitività su scala internazionale.

**Grafico 4 - Strategie e propensione all'export delle imprese top performer e bottom performer – Anni 2012 -2014**

Punti percentuali <sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> In verde: aumento della probabilità di avere registrato un aumento della propensione all'export associato a un incremento delle esportazioni e del fatturato totale. In rosso: diminuzione della probabilità di avere registrato una diminuzione della propensione all'export associata a una riduzione delle esportazioni e del fatturato totale.

Fonte: elaborazioni su dati Istat

### Nota bibliografica di approfondimento

Altomonte C., T. Aquilante e G. Ottaviano (2012), *The Triggers of Competitiveness: the Efige Cross Country Report*, *Bruegel Blueprint Series, Volume 17*.

Istat (2013), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi, febbraio*, disponibile in <http://www.istat.it/it/archivio/82456>.

Istat (2014), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi, febbraio*, disponibile in [www.istat.it/it/archivio/113149](http://www.istat.it/it/archivio/113149).

Istat (2015), *Rapporto annuale, maggio*, disponibile in [www.istat.it](http://www.istat.it).



**IL SOSTEGNO PUBBLICO  
ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DELLE IMPRESE**





# IL SOSTEGNO PUBBLICO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

## Quadro d'insieme\*

*Il presente capitolo è organizzato come segue. Nel quadro d'insieme si presentano i principali risultati in termini operativi e l'evoluzione delle politiche messe in atto dal Ministero dello Sviluppo economico (Mse) e si fa una sintesi dei contenuti del capitolo, evidenziando il contributo, del Mse e degli altri attori, alle politiche governative e alla loro traduzione in interventi operativi. Si passa poi a un esame più approfondito dell'evoluzione nelle due principali aree dei servizi reali e dei servizi finanziari. Infine si illustrano alcune attività recenti in materia di monitoraggio e valutazione. Arricchiscono il testo alcuni approfondimenti e riquadri scritti da accademici ed esperti.*

### Principali risultati del 2014

*Dal punto di vista dei risultati operativi, il sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione ha assistito nel 2014 molte decine di migliaia di imprese, con servizi sia reali sia finanziari erogati da un ampio spettro di enti e amministrazioni centrali e territoriali. Pur se ancora passibili di miglioramenti metodologici, le rilevazioni condotte per questo Rapporto evidenziano alcune tendenze di fondo.*

*Dal lato dei servizi e incentivi reali, nel complesso si è registrata una sostanziale stazionarietà delle risorse messe a disposizione delle imprese nel 2014 rispetto al valore 2013 (tavola 7.1). Guardando più in dettaglio alle variazioni intervenute e al loro segno, il Mse ha mobilitato fondi per 19 milioni di euro, con una diminuzione di 2 milioni rispetto al biennio precedente, cui si sono aggiunti 8 milioni di euro di contributo degli utenti. Per quanto riguarda le azioni di sostegno a carattere promozionale, Ice-agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (Ice) e Camere di commercio, industria e artigianato (Cciaa) si sono mossi in controtendenza. Il primo ha aumentato le proprie spese, passate da 45 a 64 milioni di euro, le seconde invece, secondo alcune stime preliminari, le avrebbero viste ridursi da 79 a 63 milioni; in entrambi i casi le cifre includono i contributi degli utenti ai costi. La spesa delle Regioni ha fatto registrare una diminuzione nel 2014, portandosi a quota 84 milioni di euro. Le tendenze appena delineate trovano un'eco nel numero di imprese assistite; a una crescita dell'Ice (29 per cento in più) ha fatto da contrappeso la diminuzione che ha interessato sia le Cciaa (-11 per cento) sia il Mse (-5 per cento).<sup>1</sup> Il 2014 dunque testimonia nel complesso un persistente dinamismo delle attività di sostegno mediante servizi reali alle imprese, sia dal lato dell'impegno di bilancio, perlomeno per due delle quattro realtà esaminate dal Rapporto, sia, come si vedrà meglio nel seguito, dal lato delle attività e dei risultati.*

*Riguardo ai servizi e incentivi finanziari, a un aumento delle garanzie assicurative e degli investimenti in imprese miste ha fatto riscontro una diminuzione dei prestiti e prodotti integrati bancario-assicurativi. L'offerta di Cassa depositi e prestiti (Cdp) a sostegno dell'internazionalizzazione ha fatto registrare nel 2014 un aumento, seppur contenuto, del valore*

\* Redatto da Paolo Bulleri e Maurizio Cotrona, Ministero dello Sviluppo economico (sottoparagrafo Politiche governative) e Marco Saladini, Ice (sottoparagrafi Introduzione e Contributo dei singoli attori). Supervisione di capitolo a cura di Beniamino Quintieri (Università Tor Vergata). Coordinamento editoriale di Marco Saladini (Ice).

<sup>1</sup> Quest'ultimo riporta dati riferiti a soggetti collettivi che moltiplicano, redistribuendoli, gli effetti dei sussidi ricevuti



complessivo delle operazioni finanziate (da 2,2 a 2,4 miliardi di euro), ma una riduzione del capitale proprio direttamente impegnato (da 1,8 a 1,1 miliardi di euro). Sace ha visto innalzarsi il numero di imprese clienti e aumentare i nuovi impegni assicurativi, da 8,7 a 10,9 miliardi di euro, mentre i premi lordi sono scesi lievemente, da 399 a 390 milioni di euro. Simest ha concentrato i capitali propri impegnati, in aumento da 455 a 492 milioni di euro nel 2014, su un numero di imprese clienti più contenuto; in diminuzione, da 5,1 a 2,5 miliardi, è risultato anche il valore delle operazioni assistite. La sinergia tra le componenti del sistema di sostegno pubblico sul versante finanziario ha continuato a dispiegare i propri effetti positivi pur nel quadro di una diminuzione di alcune componenti degli impieghi, dopo la forte espansione del 2013.

**Tavola 7.1 - Sostegno pubblico all'internazionalizzazione, quadro d'insieme dei servizi promozionali e finanziari**  
Valori in milioni di euro

|  | 2012                        | 2013   | 2014   | 2012                              | 2013  | 2014   | 2012   | 2013  | 2014  |
|--|-----------------------------|--------|--------|-----------------------------------|-------|--------|--|-------|-------|
|  | <b>Servizi promozionali</b> |        |        |                                   |       |        |  |       |       |
|  | <b>Utenti</b>               |        |        | <b>Fondi spesi <sup>(1)</sup></b> |       |        | <b>Contributo degli utenti ai costi</b>          |       |       |
| Ministero dello sviluppo economico <sup>(2)(3)</sup> | 280                         | 172    | 163    | 21                                | 21    | 19     | 11   | 7     | 8     |
| Regioni <sup>(4)</sup>                               | -                           | -      | -      | 101                               | 89    | 84     | -  | .     | -     |
| Ice <sup>(5)</sup>                                   | 20.733                      | 19.578 | 25.301 | 21                                | 31    | 51     | 7  | 14    | 13    |
| Camere di commercio <sup>(6)</sup>                   | 52.586                      | 65.341 | 58.452 | 76                                | 79    | 63     | -  | .     | -     |
|  | <b>Servizi finanziari</b>   |        |        |                                   |       |        |  |       |       |
|  | <b>Imprese clienti</b>      |        |        | <b>Nuovi impegni assicurativi</b> |       |        | <b>Premi lordi</b>                               |       |       |
| Sace   | 24.978                      | 22.698 | 23.547 | 8.520                             | 8.704 | 10.937 | 380  | 399   | 390   |
|  | <b>Imprese clienti</b>      |        |        | <b>Capitali propri impegnati</b>  |       |        | <b>Valore operazioni assistite<sup>(7)</sup></b> |       |       |
| Cassa depositi e prestiti <sup>(8)(9)(10)</sup>      | 6                           | 21     | 25     | 659                               | 1.807 | 1.101  | 1.218  | 2.240 | 2.369 |
| Simest   | 570                         | 440    | 344    | 391                               | 455   | 492    | 4.600  | 5.069 | 2.530 |

<sup>(1)</sup> Fondi spesi eccetto Regioni 2012, vedi nota 4. Per Ice e Mse escluso il contributo degli utenti ai costi, per Cciao e Regioni inclusi contributi e incentivi erogati alle imprese per conto di terzi.

<sup>(2)</sup> Programmi di sostegno gestiti direttamente a favore di associazioni, camere di commercio italiane all'estero, consorzi, enti e istituti e programma *Made in Italy*.

<sup>(3)</sup> I dati concernenti il contributo degli utenti ai costi sono stati stimati.

<sup>(4)</sup> Stime preliminari, parziali nel caso del contributo degli utenti. Per il 2012 fondi stanziati, per il 2013 e 2014 fondi spesi, equivalenti alla somma di fondi del bilancio regionale, fondi europei e, laddove previsti, contributi privati.

<sup>(5)</sup> Fondi e utenti per promozione e formazione. Inclusi utenti esteri. Programma *Made in Italy* conteggiato nella spesa ma non nel numero utenti.

<sup>(6)</sup> Imprese partecipanti ad attività promozionali e partecipanti ad attività formative. Una parte dei fondi spesi dalle Cciao deriva dai bilanci regionali. Fondi spesi nel 2014 riferiti a 89 Cciao su 105.

<sup>(7)</sup> Il valore delle operazioni assistite fa riferimento al valore complessivo finanziato per Cdp, impegnato per Simest.

<sup>(8)</sup> Numero di operazioni finanziate. Le imprese clienti possono aver stipulato più di un contratto.

<sup>(9)</sup> Il dato del capitale impegnato nel 2013 ha subito alcune rettifiche contabili e differisce da quello pubblicato nella precedente edizione del *Rapporto*.

<sup>(10)</sup> L'operatività di Cdp in termini di imprese clienti e valore operazioni assistite è anche contabilizzata nell'operatività di Sace.

Fonte: Ministero dello Sviluppo economico, Regioni, Ice, Unioncamere, Cassa depositi e prestiti, Sace, Simest

## Le politiche governative

*La Cabina di regia per l'Italia internazionale rappresenta il principale strumento di governance del sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione, assicurando il necessario luogo di confronto tra tutti i maggiori protagonisti al fine di ricondurre a un disegno unitario le diverse proposte e stabilire le linee guida e l'indirizzo strategico in materia di promozione all'estero e internazionalizzazione del sistema produttivo italiano.<sup>2</sup> La quarta riunione della Cabina si è svolta al Ministero dello Sviluppo economico il 26 febbraio 2015, copresieduta dai Ministri Federica Guidi e Paolo Gentiloni Silveri, con la partecipazione, tra gli altri, dei Ministri Maurizio Martina, Pietro Carlo Padoan e Maurizio Lupi, oltre al vice Ministro Carlo Calenda.*

*Il tema centrale sul quale si è concentrata l'attenzione dei partecipanti è stato lo sforzo finanziario straordinario messo in campo dal Governo per il triennio 2015-2017 e le prospettive internazionali che, anche alla luce di questi investimenti, si aprono al sistema produttivo nazionale.*

*In tale contesto, la Cabina di regia ha valutato e approvato 10 macro-obiettivi sui quali orientare lo stanziamento straordinario triennale di fondi nonché i filoni di attività del Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia (vedi approfondimento in questo capitolo).*

*Si è inoltre convenuto che la situazione economica e i vincoli di bilancio obbligano i soggetti pubblici che operano nel settore dell'internazionalizzazione a procedere con un approccio coordinato, in ottica di risparmio, di eliminazione delle sovrapposizioni e di verifica dell'efficacia operativa. Da parte regionale si è espresso l'orientamento a promuovere la specializzazione produttiva dei territori, ricercando tuttavia un quadro di riferimento unitario nell'ambito delle strategie nazionali per l'internazionalizzazione. Un'attenzione particolare sarà riservata al tema dell'innovazione tecnologica, a partire dalle sinergie con i centri di ricerca di eccellenza operanti in alcune regioni. Gli interessi comuni ad amministrazioni centrali e regionali evidenziati nell'incontro comprendono la tematica degli investimenti diretti esteri (Ide), le iniziative in occasione di importanti eventi internazionali, il commercio elettronico e la promozione di alcuni settori chiave quali alta tecnologia, agroalimentare, aerospazio, meccanica, green technologies e nautica. Quanto alle aree geografiche prioritarie dell'azione di promozione pubblica per il triennio 2015-2017, la Cabina di regia ha convenuto sull'opportunità di concentrare le attività nei seguenti paesi focus, verso i quali si indirizzeranno prevalentemente le missioni istituzionali ed imprenditoriali.*

*- Stati Uniti d'America (Usa) e Canada, con interventi destinati alle aree provinciali più dinamiche e in considerazione delle potenzialità di allargamento delle nostre quote di mercato che derivano dalla prossima sottoscrizione dell'accordo di libero scambio commerciale tra Usa e UE (Ttip l'acronimo inglese) e dell'analogo accordo tra Canada e UE (Ceta).*

*- Cina, mercato con una crescita molto dinamica.*

<sup>2</sup> Dell'organismo fanno parte il Ministero dello Sviluppo economico, il Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, il Ministero dell'Economia e delle finanze, il Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, il Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo, la Conferenza delle Regioni e delle Provincie autonome, Unioncamere, Confindustria, R.E.TE. Imprese Italia, Associazione bancaria italiana e Alleanza per le cooperative.

- Giappone, paese con il quale l'Italia ha da molti anni solide relazioni economiche.
- Paesi del Golfo, economie che hanno subito i contraccolpi minori della crisi economica mondiale.
- Paesi dell'Africa Subsahariana: Congo, Etiopia, Mozambico, Angola.
- Paesi dell'Asia centrale: Azerbaijan, Kazakistan per il loro valore strategico e per gli importanti progetti infrastrutturali varati.
- Paesi dell'Alleanza del Pacifico: Messico, Colombia, Perù e Cile, dove sono previste altrettante missioni istituzionali.
- Cuba, per le recenti aperture ai commerci internazionali.
- Sud-Est asiatico: Vietnam, Malaysia e Indonesia, alla luce della costante crescita economica.

Per quanto concerne la riforma della governance del sistema di supporto all'internazionalizzazione, la Cabina di regia ha condiviso gli obiettivi del percorso di riorganizzazione dell'Ice, soprattutto per rafforzare l'orientamento all'utenza e alle piccole e medie imprese (Pmi) e il coordinamento dell'attività di attrazione degli investimenti esteri che ha già fatto registrare risultati in termini di maggiore efficienza e contenimento di costi (vedi paragrafo 7.1.2, infra).

Infine, sul piano dei servizi finanziari, l'esigenza di poter disporre di una moderna ExImBank è stata segnalata da più parti ma la Cabina di regia ha rimandato l'approfondimento e il confronto sulla materia, alla luce del fatto che essa è all'esame del Parlamento.

Sotto il profilo normativo, spicca l'intervento compiuto dal legislatore in favore di una rivitalizzazione del sostegno pubblico all'internazionalizzazione. L'articolo 30 del decreto legge 133 del 2014, cosiddetto Sblocca Italia, convertito con la legge 164 del 2014, ha attribuito al Mse la delega per la elaborazione e adozione di un Piano straordinario per il Made in Italy e per l'attrazione degli investimenti esteri in Italia. Lo stesso articolo ha affidato all'Ice l'attuazione del Piano.<sup>3</sup>

Tra gli elementi qualificanti la promozione pubblica nel 2014, va menzionato il rilancio della politica di partenariato che ha visto il coinvolgimento attivo dei principali attori del tessuto produttivo nazionale nella definizione delle strategie di internazionalizzazione. Nel primo semestre dell'anno, in particolare, il vice Ministro Calenda ha incontrato i rappresentanti di alcune federazioni e associazioni imprenditoriali, espressione dei più rilevanti comparti dell'export nazionale, per concordare un piano integrativo dell'attività promozionale ordinaria del valore di circa 18 milioni.<sup>4</sup> Nel settembre del 2014, tale piano è stato rafforzato con uno stanziamento ulteriore di 2,8 milioni di euro, che ha consentito di allargare il bacino dei partner coinvolti ad altre associazioni.<sup>5</sup> Alla fine del primo trimestre 2015, le iniziative promozionali a valere sul complesso di tali fondi erano state attuate dall'Ice per in una percentuale pari al 69 per cento del totale. Se ne prevede il completamento entro il primo semestre del 2016.

<sup>3</sup> Per approfondimenti, inclusi i provvedimenti attuativi adottati dal Mse e dall'Ice, si vedano il riquadro in merito in questo capitolo e la pagina Internet [www.mise.gov.it/index.php/it/commercio-internazionale/piano-per-la-promozione-straordinaria-del-made-in-italy](http://www.mise.gov.it/index.php/it/commercio-internazionale/piano-per-la-promozione-straordinaria-del-made-in-italy).

<sup>4</sup> Gli interlocutori sono stati Federalimentare, Federvini/Uiv, Anica, Assobiomedica, Aie, Federchimica, Farmindustria, Anie, Confindustria Ceramica, Federlegnoarredo, Ance, Anima, Anfia, Federmacchine, Federunacoma, Confesercenti, Smi, Tessilivari, Fiamp, Ucina, Cna, Confartigianato, Casartigiani, Confcommercio e Oice. I fondi provengono dallo stanziamento supplementare pari a 22.594.000 € previsto dal decreto legge 145 del 2013 (cosiddetto "Destinazione Italia").

<sup>5</sup> In questa seconda istanza gli interlocutori sono stati Acimga, Acimall, Aiad, Aica, Assografici, Assomac, Assosport, Compagnia delle Opere, Comufficio, Confagricoltura, Confapi, Confindustria Marmomacchine, Federbio e Federpesca.

Nel 2014 e 2015 è proseguita inoltre la politica di partenariato con le Regioni e Province autonome. In collaborazione con l'Ice è stata avviata l'attuazione di otto progetti interregionali, per un valore complessivo di 3,1 milioni di euro (1,8 milioni a carico del Ministero attraverso l'Ice e 1,3 milioni a carico delle Regioni aderenti).<sup>6</sup> Sono state realizzate, prevalentemente, missioni di operatori esteri in Italia anche al fine di partecipare a fiere. A tali attività hanno aderito 253 aziende italiane, dei settori green economy, nautica, agroalimentare, food processing, edilizia e restauro, nonché 1.019 controparti estere.

### Il contributo dei singoli attori

Dopo le importanti innovazioni introdotte nel 2013, l'anno successivo ha visto le misure amministrate direttamente dal Mse entrare nella piena operatività, con un ammontare erogato in discesa di circa il 10 per cento, soprattutto per il contrarsi dei fondi per il programma Made in Italy. La progettazione del Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti e la sua attivazione hanno comportato un notevole impegno in termini di disegno dell'impianto e di elaborazione delle normative, sia di legge sia regolamentari.

Nel 2014 il Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci), preposto all'azione di diplomazia economica del sistema paese, ha proseguito un graduale ri-orientamento della propria rete al fine di assistere al meglio le imprese italiane all'estero. Nei mercati emergenti sono state aperte nuove sedi diplomatiche e consolari in alcune delle aree economicamente più promettenti per gli operatori italiani, a fronte della chiusura di alcune rappresentanze in mercati maturi, in particolare in Europa.

Durante questo processo di ri-orientamento, è continuata l'integrazione tra ambasciate e consolati da un lato e uffici Ice dall'altro, come disposto dalla legge 214 del 2011, istitutiva dell'Ice-Agenzia. A livello operativo il Maeci ha organizzato e coordinato iniziative per la presentazione delle opportunità di cooperazione commerciale e di investimento in diversi paesi, anche attraverso l'utilizzo di nuovi strumenti informatici legati all'uso di Internet. Tra questi, di particolare rilevanza sono risultati essere i servizi on line per facilitare la market intelligence e fornire informazioni alle imprese, quali infoMercatiEsteri e ExTender.

Durante la seconda parte del 2014 e nei primi mesi del 2015 l'Ice ha svolto un'intensa attività di revisione della propria organizzazione, culminata in alcune decisioni che in parte la ridisegnano, anche per adeguarla alla nuova funzione di attrazione degli investimenti diretti esteri che la legge ha assegnato all'Agenzia. Come preannunciato nella scorsa edizione del Rapporto, stanziamenti e spesa per attività promozionali hanno continuato ad aumentare, pur restando la spesa al di sotto del livello che aveva raggiunto prima della chiusura dell'Ice-Istituto. La definizione di nuovi, ampliati programmi promozionali da parte del Mse, in gran parte affidati all'Agenzia, ha potuto contare sul contributo degli uffici all'estero e in Italia di quest'ultima. Sono risultati in crescita anche gli indicatori relativi alle altre tipologie di servizi, informativi, di assistenza e di formazione,

<sup>6</sup> Convenzioni sono state sottoscritte con le Amministrazioni regionali di Calabria, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Liguria, Marche, Piemonte, Puglia, Umbria, Sardegna, Toscana e Veneto e con la Provincia autonoma di Bolzano.

*erogati dall'Ice, così come le attività di creazione di partenariati e di partecipazione a gare d'appalto. L'Agenzia ha organizzato, insieme alle controparti istituzionali e imprenditoriali, il Roadshow per l'internazionalizzazione e ha svolto attività di comunicazione e networking in occasione dell'Esposizione Universale di Milano (Expo 2015). Infine, l'Ice ha perfezionato ed esteso le proprie azioni di valutazione delle prestazioni e di rilevazione di customer satisfaction, con risultati che nella maggior parte dei casi hanno ecceduto gli obiettivi prefissati. Ha al tempo stesso usato i risultati di tali azioni e di studi e ricerche sulla propria clientela al fine di definire e migliorare il proprio posizionamento.*

*Sullo sfondo di un'ulteriore razionalizzazione delle attività, anche grazie ad alleanze tra Regioni e Province autonome e Cciaa, è proseguita nel 2014 l'azione di sostegno all'internazionalizzazione delle amministrazioni territoriali. La spesa complessiva si è ripartita diversamente che nel 2013 tra i territori, con aumenti in sette regioni, sei del Centro-Nord e una del Mezzogiorno, e un'invarianza o una diminuzione nelle altre. La distribuzione per settore del numero di iniziative realizzate sembra indicare una certa prevalenza di agroalimentare e turismo, insieme alla presenza di numerose iniziative plurisettoriali. Europa, Asia e America settentrionale restano i target geografici preferiti. A partire dalla seconda metà del 2014 si è avviato il processo di strutturazione dei fondi messi a disposizione dal nuovo bilancio della UE per lo sviluppo economico, incentrati sulla specializzazione intelligente, strettamente connessa con i processi di internazionalizzazione. Molte regioni hanno messo in atto programmi speciali di valorizzazione delle proprie eccellenze in settori e tempi connessi a Expo 2015.*

*L'attività di sostegno di Cciaa e Unioncamere sembra aver di fatto prestato maggiore attenzione all'assistenza alle imprese e minore alle iniziative promozionali che sono aumentate di numero ma hanno coinvolto un numero inferiore di soggetti nel 2014, rispetto all'anno precedente. Le oltre 3.600 attività promozionali svolte dalle Cciaa sono state realizzate per il 42 per cento dalle Camere dell'Italia Nord-occidentale, per il 24 per cento da quelle dell'Italia Nord-orientale, per il 21 per cento da quelle dell'Italia centrale e per il restante 14 per cento dalle Camere del Mezzogiorno. Sono proseguiti lo sviluppo del sito Worldpass e l'erogazione di servizi di informazione per il suo tramite. Le Cciaa e Unioncamere hanno partecipato attivamente alle iniziative di sistema come missioni governative e Roadshow.*

*Cassa depositi e prestiti ha allargato i confini della propria operatività a sostegno dell'internazionalizzazione, potendo dal 2014 offrire finanziamenti garantiti anche da istituzioni di credito o compagnie di assicurazione diverse da Sace. Per dare maggior corpo a tale nuova possibilità Cdp ha creato un plafond esportazione, dedicato al finanziamento di esportazioni per forniture di merci, servizi e/o esecuzione di lavori da parte di piccoli e medi esportatori. È proseguita l'operatività di Export banca, strumento rivolto ai grandi esportatori, con finanziamenti per 1,1 miliardi di euro nel 2014 e 3,6 nel triennio 2012-14, per il 60 per cento nel settore della cantieristica navale e per il 66 per cento relativi a operazioni negli Stati Uniti d'America.*

*È proseguita nel 2014 l'attività di Simest a sostegno degli investimenti diretti italiani all'estero, con la consueta gamma di strumenti. Le partecipazioni acquisite a valere sul capitale proprio sono*

*calate lievemente (6 progetti e 9 milioni di euro in meno), al contrario le partecipazioni a valere sul fondo di venture capital sono aumentate (6 progetti e 7 milioni in più). In forte diminuzione sono apparse le agevolazioni per l'esportazione, arretratesi a quota 2,3 miliardi di euro contro i 4,3 del 2013, così come le altre principali tipologie di agevolazioni gestite da Simest. Nel 2014, il peso percentuale delle Pmi come beneficiarie dei finanziamenti agevolati a valere sul fondo rotativo istituito dalla legge 394 del 1981 si è attestato intorno al 90 per cento. Ciò dimostra l'interesse delle Pmi per prodotti finanziari che consentano loro di attivare, seppure a un ritmo ridotto e nonostante la crisi economica ancora in atto, processi di internazionalizzazione produttiva che in assenza di tali prodotti rischierebbero di restare appannaggio quasi esclusivo delle grandi imprese.*

*Anche nel 2014, in un contesto macroeconomico caratterizzato da una crescita ancora debole e da numerose crisi geopolitiche, Sace ha rafforzato il proprio ruolo. Grazie a un aumento generalizzato degli indicatori finanziari e delle operazioni assicurate nei diversi rami di attività della capogruppo, l'esposizione totale di quest'ultima è cresciuta del 6,4 per cento, portandosi a 37,7 miliardi di euro, in operazioni riguardanti la UE per il 41 per cento e l'Europa non UE per il 20. A prevalere sugli altri settori è stato l'oil and gas, seguito da infrastrutture e costruzioni e crocieristico. Nel corso del 2014 l'offerta Sace è stata integrata da importanti novità in termini sia di servizi e prodotti finanziari (Trade finance, Fondo sviluppo export, emissione di obbligazioni) sia di servizi reali (Advisory, nuovo sito web, Export Map).*

## 7.1 Servizi reali e incentivi

### 7.1.1 Ministero dello Sviluppo economico\*

Il Ministero dello Sviluppo economico anche per il 2014 ha riconfermato il proprio sostegno finanziario a consorzi, associazioni, enti, istituti e camere di commercio italiane all'estero, come previsto dalle seguenti leggi.

- Decreto legge 83 del 2012 – Contributi a favore di associazioni, enti, istituti e camere di commercio italo-estere
- Decreto legge 83 del 2012 – Contributi a favore di consorzi per l'internazionalizzazione
- Legge 518 del 1970 – Camere di commercio italiane all'estero

Con successivi decreti ministeriali sono stati individuati i requisiti soggettivi, i criteri e le modalità per la concessione dei contributi pubblici, rispettivamente, a favore di consorzi per l'internazionalizzazione e di enti, istituti e associazioni.<sup>7</sup> Il sostegno finanziario del Ministero a favore dei soggetti beneficiari sopra indicati è finalizzato a incentivare lo svolgimento di attività promozionali nonché a favorire il processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese.<sup>8</sup> Gli strumenti normativi richiamati precedentemente sono affiancati dalle Circolari applicative che il Ministero, ogni anno, emana al fine di fornire agli operatori interessati indicazioni puntuali circa i progetti attuabili, le tipologie di spesa finanziabili e di indirizzare, altresì, i beneficiari verso la realizzazione di azioni promozionali significative, lasciando loro, al contempo, la massima libertà di espressione nell'individuazione del progetto che meglio si addice alle esigenze del singolo proponente. Sulla base di quanto stabilito dalla normativa, il contributo pubblico può coprire fino al 50 per cento delle spese sostenute dai soggetti destinatari.

Nella tavola 7.2 si distingue tra fondi effettivamente erogati nell'anno solare di riferimento e numerosità e valore complessivo dei progetti presentati, compresa dunque la quota a carico dei presentatori. Per comprendere meglio l'impatto dei contributi è bene tenere presente che i beneficiari diretti dei contributi sono associazioni tra imprese e dunque che i contributi stessi raggiungono alcune migliaia di Pmi.

\* Redatto da Paolo Bulleri, Maurizio Cotrona e Fabio Giorgio, Ministero dello Sviluppo economico.

<sup>7</sup> Per una descrizione più dettagliata della normativa vigente e un confronto con quella previgente si vedano la pagina web [www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/commercio-internazionale](http://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/commercio-internazionale) e l'edizione 2013-14 di questo Rapporto

<sup>8</sup> Tra le principali tipologie di attività promozionale spiccano organizzazione o partecipazione a fiere internazionali, eventi promozionali con operatori esteri e collaterali a manifestazioni fieristiche, *workshop*, seminari, incontri *business to business* (B2B), organizzazione di missioni di operatori (*incoming e outgoing*), attività di formazione specialistica per l'internazionalizzazione, azioni di comunicazione sui mercati esteri, registrazione marchi e realizzazione di siti Internet in lingua estera.

**Tavola 7.2 - Fondi erogati dal Mse per legge di riferimento**

Valori in milioni di euro, numero di progetti e quote in percentuale

| Legge di riferimento e beneficiario   | Fondi erogati |             |             | Quota sul totale |              |              | Progetti approvati |            |            | Valore dei progetti |             |             |
|---|---------------|-------------|-------------|------------------|--------------|--------------|--------------------|------------|------------|---------------------|-------------|-------------|
|   | 2012          | 2013        | 2014        | 2012             | 2013         | 2014         | 2012               | 2013       | 2014       | 2012                | 2013        | 2014        |
| Legge 1083 del 1954 - Enti, istituti e associazioni <sup>(1)</sup>  | 3,5           | 2,5         | -           | 17,1             | 11,5         | -            | 48                 | -          | -          | 34,4                | -           | -           |
| Legge 83 del 1989 - Consorzi export multi-regionali <sup>(1)</sup>  | 2,3           | 1,7         | -           | 11,1             | 7,8          | -            | 93                 | -          | -          | 16,5                | -           | -           |
| Legge 394 del 1981 - Consorzi multi-regionali, agro-alimentari e turistico-alberghieri <sup>(1)</sup>             | 0,3           | 0,3         | -           | 1,2              | 1,2          | -            | 25                 | -          | -          | 2,9                 | -           | -           |
| D. Lgs. 143 del 1988 art. 22 - Intese con associazioni <sup>(1)</sup>   | 0,3           | -           | -           | 1,6              | -            | -            | 6                  | -          | -          | 0,3                 | -           | -           |
| Legge 518 del 1970 - Camere di commercio italiane all'estero  | 7,3           | 4,4         | 5,8         | 35,5             | 20,5         | 30,0         | 72                 | 72         | 74         | 41,8                | 38,8        | 40,0        |
| Decreto legge 83 del 2012 - Contributi a favore di associazioni, enti, istituti, Camere di commercio italo-estere | -             | -           | 2,7         | -                | -            | 14,2         | -                  | 26         | 22         | -                   | 8,3         | 7,8         |
| Decreto legge 83 del 2012 - Contributi a favore dei consorzi per l'internazionalizzazione                         | -             | -           | 1,9         | -                | -            | 9,6          | -                  | 64         | 62         | -                   | 14,3        | 15,1        |
| Programma straordinario <i>Made in Italy</i> <sup>(2)</sup>   | 6,9           | 12,7        | 8,9         | 33,5             | 59,0         | 46,2         | 36                 | 10         | 5          | 14,9                | 7,7         | 7,7         |
| <b>Totale</b>   | <b>20,6</b>   | <b>21,4</b> | <b>19,3</b> | <b>100,0</b>     | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>280</b>         | <b>172</b> | <b>163</b> | <b>110,8</b>        | <b>69,1</b> | <b>70,5</b> |

(1) Norma abrogata dal Decreto legge 83 del 2012 e non più operativa dal 1 gennaio 2013, se non per i progetti già approvati in precedenza

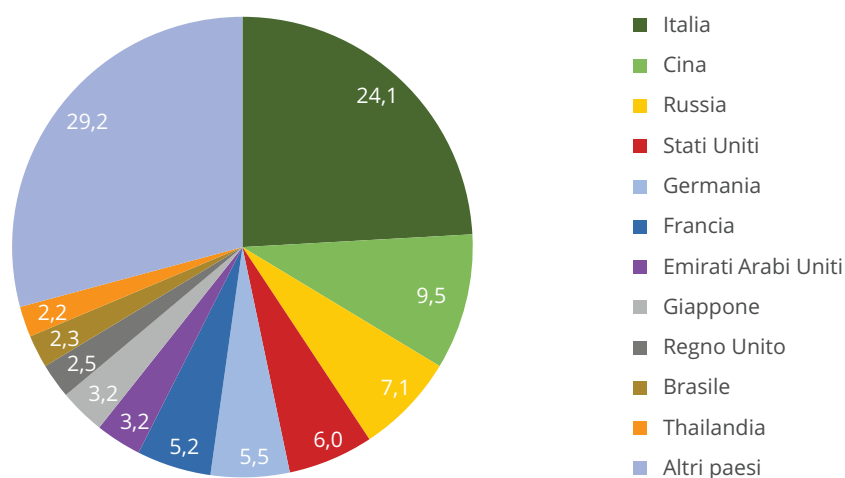
(2) Essendo il programma straordinario *Made in Italy* attuato mediante progetti dalla durata pluriennale, i dati inseriti fanno riferimento allo stanziamento annuale, così come strutturato mediante apposito decreto ministeriale (v. infra)

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati delle Divisioni IV e V - D.G. Politiche Internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

Dalla lettura dei dati si evince che nel 2014 sono stati approvati 163 progetti, con una contrazione, rispetto al 2013, del 5,2 per cento. Nonostante ciò il valore degli stessi ha fatto registrare, se paragonato all'anno precedente, un aumento del 2,1 per cento, passando da 69,1 a 70,5 milioni di euro. Gli enti beneficiari hanno realizzato 127 campagne promozionali e di comunicazione, 260 partecipazioni a manifestazioni fieristiche, 76 seminari e *workshop*, 88 eventi per la conclusione di affari, come sessioni di incontri *business to business* (B2B), missioni in Italia e all'estero e partecipazioni a fiere, 23 programmi di formazione e 45 *show room* temporanei. Con riferimento alla destinazione geografica, poco meno di un quarto degli interventi è stato realizzato in Italia (vedi grafico 7.1), pur trattandosi di eventi di respiro internazionale, durante i quali le imprese italiane hanno avuto la possibilità di entrare in contatto diretto con operatori economici e istituzionali stranieri presentando loro, direttamente sul territorio, il sistema produttivo italiano nonché le relative peculiarità.



**Grafico 7.1 - Distribuzione percentuale dei paesi di destinazione delle attività promozionali. Anno 2014**



Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati della Div. V - D.G. Politiche Internazionalizzazione e Promozione Scambi

Altri principali mercati di destinazione delle iniziative sono stati, nell'ordine, la Cina (9,5 per cento), la Russia (7,1 per cento) e gli Stati Uniti (6 per cento). Nella graduatoria dei primi venti paesi destinatari delle attività promozionali, solo sette appartengono all'Unione Europea, segnale questo che il *Made in Italy* riesce a trovare, grazie alla sua immagine e al suo prestigio, sempre più estimatori in mercati più distanti sia fisicamente che per tradizioni. Infatti, sempre tra i primi 20, rientrano Brasile, Russia, India e Cina (paesi Bric) che complessivamente attraggono il 19,8 per cento delle iniziative, e paesi che stanno assumendo per le imprese italiane un ruolo strategico, come gli Emirati Arabi Uniti (3,2 per cento), la Thailandia (2,2 per cento) e il Messico (0,8 per cento).

Di seguito vengono riportate, per ogni misura, le statistiche concernenti l'utilizzo dei contributi pubblici, suddivise per regione italiana di residenza e per settore di attività economica.

### Contributi a favore di associazioni, enti, istituti, Camere di commercio italo-estere

Nel 2014 sono stati approvati 22 progetti per una spesa complessiva prevista di 7,8 milioni di euro. Rispetto all'anno precedente si è assistito a una contrazione dei contributi, sia in termini di numero che di importo, rispettivamente pari al 15,4 e al 5,7 per cento.

La Lombardia è risultata, come nel 2013, la regione che si è avvalsa di più di tale strumento, con poco meno della metà delle domande presentate e delle spese previste per il 2014. Alle spalle si posizionava, sia per numero di progetti (8) che per spese approvate (2,3 milioni di euro), il Lazio. Da sottolineare, inoltre, che nessun entità del Mezzogiorno ha mai ottenuto questo tipo di finanziamento.

**Tavola 7.3 - Distribuzione territoriale dei progetti approvati, riguardanti i contributi a favore di associazioni, enti, istituti, Camere di commercio italo-estere**

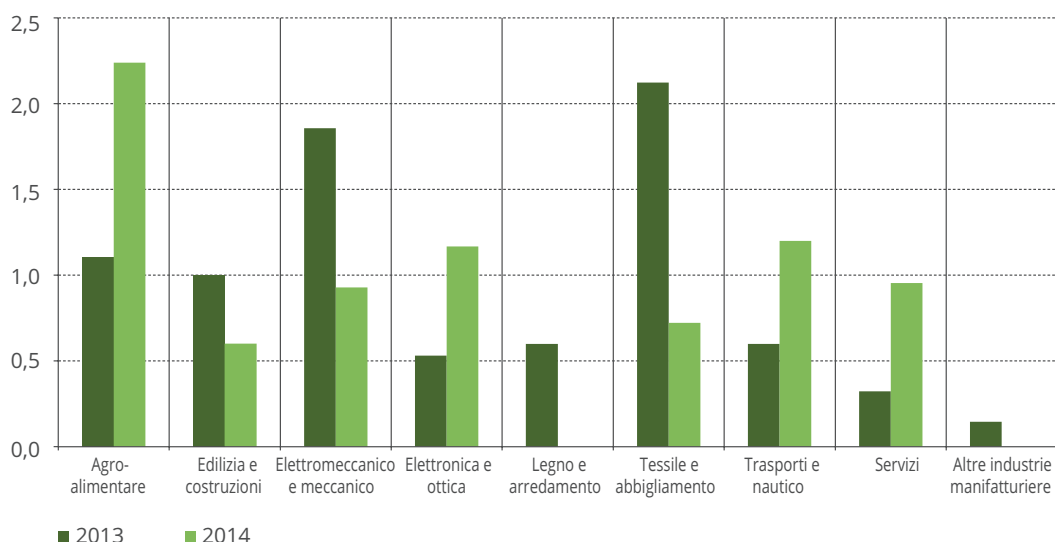
Numero e valori in milioni di euro

| Ripartizione territoriale / Regione | 2013      |              |                 |              | 2014      |              |                 |              |
|-------------------------------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|
|                                     | Progetti  | Peso %       | Spese approvate | Peso %       | Progetti  | Peso %       | Spese approvate | Peso %       |
| <b>Italia nord occidentale</b>      | <b>18</b> | <b>69,2</b>  | <b>6,4</b>      | <b>77,1</b>  | <b>11</b> | <b>50,0</b>  | <b>4,5</b>      | <b>57,0</b>  |
| Lombardia                           | 17        | 65,4         | 5,8             | 69,9         | 10        | 45,5         | 3,9             | 49,4         |
| Liguria                             | 1         | 3,8          | 0,6             | 7,2          | 1         | 4,5          | 0,6             | 7,7          |
| <b>Italia nord orientale</b>        | <b>5</b>  | <b>19,2</b>  | <b>1,5</b>      | <b>17,5</b>  | <b>2</b>  | <b>9,1</b>   | <b>0,8</b>      | <b>10,1</b>  |
| Veneto                              | 1         | 3,8          | 0,4             | 5,0          | 1         | 4,5          | 0,5             | 6,8          |
| Emilia Romagna                      | 4         | 15,4         | 1,0             | 12,6         | 1         | 4,5          | 0,3             | 3,4          |
| <b>Italia centrale</b>              | <b>3</b>  | <b>11,5</b>  | <b>0,4</b>      | <b>5,4</b>   | <b>9</b>  | <b>40,9</b>  | <b>2,6</b>      | <b>32,8</b>  |
| Toscana                             | -         | -            | -               | -            | 1         | 4,5          | 0,3             | 3,2          |
| Lazio                               | 3         | 11,5         | 0,4             | 5,4          | 8         | 36,4         | 2,3             | 29,6         |
| <b>Mezzogiorno</b>                  | <b>-</b>  | <b>-</b>     | <b>-</b>        | <b>-</b>     | <b>-</b>  | <b>-</b>     | <b>-</b>        | <b>-</b>     |
| <b>Totale</b>                       | <b>26</b> | <b>100,0</b> | <b>8,3</b>      | <b>100,0</b> | <b>22</b> | <b>100,0</b> | <b>7,8</b>      | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Div. V - D.G. Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

Dal punto di vista merceologico, l'agroalimentare, con 6 operazioni per una spesa approvata di oltre 2,2 milioni di euro, è risultato il comparto più dinamico. Seguivano, entrambi con due progetti approvati per un importo pari a 1,2 milioni di euro, i settori dell'elettronica e ottica e del trasporto e nautico.

**Grafico 7.2 - Distribuzione settoriale dei progetti approvati, in termini di spesa, riguardanti i contributi a favore di associazioni, enti, istituti, Camere di commercio italo-estere.**  
Valori in milioni di euro



Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati della Div. V - D.G. Politiche Internazionalizzazione e Promozione Scambi del Mse

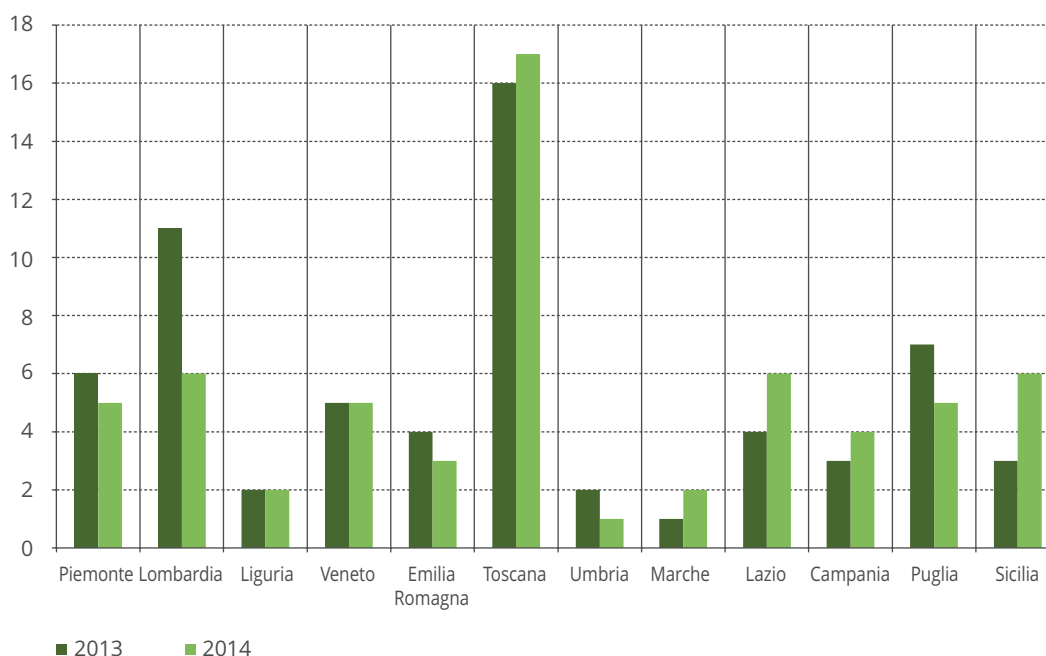
Di converso i settori tessile e abbigliamento ed elettromeccanico e meccanico, che nel corso del 2013 erano stati i più attivi, hanno registrato nell'arco dell'anno successivo una riduzione significativa della spesa approvata: per il primo settore si è passati da 2,1 milioni a poco più di 700 mila euro, mentre per il secondo l'importo ha subito un dimezzamento (da circa 1,9 milioni a oltre 900 mila euro). Con riferimento alla tipologia delle iniziative, il 22,6 per cento ha riguardato la partecipazione a fiere e saloni internazionali, mentre il 16 per cento circa si riferiva sia a *workshop*, seminari ed eventi promozionali con operatori esteri che ad azioni di comunicazione e promozione sui mercati esteri.

### Contributi a favore dei consorzi per l'internazionalizzazione

Nel 2014 sono state approvate 62 iniziative per un importo complessivo pari a 15,1 milioni di euro. Nonostante un calo del numero di progetti (nel 2013 erano stati 64), la spesa approvata è risultata in crescita del 5,5 per cento.

Come accaduto nel 2013, anche nel 2014 la Toscana è stata la regione che ha usufruito in misura più consistente dei contributi, sia in termini di progetti che di spesa. Circa il 30 per cento dei progetti sono stati destinati infatti a imprese della regione (un'iniziativa e 0,3 milioni di euro in più rispetto al 2013). Alle sue spalle si sono posizionate tre regioni con 6 progetti anche se con spese approvate differenti: il Lazio (1,8 milioni di euro), la Lombardia (1,7 milioni) e la Sicilia (1,3 milioni). A tal proposito va sottolineata la buona *performance* del Mezzogiorno che complessivamente ha visto concretizzarsi 15 iniziative (2 in più rispetto al 2013) per un importo di 2,8 milioni di euro (+16,9 per cento).

**Grafico 7.3 - Numero dei progetti approvati, relativi ai contributi a favore dei Consorzi per l'internazionalizzazione, suddivisi per regione**



Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati della Div. V - D.G. Politiche Internazionalizzazione e Promozione Scambi del Mse

Per quanto riguarda il settore di attività economica, 19 dei 62 progetti approvati nel 2014 riguardavano aziende ed enti operanti nell'agroalimentare, che hanno presentato iniziative per un valore di 4,4 milioni di euro. Al secondo posto troviamo, con 12 progetti approvati per spese pari a 2,7 milioni di euro, il tessile e abbigliamento. Va detto che questo comparto, che nel corso del 2013 era risultato il più dinamico, ha visto contrarsi di 5 unità il numero di iniziative e di poco meno di 0,9 milioni di euro l'importo approvato.

Inoltre 8 progetti (numero invariato rispetto al 2013) sono stati autorizzati per il legno e arredamento e 6 per l'elettromeccanico e meccanico, con importi previsti pari rispettivamente a 2,5 e 1,3 milioni di euro.

Con riferimento alla tipologia delle iniziative, il 43,3 per cento - nel corso del 2014 - concernevano la partecipazione a fiere e saloni internazionali mentre il 15,5 per cento a *workshop* e seminari. Da sottolineare anche il buon risultato (12,9 per cento) registrato dalle azioni di comunicazione sui mercati esteri.

**Tavola 7.4 - Distribuzione territoriale dei progetti approvati, concernenti i contributi a favore dei consorzi per l'internazionalizzazione**

Numero e valori in milioni di euro

| Ripartizione territoriale / Regione | 2013      |              |                 |              | 2014      |              |                 |              |
|-------------------------------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|
|                                     | Progetti  | Peso %       | Spese approvate | Peso %       | Progetti  | Peso %       | Spese approvate | Peso %       |
| <b>Italia nord occidentale</b>      | <b>19</b> | <b>29,7</b>  | <b>4,1</b>      | <b>28,7</b>  | <b>13</b> | <b>21,0</b>  | <b>3,1</b>      | <b>20,7</b>  |
| Piemonte                            | 6         | 9,4          | 0,9             | 6,2          | 5         | 8,1          | 0,7             | 5,0          |
| Lombardia                           | 11        | 17,2         | 2,6             | 18,3         | 6         | 9,7          | 1,7             | 11,5         |
| Liguria                             | 2         | 3,1          | 0,6             | 4,2          | 2         | 3,2          | 0,6             | 4,2          |
| <b>Italia nord orientale</b>        | <b>9</b>  | <b>14,1</b>  | <b>2,2</b>      | <b>15,1</b>  | <b>8</b>  | <b>12,9</b>  | <b>1,8</b>      | <b>12,2</b>  |
| Veneto                              | 5         | 7,8          | 1,4             | 10,0         | 5         | 8,1          | 1,2             | 8,2          |
| Emilia Romagna                      | 4         | 6,3          | 0,7             | 5,1          | 3         | 4,8          | 0,6             | 4,0          |
| <b>Italia centrale</b>              | <b>23</b> | <b>35,9</b>  | <b>5,7</b>      | <b>39,6</b>  | <b>26</b> | <b>41,9</b>  | <b>7,3</b>      | <b>48,7</b>  |
| Toscana                             | 16        | 25,0         | 4,2             | 29,5         | 17        | 27,4         | 4,5             | 30,0         |
| Umbria                              | 2         | 3,1          | 0,3             | 2,3          | 1         | 1,6          | 0,3             | 1,8          |
| Marche                              | 1         | 1,6          | 0,1             | 0,8          | 2         | 3,2          | 0,7             | 4,7          |
| Lazio                               | 4         | 6,3          | 1,0             | 7,0          | 6         | 9,7          | 1,8             | 12,2         |
| <b>Mezzogiorno</b>                  | <b>13</b> | <b>20,3</b>  | <b>2,4</b>      | <b>16,6</b>  | <b>15</b> | <b>24,2</b>  | <b>2,8</b>      | <b>18,4</b>  |
| Campania                            | 3         | 4,7          | 0,7             | 4,6          | 4         | 6,5          | 0,7             | 4,7          |
| Puglia                              | 7         | 10,9         | 1,2             | 8,3          | 5         | 8,1          | 0,8             | 5,3          |
| Sicilia                             | 3         | 4,7          | 0,5             | 3,6          | 6         | 9,7          | 1,3             | 8,4          |
| <b>Totale</b>                       | <b>64</b> | <b>100,0</b> | <b>14,3</b>     | <b>100,0</b> | <b>62</b> | <b>100,0</b> | <b>15,1</b>     | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Div. V - D.G. Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

**Tavola 7.5 - Distribuzione settoriale dei progetti approvati, concernenti i contributi a favore dei consorzi per l'internazionalizzazione**

Numero e valori in milioni di euro

| Settori                        | 2013      |              |                 |              | 2014      |              |                 |              |
|--------------------------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|
|                                | Progetti  | Peso %       | Spese approvate | Peso %       | Progetti  | Peso %       | Spese approvate | Peso %       |
| Agroalimentare                 | 14        | 21,9         | 2,6             | 18,1         | 19        | 30,6         | 4,4             | 29,5         |
| Chimico e farmaceutico         | 2         | 3,1          | 0,5             | 3,7          | 3         | 4,8          | 0,5             | 3,5          |
| Edilizia e costruzioni         | 8         | 12,5         | 1,5             | 10,7         | 2         | 3,2          | 0,4             | 2,7          |
| Elettromeccanico e meccanico   | 3         | 4,7          | 0,6             | 4,2          | 6         | 9,7          | 1,3             | 8,8          |
| Elettronico e informatico      | 3         | 4,7          | 0,8             | 5,5          | 2         | 3,2          | 0,6             | 4,2          |
| Legno e arredamento            | 8         | 12,5         | 2,5             | 17,3         | 8         | 12,9         | 2,5             | 16,6         |
| Metallurgico e siderurgico     | 1         | 1,6          | 0,2             | 1,5          | -         | -            | -               | -            |
| Trasporti e nautico            | 2         | 3,1          | 0,6             | 4,0          | 1         | 1,6          | 0,2             | 1,6          |
| Tessile e abbigliamento        | 17        | 26,6         | 3,6             | 25,4         | 12        | 19,4         | 2,7             | 18,1         |
| Turistico e alberghiero        | -         | -            | -               | -            | 2         | 3,2          | 0,4             | 2,9          |
| Altre industrie manifatturiere | 2         | 3,1          | 0,7             | 5,0          | 5         | 8,1          | 1,3             | 8,5          |
| Servizi                        | 4         | 6,3          | 0,7             | 4,6          | 2         | 3,2          | 0,6             | 3,7          |
| <b>Totale</b>                  | <b>64</b> | <b>100,0</b> | <b>14,3</b>     | <b>100,0</b> | <b>62</b> | <b>100,0</b> | <b>15,1</b>     | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati della Div. V - D.G. Politiche internazionalizzazione e promozione scambi del Mse

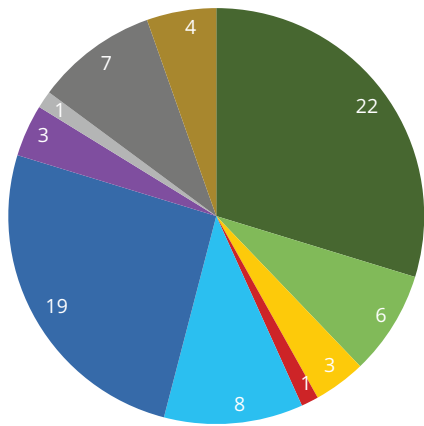
### Legge 518 del 1970 a favore delle Camere di Commercio italiane all'estero

Durante il 2014 le 74 Camere di commercio italiane all'estero (Ccie) riconosciute dal Mse hanno presentato programmi per un costo complessivo previsto di 40 milioni di euro. Rispetto al 2013, vi è stata una crescita di due unità del numero dei progetti e del 3 per cento dell'importo autorizzato.

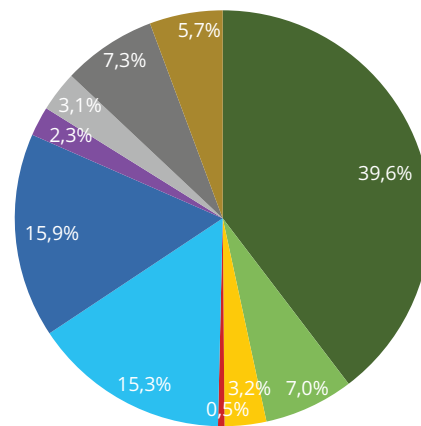
Quanto alla ripartizione per area geografica, poco meno del 30 per cento dei programmi proveniva da camere dislocate all'interno dell'Unione Europea. Seguiva, con un'incidenza relativa vicino al 26 per cento, l'America centro meridionale, imputabile in particolare ai 5 programmi in Brasile e ai 4 in Argentina. Da sottolineare anche il 10,8 per cento dell'America settentrionale, trainata dai 5 programmi negli Stati Uniti e dai 3 in Canada, e il 9,5 per cento dell'Asia orientale.

Una situazione abbastanza simile si riscontra andando a considerare la distribuzione geografica dei costi previsti. A guidare questa particolare graduatoria c'è sempre l'Unione Europea, addirittura con una quota più alta (39,6 per cento), seguita sempre dalle Americhe, centro - meridionale e settentrionale, e dall'Asia orientale, seppur con un peso relativo inferiore rispetto al numero dei programmi.

**Grafico 7.4 – Ripartizione per area geografica dei programmi delle Camere di commercio italiane all'estero. Anno 2014**



**Grafico 7.5 - Ripartizione per area geografica dei costi previsti per le Camere di commercio italiane all'estero. Anno 2014**



Unione Europea
  Paesi europei non UE
  Africa settentrionale
  Altri Paesi africani
  America settentrionale
  America centro meridionale
  Medio Oriente
  Asia centrale
  Asia orientale
  Oceania

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati della Div. V - D.G. Politiche Internazionalizzazione e Promozione Scambi del Mse

### Programma straordinario del *Made in Italy*

Le legge 350 del 2003 ha istituito presso il Ministero dello Sviluppo economico un fondo per la realizzazione di azioni a sostegno di una campagna promozionale straordinaria a favore del *Made in Italy*. Tale programma è gestito dal Ministero e attuato per la maggior parte dall'Ice in collaborazione con le associazioni di settore e rappresenta, nel quadro generale dell'attività promozionale, una strategia che considera l'approccio di sistema come un passaggio obbligato per conservare la competitività delle Pmi italiane. In quest'ottica, una delle peculiarità dei progetti finanziati consiste nella realizzazione di azioni di promozione integrata, con le quali ci si propone di affermare il *Made in Italy* come garanzia di stile e di elevato livello tecnologico, trascendendo i singoli settori.

Gli obiettivi del programma *Made in Italy* vengono definiti, di anno in anno, con apposito decreto ministeriale, che individua i mercati e i settori considerati prioritari. Si segnalano di seguito i progetti più rilevanti realizzati nel 2014.

- *Partecipazione italiana alla Fiera Expomed/Labtechmed* (in convenzione con l'Ice) – Partecipazione collettiva di aziende del settore medicale alla manifestazione, svoltasi a Istanbul dal 3 al 6 aprile 2014. L'Italia ha rivestito il ruolo di Paese ospite d'onore.
- *Machines Italia in Russia* (in convenzione con Federmacchine) – Il progetto ha inteso promuovere il settore della meccanica sul mercato della Federazione Russa. Sono state previste diverse iniziative quali seminari, missioni *incoming* e *outgoing*, B2B, nonché la costituzione di un centro tecnologico multiservizi. Sono state realizzate azioni orizzontali comuni a tutte le Associazioni aderenti a Federmacchine e azioni verticali a favore di settori specifici. L'evento ufficiale di presentazione del progetto si è tenuto a Mosca il 19 marzo 2014, con la presenza di circa 200 imprese italiane.
- *Promozione in Germania di prodotti di alta gamma del Made in Italy* (in convenzione con Ice) – Promozione di aziende dei settori abbigliamento e calzature, cosmetica, eno-gastronomia e arredo, presso i tre Grandi Magazzini "Premium" Karstadt di Berlino, Monaco ed Amburgo.

- *Progetti Made in Italy collegati ad Expo 2015* (in convenzione con Ice) - Il Mse, per promuovere l'Expo 2015, ha programmato due progetti: *Expo is now*, che verrà realizzato in concomitanza con l'Expo 2015, e *The Road to Expo* inteso come un percorso di avvicinamento, da realizzarsi nel 2014. Tale linea di attività ha previsto l'invito di giornalisti, *opinion leader* e *buyer* a fiere del settore agroalimentare in Italia ed eventi informativi, di presentazione dell'Expo e della filiera fieristica agroalimentare italiana, presso alcune delle principali manifestazioni internazionali del comparto.
- *Incoming di operatori stranieri a manifestazioni fieristiche a carattere internazionale certificate* (in convenzione con Ice) - Valorizzazione del sistema fieristico nazionale mediante la realizzazione di un programma di missioni di *buyer* esteri a fiere italiane a carattere internazionale, certificate. Nel corso del 2014 sono stati ospitati 205 operatori stranieri a 17 manifestazioni rientranti nel progetto.
- *Progetto di promozione straordinaria in Afghanistan* (in convenzione con Ice) - Con il coinvolgimento attivo di Confindustria Marmomacchine è stato realizzato un centro tecnologico per la lavorazione del marmo a Herat. Le macchine italiane sono state installate e collaudate e, con la collaborazione dell'Istituto Internazionale del marmo, si è avviata la fase di formazione ed assistenza.
- *Promozione dei prodotti bio-agroalimentari in Australia e Giappone* (in convenzione con Assoca-merestero). L'iniziativa ha come finalità la valorizzazione dei caratteri nutritivi degli alimenti ed il loro legame con i territori di produzione. Il progetto, rivolto operatori del settore australiani e giapponesi, come importatori, distributori, ristoratori, *media* e stampa di settore, è stato attuato mediante *incoming* di operatori australiani e giapponesi in Italia e B2B alle fiere Cibus di Parma (maggio 2014), Sana di Bologna (settembre 2014) e con visite e incontri alla Fiera del Levante, in Puglia (maggio 2015). Sono stati inoltre realizzati un *tour* promozionale in Australia e Giappone (luglio e agosto 2014) e un evento di chiusura del progetto in Australia, a settembre 2015.
- *Promozione e valorizzazione della moda italiana alla Chic di Shanghai 2015* (in convenzione con Ice) - Il Mse ha promosso la presenza imprenditoriale italiana a The Micam Shanghai & Italian Fashion@Chic, una nuova piattaforma espositiva che, per la prima volta in modo integrato, ha presentato al mercato cinese le collezioni italiane di abbigliamento, calzature e accessori, per uomo, donna e bambino. Il progetto è stato realizzato in sinergia con le associazioni Assocalzaturifici, Smi-Sistema moda Italia, Emi-Ente moda Italia e Fiera Milano.

## Il piano straordinario per la promozione del *Made in Italy* e per l'attrazione degli investimenti dall'estero

di Paolo Bulleri\*

In una fase dove la capacità di presidiare i mercati internazionali è divenuta un elemento fondamentale per la tenuta della competitività del sistema produttivo italiano e in un contesto di persistenti difficoltà strutturali aggravate dagli effetti della recessione, il Mse ha ritenuto necessario un intervento pubblico di carattere straordinario a supporto del rilancio del *Made in Italy* sui mercati esteri, con il sostegno della rete diplomatico-consolare.

Il *Piano* di interventi, da realizzarsi entro il 2017, è straordinario per ammontare delle risorse impiegate (130 milioni di euro nel 2015, 50 nel 2016 e 40 nel 2017) e per portata delle misure da

\* Mse



attuare e si pone l'obiettivo di rilanciare il *Made in Italy* sui mercati internazionali puntando su incremento delle esportazioni e attrazione degli investimenti esteri, facendo leva sulle potenzialità presenti nel sistema produttivo italiano e sulle opportunità offerte dall'evoluzione dello scenario internazionale.<sup>1</sup>

### Gli obiettivi del Piano

Gli obiettivi del Piano sono i seguenti.

- Incrementare i flussi di esportazioni di beni e servizi di circa 50 miliardi di euro entro il triennio, in particolare nei paesi dove il potenziale è maggiore.
- Aumentare il numero complessivo delle imprese esportatrici, trasformando in esportatrici abilitate 20.000 tra le 70.000 potenzialmente esportatrici.
- Cogliere le opportunità legate alla crescita della domanda globale e all'incremento della classe media nei mercati emergenti, sempre più orientata verso modelli di consumo più vicini al modello di specializzazione produttiva dell'export italiano.
- Accrescere la capacità di intercettare investimenti esteri, ottenendo flussi aggiuntivi in entrata per 20 miliardi di dollari statunitensi.

### I contenuti del Piano

Partendo dalle due direttrici principali del Piano, la promozione delle esportazioni e l'attrazione degli investimenti, sono state individuate 10 misure, 5 da attuarsi in Italia e 5 all'estero. Per ciascuna si riportano di seguito titolo, scopo o motivazione e azioni previste.

#### **A) Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese in particolare piccole e medie (Pmi)**

##### *Roadshow per le Pmi*

Scopo o motivazione: pubblicizzazione degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione affiancando a tale attività informativa percorsi formativi personalizzati per le aziende che intendono affacciarsi per la prima volta sui mercati esteri.

Azioni previste: si intende proseguire il *Roadshow* Italia per le imprese, già avviato e testato con successo nel 2014, prevedendo almeno 15 tappe nel corso del 2015 (vedi riquadro in proposito, *infra*).

##### *Formazione di temporary export manager*

Scopo o motivazione: favorire l'acquisizione di competenze manageriali da parte delle Pmi per ridurre le difficoltà di accesso ai mercati internazionali.

Azioni previste: formare fino a 400 *temporary export manager* in grado di servire fino a 2.000 imprese.

<sup>1</sup> Come ricordato più sopra, il Piano è previsto dall'articolo 30 del decreto legge 133 del 2014, convertito nella legge 164 del 2014. (cosiddetta legge Sblocca Italia). La copertura finanziaria del Piano è determinata dall'articolo 1 comma 202 della legge 190 del 2014 (legge di stabilità 2015).



## **B) Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale**

### *Expo is now!*

Scopo o motivazione: l'Expo 2015 di Milano rappresenta un'importante opportunità di promozione e rilancio dell'immagine del *Made in Italy*.

Azioni previste: il progetto, gestito in collaborazione con il padiglione Italia, prevede l'organizzazione di *incoming* di oltre 150 *top manager*, noti giornalisti e imprenditori stranieri provenienti prevalentemente da Brasile, Cina, Russia, Paesi Del Golfo, Giappone e Usa presso l'Expo di Milano e una serie di distretti industriali selezionati in collaborazione con il sistema delle Regioni.

### **Potenziamento grandi eventi fieristici**

Scopo o motivazione: valorizzazione dei grandi eventi di visibilità delle eccellenze italiane, per rilanciare l'immagine della produzione italiana nel mondo.

Azioni previste: l'Italia è, insieme alla Germania, il paese europeo con la maggiore concentrazione di eventi fieristici internazionali. Molti appuntamenti legati ai settori trainanti della nostra industria sono in possesso di un chiaro vantaggio competitivo che si ritiene indispensabile sostenere nello sforzo di mantenere la loro *leadership* a livello internazionale.

## **C) Valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti**

Scopo o motivazione: nel Nord America il fenomeno dell'*Italian sounding*, ovvero dei prodotti con estetica o nome simili a quelli italiani, si presenta in misura più intensa. Esso colpisce indifferentemente sia le indicazioni geografiche protette e le denominazioni di origine protette (Igp e Dop, rispettivamente) sia la più ampia gamma di prodotti alimentari e vinicoli di produzione e/o origine italiana.

Azioni previste: si intende sviluppare un' incisiva attività promozionale che interagirà con l'azione di comunicazione più avanti descritta, allo scopo di sostenere la commercializzazione dei prodotti italiani nei mercati canadese e statunitense, con eventuale estensione ad altri paesi del Centro e Sud America. Saranno inoltre adeguatamente supportate iniziative di *temporary shop* promosse da consorzi di tutela e associazioni relative alle produzioni agroalimentari e vitivinicole Dop e Igp.

## **D) Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione**

Scopo o motivazione: sostenere l'ingresso dei prodotti italiani di qualità e favorire la diffusione sui mercati esteri dei *brand Made in Italy*, soprattutto quelli di aziende medio-piccole, attraverso un piano di collaborazione con le grandi catene della distribuzione organizzata.

Azioni previste: il supporto che s'intende fornire prenderà la forma di accordi di *partnership* commerciale con alcune importanti catene operanti in paesi terzi, in particolare di recente apertura, al fine di inserire a scaffale i marchi *Made in Italy*, soprattutto quelli appartenenti ad aziende non

presenti all'estero e di medio-piccole dimensioni. Campagne di promozione presso la grande distribuzione verranno realizzate in Cina, Stati Uniti, Canada, Messico, Giappone e Australia. Sono previste altresì azioni promozionali della grande distribuzione organizzata (Gdo) italiana anche attraverso le proprie *private label* di prodotti agroalimentari italiani (Dop, Igp e biologici).

**E) Realizzazione di un segno distintivo unico, per le iniziative di promozione all'estero e durante l'Esposizione universale 2015, delle produzioni agricole e agroalimentari che siano rappresentative della qualità e del patrimonio enogastronomico italiano**

Scopo o motivazione: l'eccessiva frammentazione del sistema agroalimentare italiano ha da sempre limitato le attività di export nei mercati internazionali delle aziende e di fatto ha generato un costo molto alto sia per il sistema paese sia per le imprese.

Azioni previste: le attività promozionali e di comunicazione saranno armonizzate con l'adozione di un segno distintivo unico per le produzioni agricole e agroalimentari italiane (*umbrella brand*), un'immagine unica e coordinata sia nei confronti degli operatori internazionali, sia nei confronti dei consumatori esteri. Tale progetto consentirà per la prima volta di creare un'immagine unica e riconosciuta nel mondo sfruttando il grande impatto che potrà avere anche all'interno di Expo 2015. Il segno distintivo sarà utilizzato, tra l'altro nelle comunicazioni nei canali internet, pubblicazioni cartacee, attività di promozione Gdo (*shop in the shop, shelf strip, crowner*), fiere, *social media* e televisione.

**F) Realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell'*Italian sounding***

Scopo o motivazione: potenziamento della promozione del *Made in Italy* all'estero attraverso la valorizzazione dell'immagine e della qualità del prodotto italiano.

Azioni previste: attraverso la realizzazione di un'intensa campagna di sensibilizzazione e di *advertising* sui mezzi di comunicazione tradizionali e i nuovi media (*social network* e *blog*), si punterà a far arrivare a consumatori, *opinion leader* e operatori economici un messaggio di presentazione delle produzioni italiane originali e di qualità. I mercati-obiettivo saranno Usa e Canada, con possibilità di espansione ad altri del Centro e Sud America, in particolare Messico e Brasile.

**G) Sostegno all'utilizzo degli strumenti di *e-commerce* da parte delle Pmi**

Scopo o motivazione: potenziamento degli strumenti a disposizione della digitalizzazione delle Pmi per favorire l'accesso alle piattaforme digitali e promuovere l'*e-commerce* quale nuovo canale di penetrazione commerciale. Un valido utilizzo del web può consentire alle Pmi di superare i propri limiti dimensionali e di localizzazione, grazie a un accesso immediato ai mercati globali. Azioni previste: *web marketing* ed *e-commerce* nei principali paesi europei, ovvero Regno Unito, Germania, Francia, Paesi Scandinavi e Paesi Bassi, ed extra europei, in particolare Russia e Cina.

## **H) Realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri**

Scopo o motivazione: rafforzare l'azione di promozione dei prodotti italiani all'estero attraverso interventi mirati in base alle caratteristiche dei mercati obiettivo (o *d'attacco*), riorientando la presenza italiana verso i mercati a maggiore potenzialità di crescita.

Azioni previste: organizzazione di missioni imprenditoriali a guida politica e potenziamento della promozione commerciale, attraverso accordi con i principali canali distributivi, rafforzamento della presenza di imprese italiane *in loco* con l'organizzazione di incontri B2B e partecipazione ai principali eventi espositivi e missioni *incoming*. Tale misura riguarderà anche paesi, per lo più emergenti, verso i quali sono già state attivate iniziative di particolare valenza quali Cina, Giappone, Turchia, paesi Asean, dell'Alleanza del Pacifico (Messico, Colombia, Perù e Cile), dell'Africa Subsahariana (Mozambico e altri) e del Golfo Persico.

## **I) Rafforzamento organizzativo delle *start up* nonché delle micro, piccole e medie imprese, in particolare attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto in forma di *voucher***

Scopo o motivazione: ridurre le difficoltà strutturali e i costi di accesso ai mercati esteri per le Pmi.

Azioni previste: attraverso l'erogazione dei *voucher*, la misura consentirà alle Pmi di accedere a *management* specializzato nell'export a costi ridotti. Il *voucher* coprirà le spese di inserimento temporaneo in azienda di figure esterne, in grado di offrire una consulenza mirata per la definizione e l'attuazione di una strategia commerciale, nonché la necessaria formazione al personale aziendale direttamente coinvolto nella gestione delle attività internazionali.

## **L) Sostegno a iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza agli investitori esteri in Italia**

Scopo o motivazione: per la prima volta dopo otto anni, nel 2014 l'Italia è rientrata nel *foreign direct investment confidence index*, vale a dire la classifica dei primi venticinque mercati oggetto dell'interesse degli investitori internazionali, stilata da *A.T. Kearney*. È dunque opportuno sostenere una tale dinamica favorevole promuovendo l'attrazione di capitali esteri attraverso una serie di misure finalizzate alla divulgazione delle opportunità paese, all'assistenza tecnica all'operatore estero e al suo radicamento sul territorio.

Azioni previste: creazione di un sistema di *customer relationship management* per gli investitori esteri, realizzazione di una piattaforma di condivisione delle informazioni sulle opportunità di investimento in Italia, realizzazione di strumenti a supporto dell'attività di assistenza di primo livello e diffusione multicanale degli stessi, creazione di un *database* degli investitori internazionali, formazione del personale, costituzione di 10 *desk* investimenti in altrettante, importanti piazze finanziarie, organizzazione in raccordo con le Ambasciate d'Italia del primo *roadshow* globale *Invest in Italy* nelle 20 principali piazze finanziarie, partecipazione alle principali fiere degli investimenti e dei settori *focus* di interesse per gli investitori globali.

## Roadshow per l'internazionalizzazione

di Paolo Bulleri e Francesco Pagnini\*

"Italia per le imprese, con le Pmi verso i mercati esteri". Questo è lo slogan scelto per attirare l'attenzione delle aziende italiane interessate a guardare verso uno o più mercati esteri sul ciclo di presentazioni e incontri informativi collettivamente denominato *Roadshow*. Sono 27 gli eventi programmati nell'arco del 2014 e 2015 che impegnano alcuni tra i principali soggetti del Sistema Italia, pubblici e privati, in un'azione congiunta di medio termine su tutto il territorio nazionale, con l'obiettivo di informare le aziende sugli strumenti di promozione all'estero e per supportarle nei primi *step* di approdo su nuovi mercati. Sono interessate non solo le città capoluogo ma anche i centri a maggior vocazione industriale (cartogramma 1).<sup>1</sup>

Avviato e testato con successo nel 2014, fino a luglio 2015 sono state realizzate 21 tappe. A seguito della pubblicizzazione capillare di ciascun evento sul territorio, hanno risposto più di 6.000 aziende, con una partecipazione effettiva ai *Roadshow* di più di 7.000 rappresentanti aziendali; alla data di pubblicazione di questo *Rapporto*, si sono svolti 6.247 incontri personalizzati, sia a sportello, ovvero richiesti sul posto, (4.908 incontri), sia a seguito di una profilazione effettuata tramite una piattaforma telematica (1.339). Grazie ad un algoritmo di elaborazione dei dati economici dell'azienda, la profilazione ha consentito all'Ice di proporre alle singole aziende delle destinazioni dei mercati ideali di esportazione, fornendo servizi reali gratuiti di assistenza e promozione grazie agli uffici della rete estera dell'Ice. Infine, le imprese che hanno seguito il percorso di formazione sono state 286.

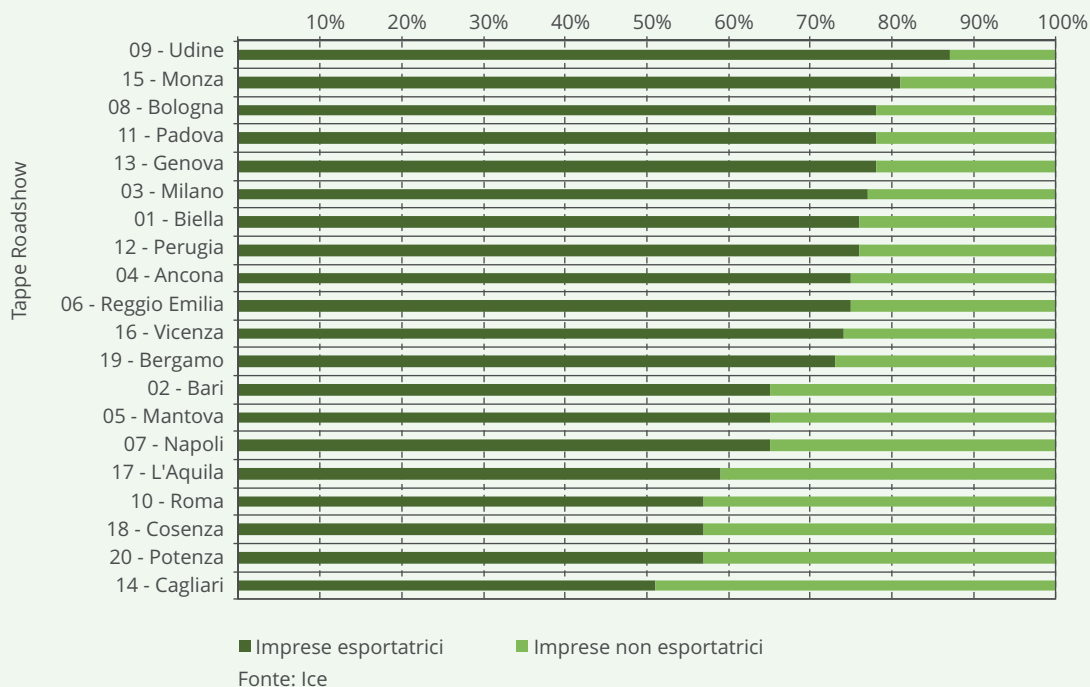
Il gradimento complessivo dei partecipanti, rilevato durante gli eventi, è stato in media pari al 96 per cento, mentre il tasso di soddisfazione di coloro che hanno avuto un colloquio con l'esperto dell'Ice Agenzia, è stato pari al 93 per cento.

Il 30 per cento delle imprese partecipanti ha dichiarato di non essersi mai affacciato sui mercati esteri; mentre ben il 44% del totale dichiara di aver esportato solo verso i Paesi europei (UE ed *extra* UE). Molto variabile da tappa a tappa è apparsa la distribuzione delle imprese partecipanti per il 2015, è stata programmata la realizzazione complessiva di 12 tappe (vedi la cartina in allegato), secondo un *format* oramai consolidato.

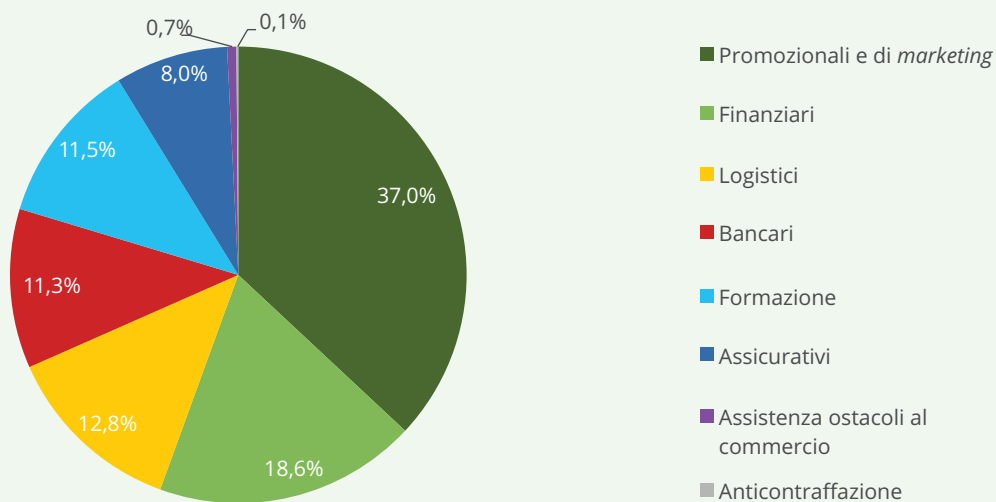
\* Rispettivamente Mse e Ice.

<sup>1</sup> Pianificato dalla Cabina di regia per l'Italia internazionale, il progetto *Roadshow* è patrocinato dal Ministero degli Affari Esteri ed è promosso e sostenuto dal Ministero dello Sviluppo economico. Oltre all'Ice, a Sace e a Simest, l'iniziativa si avvale dell'intervento di Regioni, Confindustria, Unioncamere, R.E.TE. imprese Italia e Alleanza delle cooperative italiane. Alcune tappe del Road show vedranno, inoltre, la partecipazione di Finest, di Confagricoltura e di altri organismi che operano a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese nei territori interessati da ciascun evento. Ente attuatore è l'Ice che cura la gestione del progetto dal punto di vista tecnico, organizzativo e amministrativo nel suo complesso, sia per la parte convegnistica, sia per la parte di incontri individuali tra imprese ed esperti di internazionalizzazione.

**Grafico 1 - Imprese manifatturiere iscritte prima dell'evento**



**Grafico 2 - Servizi di maggiore interesse per le aziende partecipanti**



Il *format* prevede quanto segue.

- Una sessione plenaria tecnica con la partecipazione di tutte le istituzioni dedite al sostegno dell'internazionalizzazione e la presentazione dei servizi di Ice, Simest e Sace
- Una sessione di incontri individuali dedicate alle singole imprese partecipanti per un primo *check-up* aziendale sulle potenzialità esportative.

Il *Roadshow* configura un'importante svolta organizzativa che non tarderà a dare i propri frutti in termini di miglioramento della relazione con i clienti attuali e potenziali dell'Agenzia e di capacità di fornire informazioni e servizi personalizzati al maggior numero possibile di aziende. Oltre alle nuove tappe già programmate, il 2015 vedrà un'evoluzione del progetto. Per prima cosa, si è ritenuto utile prevedere una specifica sezione di incontro e sensibilizzazione rivolta al canale dei professionisti costantemente a contatto con le imprese (commercialisti, consulenti legali, fiscalisti, spedizionieri, credit specialist) e in possesso di esperienze consolidate e di conoscenze circa le strategie di internazionalizzazione. Saranno loro dedicate 3 specifiche tappe (al Sud, Centro e Nord Italia) con l'obiettivo di sensibilizzarli sul fondamentale ruolo di indirizzo e sostegno che possono svolgere affiancando imprese con nessuna o scarsa esperienza sui mercati esteri. Verrà poi lanciato un progetto di ripresa di contatti e visita *door to door* da parte dei funzionari dell'Ice presso alcune decine di imprese, per ciascuna delle tappe del *Roadshow* già svolte e che abbiano manifestato la propria disponibilità e interesse, con l'obiettivo primario di affinare insieme le strategie di *marketing* per l'internazionalizzazione già tracciate nel corso dell'incontro al *Roadshow*.

L'Ice sta mettendo a punto un sistema di *customer relationship management*, che verrà testato partendo dalle imprese che sono già entrate o stanno per entrare in contatto con l'Ice in occasione dei *Roadshow*, attraverso un'azione specifica di recall generalizzato.

Infine, merita evidenziare come sia stato deciso di realizzare un'indagine quali-quantitativa su di un campione di imprese che hanno partecipato al *Roadshow*.

In particolare l'indagine, affidata a Swg, mira a

- verificare l'eventuale impatto e le ricadute concrete che la partecipazione al *Roadshow* possa aver avuto sulla strategia dell'impresa
- intervistare un campione di imprese che hanno partecipato al *Roadshow* e che tuttora affermano di non esportare per verificare quali sono i fattori e i problemi che frenano la loro spinta all'internazionalizzazione e individuare i possibili progetti e servizi atti a facilitare la loro attività sui mercati esteri.

Cartogramma 1 - Tappe Roadshow 2014-2015



Fonte: Ice.

### 7.1.2 Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale\*

Il Ministero degli Affari esteri e della cooperazione Internazionale (Maeci) partecipa all'azione di sistema a sostegno del rafforzamento della presenza delle imprese italiane sui mercati esteri attraverso l'attività di *diplomazia economica* svolta dalla rete delle ambasciate, dei consolati e delle rappresentanze permanenti presso le organizzazioni internazionali, nel quadro degli indirizzi stabiliti dalla Cabina di regia per l'Italia internazionale che co-presiede con il Mse.

Si tratta di una rete di oltre duecento uffici, che è in una fase di graduale ri-orientamento per poter assistere sempre meglio le aziende soprattutto nei mercati emergenti: non è un caso che nel biennio 2014-2015, a fronte della chiusura di alcune ambasciate e di diversi consolati e istituti

\* Redazione a cura del Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, Direzione generale per la promozione del sistema paese.

di cultura, soprattutto in Europa, siano stati aperti una nuova ambasciata in Turkmenistan e nuovi consolati a Chongqing in Cina e a Ho Chi Minh City in Vietnam, cioè in alcune delle aree economicamente più promettenti per gli operatori italiani e nelle quali si avverte maggiormente la necessità di un sostegno istituzionale da parte del Governo Italiano.

Il sostegno istituzionale è infatti il *core business* dell'attività di accompagnamento delle imprese sui mercati esteri svolta dalla Farnesina, in particolare nella fase di inserimento nel mercato locale, nella partecipazione a gare, soprattutto per grandi commesse e opere infrastrutturali, e nella soluzione di contenziosi. Complementari a tali attività, a beneficio di singole imprese, sono quelle di politica commerciale che includono tra gli altri i contatti con le autorità locali per la negoziazione di accordi bilaterali in materia economico-commerciale, nei limiti consentiti dalla normativa UE, il monitoraggio dei negoziati commerciali tra l'UE e lo Stato di accreditamento e la rimozione di barriere non tariffarie. Le attività di politica commerciale hanno rilevanza generale ma anche evidenti riflessi sullo sviluppo della presenza commerciale o industriale delle singole imprese nei mercati di riferimento.

La Farnesina inoltre mette al servizio delle imprese la propria attività di supporto informativo e di primo orientamento ai mercati che si basa su una visione complessiva degli interessi italiani nei singoli paesi, alla luce delle dinamiche politiche ed economiche, della situazione di sicurezza, della presenza in ambito culturale e scientifico-tecnologico e del ruolo delle comunità di origine italiana.

In tale quadro, nel 2014 il Maeci ha organizzato e coordinato iniziative per la presentazione delle opportunità di cooperazione commerciale e di investimento in: Angola, Oman e Ghana. Ha inoltre organizzato due *webinar*, sul Messico e sul Canada, centrati sui settori meccanica, infrastrutture, *green economy*, agroalimentare e automobilistico. Agli eventi hanno partecipato, via Internet, oltre 250 aziende.

La rete diplomatico-consolare che fa capo al Maeci svolge anche una funzione di indirizzo e di coordinamento degli altri soggetti del sistema paese all'estero, con l'obiettivo di evitare duplicazioni e sovrapposizioni e di massimizzare l'impatto delle iniziative promozionali, ancor più rilevante in una fase di risorse pubbliche complessive in diminuzione.

Per quanto riguarda, in particolare, le relazioni con l'Ice, la Farnesina è uno dei ministeri vigilanti dell'Agenzia; la crescente integrazione tra uffici Ice, ambasciate e consolati applica quanto disposto dalla legge 214 del 2011 istitutiva dell'Ice-Agenzia. Adempiendo a quanto previsto dalla legge, che recita *l'agenzia opera all'estero nell'ambito delle rappresentanze diplomatico-consolari, attraverso apposita convenzione*, quest'ultima è stata stipulata tra Mse, Maeci e Ice il 6 luglio del 2012.<sup>9</sup> Essa mira proprio a creare sinergie non solo operative, ma anche logistiche tra gli uffici dell'Agenzia all'estero e la rete diplomatico-consolare, volte a realizzare al meglio l'attività di promozione e il sostegno all'internazionalizzazione, sotto la vigilanza, il coordinamento e la direzione dei responsabili delle sedi Maeci all'estero. In particolare l'art. 2 della convenzione stabilisce che *il responsabile locale dell'agenzia agisce in qualità di addetto, capo dell'ufficio o della sezione per la promozione* degli scambi dell'ambasciata di riferimento.

Alla fine del 2014 risultavano attivi oltre trenta uffici dell'Ice integrati logisticamente con ambasciate o consolati. Tutti gli uffici o i punti di corrispondenza dell'agenzia istituiti negli ultimi anni sono stati collocati all'interno delle strutture della rete diplomatico-consolare: si tratta in particolare di quelli di Addis Abeba, Berna, Bogotá, Brazzaville, Luanda e Maputo.

<sup>9</sup> Della convenzione in parola si era data notizia nell'edizione 2012-13 del presente Rapporto, a pagina 276.



## Strumenti informativi per le imprese

di Maeci - Direzione generale per la promozione del sistema paese

Tra i servizi di orientamento e informazione alle aziende gestiti dal Maeci si segnalano in particolare i seguenti strumenti *online*.

**Tavola 1 - Servizi informativi a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane**

| Servizi   | 2012  | 2013    | 2014      |
|---|-------|---------|-----------|
| <b>Newsletter online Diplomazia economica italiana (utenti)</b>   | 4.252 | 10.464  | 10.924    |
| <b>infoMercatiEsteri (pagine visualizzate)</b>                    | -     | 688.234 | 1.335.162 |
| <b>infoMercatiEsteri (utenti)</b>                                 | -     | 117.558 | 306.199   |
| <b>Notiziario Dei - Ultime news dal mondo (notizie segnalate)</b> | -     | -       | 1.252     |

Fonte: Maeci - Direzione generale per la promozione del sistema paese

### infoMercatiEsteri

Attivato nel marzo del 2013, è uno strumento di *market intelligence* che mira a fornire un quadro complessivo del contesto politico ed economico, dei rapporti con l'Italia e della presenza di aziende italiane in oltre centoventi paesi esteri, utile a orientare le imprese interessate a internazionalizzarsi. Consiste in una piattaforma *on line*, [www.infomercatiesteri.it](http://www.infomercatiesteri.it), costantemente aggiornata dalla rete diplomatico-consolare, coadiuvata dagli uffici dell'Ice e dalle Camere di commercio italiane all'estero (Ccie).

Le statistiche di accesso al portale mostrano un utilizzo in crescita da parte degli utenti: 1.335.162 pagine visualizzate nel 2014 contro le 688mila dell'anno precedente, con una media di 90 mila pagine visualizzate al mese (tavola 1).

Dei centoventuno paesi *on line*, quelli più consultati sono stati Emirati Arabi Uniti, Russia, Brasile, Cina, Germania, Stati Uniti d'America, Turchia, Albania, Angola, Giappone, Costa d'Avorio, Romania, Arabia Saudita, Mozambico, Sud Africa, Algeria, Australia, Croazia, Regno Unito e Marocco. Per quanto riguarda le singole sezioni, le più cliccate sono state Presenza italiana (8,8 per cento delle pagine visualizzate), Accesso al credito (5,8 per cento), Dove vendere (5,6 per cento), e Dove investire (4,2 per cento).

**Tavola 2 - ExTender: bandi di gara e anticipazioni su grandi progetti**  
Suddivisione per aree geografiche e rete di alimentazione

| Area Geografica              | Gare d'appalto 2014        |            |              |              | Early warning 2014         |          |             |            |
|------------------------------|----------------------------|------------|--------------|--------------|----------------------------|----------|-------------|------------|
|                              | Rete diplomatico-consolare | Ccie       | Agenzia Ice  | Totale       | Rete diplomatico-consolare | Ccie     | Agenzia Ice | Totale     |
| Unione Europea               | 1.096                      | 109        | 1.496        | 2.701        | 43                         | 0        | 44          | 87         |
| Europa (extra UE)            | 1.236                      | 21         | 421          | 1.678        | 77                         | 0        | 85          | 162        |
| Americhe                     | 39                         | 76         | 702          | 817          | 26                         | 0        | 124         | 150        |
| Mediterraneo e Medio Oriente | 413                        | 29         | 800          | 1.242        | 52                         | 1        | 12          | 65         |
| Africa Subsahariana          | 204                        | 0          | 0            | 204          | 20                         | 0        | 27          | 47         |
| Asia e Oceania               | 330                        | 224        | 824          | 1.378        | 39                         | 0        | 12          | 51         |
| <b>Totale</b>                | <b>3.318</b>               | <b>459</b> | <b>4.243</b> | <b>8.020</b> | <b>257</b>                 | <b>1</b> | <b>304</b>  | <b>562</b> |

Fonte: Maeci - Direzione generale per la promozione del sistema paese

### ExTender

È un sistema informativo gratuito per la diffusione mirata alle imprese di informazioni su gare d'appalto internazionali nonché su anticipazioni di gare e grandi progetti (i cosiddetti *early warning*, di grande utilità in quanto anticipano i bandi futuri), alimentato dalle ambasciate, consolati, uffici Ice e Ccie. La piattaforma è dotata di un servizio di alert che consente di segnalare in tempo reale, a mezzo email, i bandi di gara su mercati e settori di interesse dell'utente registrato ([www.extender.esteri.it](http://www.extender.esteri.it)).

Nel 2014 l'offerta informativa di ExTender è stata potenziata grazie all'attivazione di una piattaforma gemella denominata Rete informativa scienza e tecnologia (Riset), che offre informazioni sulle opportunità di collaborazione scientifica e tecnologica segnalate dalla rete degli addetti scientifici.

ExTender ha generato poco più di 8.500 informazioni nel 2014, di cui 8.000 gare d'appalto e 560 segnalazioni di *early warning* (tavola 2). Dal punto di vista geografico, l'area che ha fatto registrare il maggior numero di segnalazioni è stata l'Europa con il 54 per cento, seguita dall'Asia (16,6 per cento) e dal Mediterraneo e Medio Oriente (15,2 per cento). A fine 2014 il bacino di utenza ha raggiunto quota 13.500 aziende registrate.

### Newsletter on line *Diplomazia economica italiana e notiziario Dei - Ultime news dal mondo*

Si tratta di strumenti informativi realizzati sulla base delle segnalazioni provenienti dalla rete diplomatico-consolare e inviati automaticamente via posta elettronica previa registrazione. La *newsletter*, pubblicata a cadenza di norma quindicinale, contiene informazioni su tendenze, progetti e opportunità di interesse per le imprese sui mercati esteri, con interviste e approfondimenti, mentre il notiziario è uno strumento di aggiornamento quotidiano su opportunità per le imprese italiane, eventi di rilievo economico-commerciale nonché casi di successo di imprese italiane all'estero.

## Tavoli nel settore infrastrutturale

di Maeci - Direzione generale per la promozione del sistema paese

In considerazione dell'importanza che il settore delle costruzioni ha per l'economia nazionale, la Farnesina ha avviato a partire dal 2013 tavoli di settore per esaminare le opportunità all'estero legate alla realizzazione di progetti complessi quali porti, aeroporti e ferrovie.

L'obiettivo di tale esercizio è quello di identificare, insieme al settore privato, strategie e azioni comuni per consentire all'intera filiera italiana, dalla progettazione, alla costruzione e alla gestione, di presentare proposte integrate alle autorità locali con il sostegno delle ambasciate e dei consolati in loco. Questa strutturazione nasce dalla consapevolezza che la rete diplomatico-consolare esercita un ruolo fondamentale nel settore delle infrastrutture, sia nella fase di raccolta delle informazioni mirate sulle opportunità, sia nella fase di accompagnamento e di assistenza alle aziende nel processo di partecipazione alle gare.

La scelta dei progetti e dei paesi *target* da porre all'attenzione dei tavoli è stata condotta partendo proprio da ricognizioni mirate, effettuate con il supporto della rete diplomatico-consolare, sulle opportunità offerte dai mercati esteri in ambito aeroportuale, portuale e ferroviario. Le risultanze sono state raccolte in documenti condivisi tra tutti i partecipanti.

Tra i risultati del tavolo sui porti, si segnala la costituzione, nel 2014, di un gruppo di lavoro composto da un selezionato numero di aziende che, a seguito delle intese raggiunte in occasione della missione del vice Ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda a Brazzaville, sta elaborando una proposta per l'aggiornamento del piano nazionale dei trasporti della Repubblica del Congo.

### 7.1.3 Ice - Agenzia\*

#### Organizzazione e gestione

Durante la seconda parte del 2014 e nei primi mesi del 2015 l'Ice ha svolto un'intensa attività di revisione della propria organizzazione, anche avvalendosi di professionalità esterne, chiamate a individuare e risolvere specifiche problematiche in campo gestionale, procedurale e informatico. Ciò ha portato all'adozione, dopo un approfondito confronto con il Mse, di un programma articolato di semplificazione ed efficientamento da parte del Consiglio di amministrazione (Cda) dell'Ice.<sup>10</sup>

Il primo intervento riguarda la semplificazione delle procedure e l'efficientamento dell'Agenzia e prevede un nutrito numero di misure, tra le quali si ricordano la revisione delle procedure informatiche con la creazione di una piattaforma di gestione delle relazioni con la clientela (Crm l'acronimo in inglese), l'introduzione dell'adesione digitale alle iniziative promozionali, la prosecuzione dell'integrazione logistica con le sedi del Maeci e la proposta di una semplificazione delle procedure amministrative utilizzate dai Ministeri vigilanti per l'approvazione di piani e bilanci. Fin dall'autunno del 2014 si è dato avvio alle attività in questione, che dovrebbero essere completate entro il 2015.

\* Redatto da Marco Saladini (Ice) in collaborazione con gli addetti alle attività documentate.

<sup>10</sup> Il Mse aveva formulato, con un decreto del vice Ministro Carlo Calenda, le proprie linee di indirizzo in materia di riorganizzazione ed efficientamento dell'Ice, indicando l'obiettivo di una "progressiva riduzione dei costi, anche tramite la reingegnerizzazione dei processi gestionali, soprattutto di pianificazione e controllo, e delle infrastrutture informatiche che li sostengono".



Il secondo concerne l'organizzazione degli uffici dell'Agenzia, rivista per assicurare una più mirata pianificazione strategica, un efficace controllo di gestione interno, l'applicazione di nuove politiche di *marketing*, più flessibilità gestionale, il ricorso all'utilizzo di tecnologie informatiche e telematiche avanzate per realizzare le attività sopra esposte nonché per garantire un'evoluzione e una maggiore integrazione dei processi di comunicazione, erogazione dei servizi, coordinamento della rete, tutela della sicurezza e riservatezza dei dati. Tutto ciò dovrà essere realizzato nei limiti delle capacità di bilancio e adottando un'ottica di razionalizzazione delle risorse imposta dalle recenti disposizioni in materia di contenimento della spesa.

Con una terza decisione, di concerto con Maeci e Mse, il Cda ha sancito l'apertura di due nuovi uffici, a Houston, negli Stati Uniti d'America, e a L'Avana, a Cuba, e la chiusura di altrettanti, a Damasco, in Siria, e Tripoli, in Libia. Ha inoltre disposto la sostituzione dell'ufficio di Lagos, in Nigeria, non aperto per motivi geopolitici, con un ufficio ad Accra, in Ghana. Quest'ultimo avrà anche un punto di corrispondenza a Lagos e un *desk* promozionale ad Abidjan, in Costa d'Avorio, presso la Banca africana di sviluppo. Saranno inoltre aperti un punto di corrispondenza a Tashkent, in Uzbekistan, e un *desk* promozionale ad Astana, in Kazakhstan. Dopo che tutte le variazioni sopra ricordate saranno portate a termine la rete estera dell'Ice potrà contare su 14 uffici dirigenziali, 51 non dirigenziali e 19 punti di corrispondenza e *desk* promozionali.<sup>11</sup>

A fine maggio 2015 sono state diramate direttive agli Uffici all'estero di Ice e Maeci, con particolare riferimento alle sezioni economico-commerciali. In esse, ribadendo l'opportunità di una collaborazione e interlocuzione costanti, si precisa la ripartizione delle attività negli ambiti di rispettiva competenza, anche per evitare duplicazioni e sovrapposizioni. Il Maeci darà agli uffici dell'Agenzia priorità nell'erogazione di servizi alle imprese, nei paesi dove essa è presente. Laddove manchi una presenza Ice *in loco*, Il Maeci fornirà informazioni su materie tecniche, mettendo comunque in contatto le imprese in primo luogo con gli Uffici dell'Agenzia competenti per territorio e in subordine con altri soggetti. Il Maeci non svolgerà attività di sostegno all'internazionalizzazione dietro corrispettivo ma offrirà supporto istituzionale nei rapporti con soggetti pubblici locali e attività di supporto informativo di base, anche attraverso piattaforme informatiche e altri strumenti (vedi riquadro in merito, *infra*).

Tra le innovazioni sul piano delle modalità di produzione dei servizi alle imprese spicca anche la possibilità per l'Agenzia di concedere contributi a organizzazioni esterne, a valere su fondi del Mse destinati alla promozione collettiva, sulla base di un apposito regolamento adottato ai primi del 2015.

Pure foriero di novità sul piano procedurale e dei contenuti delle attività dell'Agenzia è l'accordo tra Mse, Regione Toscana e Ice per l'attrazione in Italia di investimenti diretti esteri. Il documento, siglato l'8 aprile 2015 a Firenze, ripercorre le attribuzioni di ciascun firmatario in termini di competenze e i seguiti operativi dati di recente a partire dalle stesse e getta le basi per una collaborazione al fine di ricercare potenziali investitori internazionali e di facilitarne e accompagnarne lo stabilirsi in Toscana. Altra finalità dell'accordo è lo sviluppo di strumenti per l'attrazione degli Ide, attraverso la condivisione delle esperienze progettuali e operative dei firmatari. Tra gli impegni figurano lo scambio di informazioni e valutazioni sugli strumenti adoperati e lo svolgimento di attività promozionali congiunte. Infine l'accordo mira a sperimentare un sistema comune di *governance* degli Ide, "sostenendo in particolare la Toscana come uno dei laboratori territoriali in cui sviluppare buone pratiche inter-istituzionali".

<sup>11</sup> Notizie più dettagliate sulla rete dell'Ice sono disponibili sul sito istituzionale, alla pagina [www.ice.gov.it/sedi/index.htm](http://www.ice.gov.it/sedi/index.htm) dove sono indicati i paesi sui quali ciascuno degli uffici estende la propria competenza e rispetto ai quali è dunque chiamato a fornire servizi alle imprese.

## Promozione

L'attività messa in campo dall'Ice a sostegno dell'internazionalizzazione di gruppi di imprese, sulla base delle indicazioni della Cabina di regia e nell'ottica di una programmazione coordinata e congiunta con i suoi componenti, è definita *promozione*. Essa è ampia e diversificata e abbraccia varie tipologie di programmi svolti per conto di numerosi interlocutori attraverso una gamma di strumenti.

## Stanziamenti promozionali del Mse

A partire dal 2014 la promozione realizzata dall'Ice ha potuto contare su un importante incremento di fondi, invertendo una tendenza al ridimensionamento in atto nei tre anni precedenti; il punto di minimo era stato toccato nel 2013. Più in particolare, il 2014 ha visto affiancarsi alle attività del *Programma promozionale* del Mse (Pp) 2013, divenuto operativo con la registrazione della Corte dei conti nell'ottobre 2013, quelle del nuovo Pp 2014, definitivamente approvato nel mese di aprile. Nel corso dell'anno inoltre, ad aumentare la disponibilità di fondi per il Pp è intervenuto uno stanziamento aggiuntivo da parte del Mse, pari a 22,6 milioni di euro, grazie al quale è stato messo a punto un *Piano integrativo* articolato in progetti definiti congiuntamente con le associazioni imprenditoriali.

A dicembre 2013 erano state avviate, per poi svilupparsi nel corso del 2014, le attività della prima annualità del *Piano export sud*, un programma di intervento triennale a sostegno delle Regioni della convergenza, affidato all'Ice.<sup>12</sup>

L'inversione di tendenza nelle risorse promozionali assegnate all'Ice avvenuta nel 2014 è apparsa confermata dal massiccio stanziamento approvato nel 2015 nel quadro del *Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti* (Ps) voluto dal governo per incrementare le esportazioni e accrescere l'internazionalizzazione del sistema produttivo. Per la realizzazione degli interventi del Ps ha stanziato fondi aggiuntivi per 130 milioni di euro. Come previsto dal decreto ministeriale 7 aprile 2015 che ha definito successivamente articolazione e modalità di gestione finanziaria delle varie linee d'intervento programmate, la copertura delle misure è assicurata da due stanziamenti aggiuntivi nel bilancio di previsione Mse, il primo di 59 milioni di euro<sup>13</sup> e il secondo di 58,5 milioni.<sup>14</sup>

Le linee di attività del Ps sono state esaminate in dettaglio nel riquadro nel paragrafo precedente. Per l'attuazione della parte di propria competenza, l'Ice ha definito un primo Programma straordinario di interventi per il 2015 e 2016, deliberato dal Cda a gennaio 2015 e approvato dagli organi vigilanti a inizio di maggio, con un *budget* di 59 milioni di euro, a valere sul primo dei due stanziamenti per il Ps sopra ricordati. Le principali componenti sono un progetto volto a sostenere i grandi eventi fieristici italiani, valorizzandoli a livello internazionale, un piano speciale di interventi rivolti ad alcuni mercati considerati strategici per via delle opportunità offerte (Stati Uniti d'America, Africa Subsahariana, Asia Centrale e Cuba), una misura finalizzata a promuovere

<sup>12</sup> Il piano è stato adottato nell'ambito del processo di riprogrammazione del Programma operativo nazionale ricerca e competitività, a valere su fondi UE 2007-2013, definito dalla Direzione generale per l'incentivazione delle attività imprenditoriali del Mise. Per ulteriori dettagli si vedano l'edizione 2013-14 di questo *Rapporto* e il sito istituzionale dell'Ice.

<sup>13</sup> Si tratta della dotazione aggiuntiva assegnata al capitolo 2535 del bilancio di previsione del Mse, denominato *Fondo da assegnare all'Agenzia - Ice per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane* con il quale viene abitualmente finanziato il Pp Ice.

<sup>14</sup> Si tratta della dotazione aggiuntiva assegnata al capitolo 7481 del bilancio di previsione del Mse con il quale vengono abitualmente finanziate le campagne straordinarie a favore del *Made in Italy*. Una quota delle risorse complessive è inoltre stata destinata all'Associazione delle camere di commercio italiane all'estero e ai consorzi per l'internazionalizzazione. mentre, per le misure di valorizzazione dei prodotti agricoli a agroalimentari è previsto uno stanziamento di 6 milioni di euro a valere sul bilancio di previsione del Mpaaf.

l'immagine del *Made in Italy* attraverso l'organizzazione di eventi legati a Expo 2015 e un piano articolato di azioni volte a promuovere l'attrazione degli investimenti esteri.

Per la gestione della restante parte di fondi l'Ice ha sottoscritto una convenzione con il Ministero dello Sviluppo economico, per un importo complessivo di 39,5 milioni, che definisce l'articolazione di progetti ulteriori da attuare nel quadro delle linee d'intervento del Ps; la convenzione sarà operativa subito dopo la registrazione degli organi di controllo. Sempre a valere sulle risorse assegnate per il Ps, nel medesimo capitolo di bilancio, il Mse con decreto ministeriale del 15 maggio 2015 ha attivato l'intervento *Voucher per l'internazionalizzazione*, finalizzato a sostenere le micro, piccole e medie imprese e le reti di imprese nella loro strategia di internazionalizzazione concedendo voucher per l'acquisizione di servizi organizzativi.

Si è al contempo ridotto l'importo stanziato per il Pp che è passato nel 2015 da 22,6 a 18,6 milioni di euro. Sommando gli stanziamenti del 2015 messi in campo dal Mse per attività promozionali ordinarie e simili dell'Ice si giunge a quota 117 milioni, il massimo decennale (grafico 7.6).

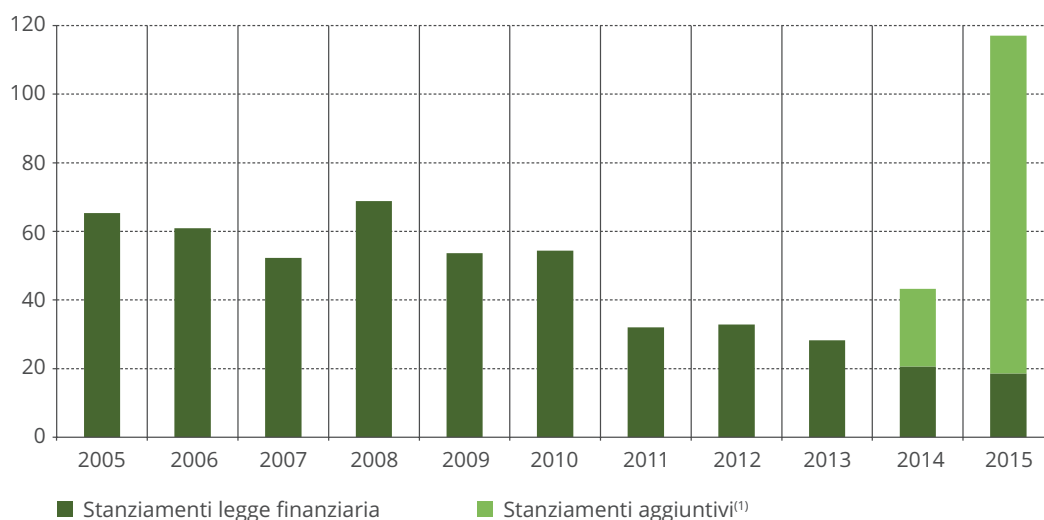
Tra il perfezionamento degli stanziamenti e il momento nel quale i fondi vengono impiegati si svolgono importanti e delicate fasi di concertazione e programmazione, durante le quali Mse e Ice raccolgono proposte provenienti sia dalla rete degli uffici Ice all'estero e dalle ambasciate sia dalle associazioni imprenditoriali. Modalità e tempi con i quali tali fasi hanno luogo sono stati oggetto di revisione negli ultimi anni: il Mse e le istanze imprenditoriali hanno assunto, come evidenziato nel paragrafo 7.1.1 *supra*, un ruolo più attivo che in passato. Sono poi necessari passaggi amministrativi di approvazione e autorizzazione, anch'essi in fase di revisione al fine di semplificarli e renderli più spediti.

Sono proseguite nel 2014 e 2015 le assegnazioni all'Ice di risorse finanziarie per l'attuazione del Programma straordinario per il *Made in Italy*, ammontate finora rispettivamente a 11,8 e a 20 milioni.

Secondo alcuni osservatori la domanda crescente di sostegno all'internazionalizzazione nonché le nuove funzioni e i nuovi compiti affidati all'Agenzia in diversi ambiti della sua attività, risultano in forte crescita rispetto non solo al recente passato ma anche ai valori di inizio decennio e appaiono pertanto sproporzionati rispetto alle attuali, diminuite risorse umane e infrastrutturali dell'Ice, che quindi necessitano di un urgente intervento di adeguamento al rialzo.

**Grafico 7.6 - Contributo annuale del Mse per il finanziamento del Programma promozionale ordinario Ice**

Milioni di euro



(1) Gli stanziamenti aggiuntivi del 2015 comprendono risorse a valere sul capitolo 7481 del bilancio di previsione del Mse

Fonte: Ice



## Spesa promozionale

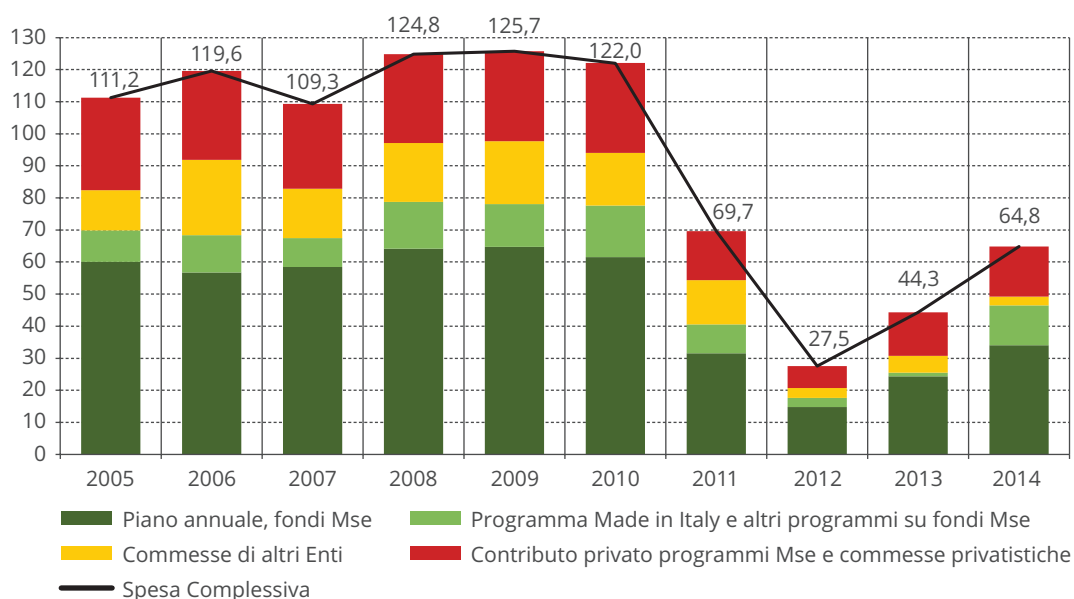
Venendo ai risultati del 2014, il quadro di sintesi evidenzia come nel corso dell'anno siano state realizzate 680 iniziative promozionali (65 per cento in più che nel 2013), con la partecipazione di circa 13.000 imprese (2.000 in più) e una spesa complessiva di circa 65 milioni di euro (46 per cento in più). Gli incontri tra imprese italiane ed estere facilitati dall'Ice attraverso attività promozionali nel 2014 sono stati circa 33.000 (97 per cento in più). La crescita della spesa per attività promozionale, in atto già dal 2013, anno di ripresa dell'attività dopo la fase transitoria successiva alla soppressione, è proseguita quindi nel 2014, primo anno a pieno regime per l'Ice Agenzia, anche grazie agli stanziamenti aggiuntivi sopra ricordati.

La spesa promozionale, relativa a tutte le commesse affidate all'Ice negli ultimi anni e ancora attive, incluso il contributo dei soggetti privati, ha raggiunto 64,8 milioni di euro nel 2014, crescendo del 46 per cento rispetto al 2013. Da un primo esame delle varie componenti si evidenzia un incremento generalizzato di tutti i principali programmi di attività finanziate dal Mse, in particolare il Pp, finora la più importante voce di spesa della promozione, salito a 44,8 milioni (30 per cento in più che nel 2013), il *Piano Made in Italy*, in piena ripresa dopo la battuta d'arresto del 2013 (da 0,9 a 6,4 milioni di euro) e il *Piano export sud*, nuovo ambito di attività con un investimento di 6,3 milioni.

L'incremento della spesa promozionale è stato interamente attribuibile alla crescita della componente pubblica, salita a 51,1 milioni di euro (67 per cento in più) fino a raggiungere quota 79 per cento dell'investimento complessivo (70 per cento il livello registrato nel 2013). Per contro, l'apporto del settore privato ai programmi realizzati, ottenuto sommando il contributo delle imprese partecipanti alle attività del Pp agli introiti a fronte di attività commissionate interamente da privati, è sceso lievemente in termini assoluti (da 13,5 a 13,3 milioni di euro) ed è risultato fortemente ridimensionato rispetto all'accresciuta spesa totale (dal 30 al 21 per cento). Il motivo di tale assestamento è da ricercarsi nell'aumento d'importanza, in termini di spesa complessiva, di commesse diverse dal Pp, per le quali la compartecipazione dei privati alle spese sostenute dall'Ice è minore o non è prevista affatto.

### Grafico 7.7 - Spesa promozionale dell'Ice per principali componenti

Milioni di euro, inclusi contributi dei privati a qualsiasi titolo



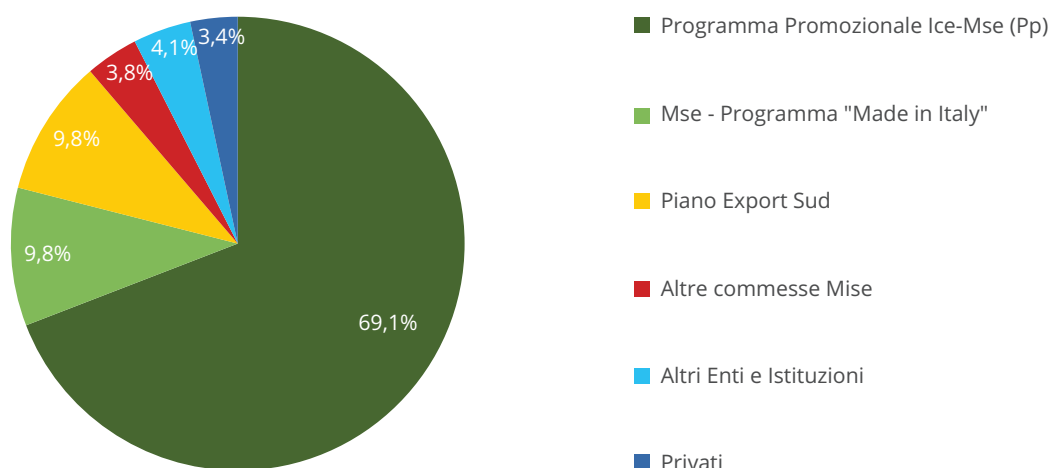
Fonte: Ice

Analizzando nel dettaglio le varie componenti della spesa destinata alla promozione, la parte più rilevante continua ad essere rappresentata dalle attività del Pp. In questo specifico ambito, dei 44,8 milioni di euro spesi nel 2014, il 24 per cento (-5 punti rispetto al 2013) è rappresentato dal contributo finanziario delle imprese a titolo di compartecipazione ai costi di realizzazione, differenziato in funzione delle finalità dell'iniziativa, del mercato-obiettivo e delle modalità di intervento. Il contributo privato al finanziamento delle attività, oltre a garantire un effetto moltiplicatore delle risorse derivanti dal bilancio pubblico, testimonia il coinvolgimento delle aziende nelle attività programmate e l'apprezzamento e la condivisione delle scelte operative dell'Ice da parte del mondo imprenditoriale, nonostante il difficile contesto economico attuale. Una quota delle risorse del Pp, pari nel 2014 a 3,2 milioni di euro, ovvero il 7,2 per cento della spesa promozionale complessiva, è stata destinata alla realizzazione di attività da pianificare e gestire in partenariato, attraverso la stipula di accordi e convenzioni con altri soggetti. In termini di fondi pubblici spesi hanno primeggiato le associazioni imprenditoriali, che hanno co-gestito con l'Ice progetti di valorizzazione settoriale, seguite dalle regioni e da altri enti territoriali. Negli ultimi anni, per effetto del ridimensionamento dei fondi disponibili, alle attività definite sulla base di accordi con le singole regioni si sono sostituite quelle legate a progetti interregionali. Più contenuta è stata la quota destinata alle attività in collaborazione con altri soggetti, quali gli enti fieristici, le Camere di commercio, industria, agricoltura e artigianato (Cciaa) e le università.

Al Pp si sono affiancate, integrandolo, altre attività finalizzate alla promozione sui mercati esteri, finanziate sia dal Mse sia da altri enti e organismi pubblici o privati che si avvalgono dell'Ice, destinate a specifici ambiti o linee di intervento e per le quali di norma non è richiesto un contributo da parte delle imprese beneficiarie. La ripartizione della spesa, incluso stavolta anche il contributo dei privati, è rappresentata nel grafico 7.8.

#### Grafico 7.8 - Ripartizione della spesa promozionale per programmi o committenti - Anno 2014

Valori percentuali, inclusi contributi dei terzi ove richiesti



Fonte: Ice

Nell'ambito delle attività finanziate dal Mse è ricompreso, come sopra accennato, il Psmi. Come già evidenziato, nel 2014 la spesa il Psmi è cresciuta notevolmente, raggiungendo 6,4 milioni di euro. Sono infatti riprese le attività commissionate dal Ministero all'Ice che, dopo la fase di transizione all'Ice-Agenzia, è tornato ad assumere un ruolo centrale nell'esecuzione del Programma. Oltre alle attività settoriali, dettagliate nel paragrafo 7.1.2, *supra*, strumento fondamentale di pro-





mozione nel quadro del Psmi sono le missioni governative e imprenditoriali di sistema. Nel corso del 2014 l'Ice ha co-organizzato missioni imprenditoriali in Arabia Saudita (marzo), Messico (marzo-aprile), Mozambico (maggio), Marocco e Kazakistan (ottobre) e Vietnam (novembre). Nel primo semestre del 2015 sono inoltre state effettuate tre missioni imprenditoriali in Egitto (febbraio), Cile e Colombia (aprile) e Canada (marzo), quest'ultima rivolta specificamente al settore agroalimentare. A esse si è aggiunta una missione in Turkmenistan del Ministro per le Politiche alimentari, agricole e forestali, accompagnato da alcune imprese (aprile).

Di analogo ammontare è stata una nuova voce di spesa, che si aggiunge ai programmi finanziati con fondi Mse, legata alla realizzazione della prima annualità del *Piano export sud* per le regioni della convergenza (Pesrc), avviato a fine 2013.<sup>15</sup> La spesa per le attività del Pesrc attuate nel 2014 è stata pari a 6,3 milioni di euro; complessivamente sono state realizzate 64 iniziative di promozione in Italia e all'estero e 9 azioni di formazione, con il coinvolgimento complessivo di 2.641 aziende delle regioni obiettivo. Le iniziative promozionali hanno incluso partecipazioni a fiere estere, azioni presso la grande distribuzione organizzata, missioni di operatori esteri in Italia e attività per promuovere la collaborazione industriale.

Nel corso del 2014, nel quadro del progetto *Road to Expo 2015*, una campagna promozionale dell'Esposizione universale di Milano finanziata dal Mse, l'Ice e l'Associazione esposizioni e fiere italiane (Aefi) in collaborazione con il Padiglione Italia all'interno di Expo Milano 2015 hanno realizzato alcune azioni speciali, di due tipi. Da un lato si sono organizzate sette presentazioni di Expo Milano 2015 presso saloni fieristici internazionali esteri, tra i quali i più importanti sono stati quelli al Sial di Parigi e di Dubai e a Fancy Food a New York. Dall'altro si sono invitati in Italia potenziali acquirenti e giornalisti esteri, per farli partecipare alle principali fiere italiane del settore agro-alimentare. Duecento operatori esteri provenienti da quaranta paesi, hanno visitato 25 saloni del settore agroalimentare, tra i quali si ricordano Cibus, Vinitaly, Eima, Sana e Macfruit.

Sul fronte delle attività commissionate da privati o di altri enti si evidenzia invece un calo generale della quota relativa, scesa al 7,5 per cento del totale, contro il 19,7 per cento dell'anno precedente. La spesa per attività finanziate completamente da altri enti pubblici si è ridotta anche in valore assoluto, portandosi a 2,7 milioni, contro 5,3 del 2013, così come la spesa legata ad iniziative realizzate per conto di imprese e consorzi, scesa a 2,2 milioni di euro da 3,5.

La consistente ripresa dell'attività si è riflessa anche sulla partecipazione alle iniziative promozionali; sono state complessivamente circa 13.000 le imprese italiane che nel 2014 hanno preso parte alle azioni messe in campo dall'Ice, includendo nella rilevazione sia le partecipazioni onerose sia quelle a titolo gratuito.<sup>16</sup> Di queste, le partecipazioni a titolo oneroso sono state oltre 4.100, con un aumento del 17 per cento sul 2013.

### Settori e paesi dell'intervento promozionale

Le risorse promozionali sono state destinate in misura prevalente al comparto dei beni di consumo, che ha drenato il 31 per cento della spesa totale. In tale ambito sono inclusi due *Sistemi*. Il primo è il Sistema moda, persona e tempo libero, che si occupa, nella corrente organizzazione

<sup>15</sup> Una descrizione del piano è contenuta in un apposito riquadro pubblicato nella precedente edizione di questo *Rapporto*. Si veda anche il riquadro sulla Borsa dell'innovazione e dell'alta tecnologia 2014, *infra*.

<sup>16</sup> Erano state 11.000 nel 2013, 8.000 nel 2012, 10.000 nel 2011 e 14.500 nel 2010.

interna dell'Ice, dei settori tessile e abbigliamento, pelletteria e calzature, gioielleria, cosmetici, accessori moda, editoria, audiovisivo e strumenti musicali e ha assorbito il 22 per cento dei fondi. Il secondo è il Sistema casa e ufficio, che ha assorbito il 9 per cento dei fondi. Pari al 26 per cento, dunque lievemente più contenuto ma ugualmente rilevante, è stato l'investimento destinato all'ambito dei beni strumentali e delle nuove tecnologie, che copre i settori meccanica, elettronica, chimica, energia e ambiente. A seguire, con il 14,7 per cento (9,5 milioni di euro), si è posizionato il Sistema Agroalimentare (tavola 7.6).

Alla promozione merceologica, ovvero di specifici settori e prodotti, che è rimasta prevalente, si sono affiancati, in maniera complementare, gli interventi a carattere trasversale finalizzati allo sviluppo della collaborazione industriale e alla formazione, sia di manager italiani sia di operatori tecnici stranieri.

**Tavola 7.6 - Spesa promozionale per sistemi merceologici**

Valori in milioni di euro e quote percentuali sul totale

|                                     | Spesa per attività promozionali |             |             | Quota sul totale |              |              |
|-------------------------------------|---------------------------------|-------------|-------------|------------------|--------------|--------------|
|                                     | 2012                            | 2013        | 2014        | 2012             | 2013         | 2014         |
| <b>Moda, persona e tempo libero</b> | 4,6                             | 10,2        | 14,5        | 16,7             | 23,0         | 22,5         |
| <b>Meccanica ed elettronica (1)</b> | 6,0                             | 9,8         | 13,5        | 21,7             | 22,0         | 20,9         |
| <b>Agroalimentare</b>               | 4,2                             | 6,9         | 9,5         | 15,4             | 15,7         | 14,7         |
| <b>Casa e ufficio</b>               | 2,2                             | 4,9         | 5,7         | 7,9              | 11,1         | 8,9          |
| <b>Chimica e ambiente (2)</b>       | 3,3                             | 5,4         | 3,5         | 11,9             | 12,1         | 5,4          |
| <b>Formazione</b>                   | 1,8                             | 1,2         | 2,6         | 6,6              | 2,8          | 4,0          |
| <b>Collaborazione industriale</b>   | 1,2                             | 1,2         | 1,6         | 4,3              | 2,6          | 2,5          |
| <b>Plurisettoriale</b>              | 4,3                             | 4,7         | 13,7        | 15,5             | 10,7         | 21,1         |
| <b>Spesa totale</b>                 | <b>27,5</b>                     | <b>44,3</b> | <b>64,8</b> | <b>100,0</b>     | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

(1) Incluso subfornitura elettronica ed elettrotecnica

(2) Prodotti e attrezzature.

Fonte: Ice

Relativamente alle aree geoeconomiche, l'Ice ha continuato a sostenere gli interventi nei mercati emergenti, con particolare riguardo all'area asiatica, mantenendo un investimento di rilievo nei mercati maturi allo scopo di consolidare la presenza italiana. L'investimento prevalente, per oltre 16 milioni di euro, ovvero un quarto delle risorse complessive, è stato diretto verso i mercati dell'Estremo Oriente, Pacifico e altri paesi asiatici, seguiti dai mercati maturi dell'Unione Europea e del Nord America (25, 18 e 14 per cento, rispettivamente) e con quote più contenute da Europa non UE, America Centrale e Meridionale e Africa (8, 6 e 4 per cento rispettivamente). Tra i principali Paesi destinatari di risorse si evidenziano Stati Uniti e Cina, con un investimento equivalente (7,6 e 7,5 milioni), seguiti da Francia e Germania, con 4,3 e 3,6 milioni, Giappone (3,3 milioni), Russia (3 milioni) e Brasile (2,3) (tavola 7.7).

**Tavola 7.7 - Spesa promozionale per aree geografiche**

Valori in milioni di euro e quote percentuali sul totale

|                                | Spesa per attività promozionali |             |             | Quota sul totale |              |              |
|--------------------------------|---------------------------------|-------------|-------------|------------------|--------------|--------------|
|                                | 2012                            | 2013        | 2014        | 2012             | 2013         | 2014         |
| Asia e Pacifico                | 5,9                             | 13,7        | 16,3        | 21,2             | 31,0         | 25,2         |
| Unione Europea                 | 4,6                             | 6,4         | 11,6        | 16,8             | 14,3         | 17,9         |
| Nord America                   | 5,1                             | 7,5         | 8,8         | 18,7             | 17,0         | 13,6         |
| Altri Europa                   | 2,7                             | 3,4         | 5,2         | 9,9              | 7,6          | 8,0          |
| America centrale e meridionale | 1,6                             | 4,3         | 3,9         | 5,7              | 9,6          | 6,0          |
| Africa                         | 1,2                             | 1,7         | 2,6         | 4,3              | 3,9          | 4,0          |
| Paesi vari                     | 6,4                             | 7,3         | 16,3        | 23,4             | 16,5         | 25,2         |
| <b>Spesa totale</b>            | <b>27,5</b>                     | <b>44,3</b> | <b>64,8</b> | <b>100,0</b>     | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Fonte: Ice

Il ventaglio di interventi promozionali è ampio e variegato e l'individuazione della tipologia di azione più appropriata, in funzione dei settori cui si rivolge il sostegno promozionale e dei mercati *target*, è tra i punti di forza dell'intervento attuato dall'Ice, grazie alla costante attenzione alle esigenze delle imprese e delle associazioni imprenditoriali, con le quali tali scelte vengono condivise, e all'approfondita conoscenza delle specifiche realtà locali, patrimonio della rete estera.

Anche nel 2014 si evidenzia la prevalenza, tra le tipologie di attività messe in campo, delle manifestazioni espositive, in particolare nella forma di partecipazioni collettive a manifestazioni fieristiche estere, per le quali è stato impiegato il 48 per cento della spesa (tavola 7.8). A seguire vengono due tipologie in forte crescita rispetto al 2013, ovvero le attività di comunicazione e pubblicitarie (13 per cento) e le missioni di operatori (11 per cento), con prevalenza di quelle di operatori esteri in Italia, strumento questo che incontra il favore crescente delle aziende in quanto consente di incontrare operatori esteri selezionati senza dover sostenere i costi di partecipazione a una fiera.

**Tavola 7.8 - Spesa promozionale per tipologia**

Valori in milioni di euro e quote percentuali sul totale

|   | Spesa per attività promozionali |             |             | Quota sul totale |              |              |
|---|---------------------------------|-------------|-------------|------------------|--------------|--------------|
|   | 2012                            | 2013        | 2014        | 2012             | 2013         | 2014         |
| Manifestazioni espositive                             | 12,2                            | 24,8        | 30,9        | 44,3             | 55,9         | 47,7         |
| Azioni di comunicazione e pubblicitarie               | 1,3                             | 3,2         | 8,2         | 4,8              | 7,2          | 12,6         |
| Missioni di operatori in Italia e all'estero          | 2,6                             | 3,7         | 7,4         | 9,6              | 8,3          | 11,4         |
| Attività di formazione e seminari                     | 1,9                             | 3,0         | 6,4         | 6,9              | 6,7          | 9,8          |
| Attività di supporto informativo e assistenza tecnica | 4,0                             | 0,5         | 4,2         | 14,6             | 1,0          | 6,4          |
| Iniziative d'immagine                                 | 1,0                             | 5,6         | 1,4         | 3,6              | 12,7         | 2,2          |
| Altre iniziative                                      | 4,5                             | 3,6         | 6,3         | 16,4             | 8,1          | 9,8          |
| <b>Totale</b>   | <b>27,5</b>                     | <b>44,3</b> | <b>64,8</b> | <b>100,0</b>     | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Fonte: Ice

## Borsa dell'innovazione e dell'alta tecnologia – edizione 2014

di Donatella Iaricci\*

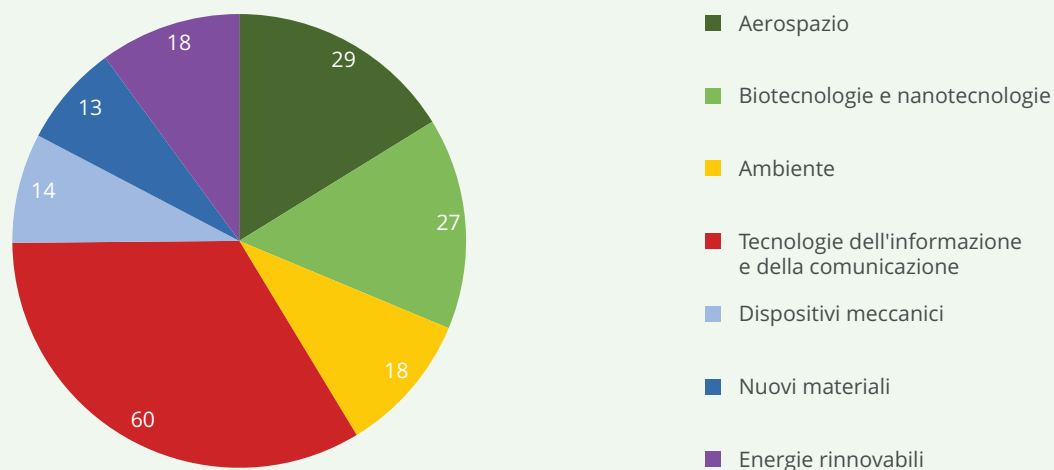
La Borsa dell'innovazione e dell'alta tecnologia (Biat) è una misura di intervento prevista dal *Piano export sud* per le regioni della convergenza (Pescr), ovvero Calabria, Campania, Puglia e Sicilia, di cui l'Ice è l'ente attuatore per conto del Mse, ideata per supportare le imprese a valorizzare, a commercializzare e ad esportare i risultati della ricerca innovativa, sia sotto forma di brevetti che di prodotti ad alto contenuto tecnologico.

Attraverso questo nuovo *format* promozionale, a cadenza annuale, i beni immateriali, in particolare i brevetti, sono considerati conoscenza codificata suscettibili di essere esportati come gli altri prodotti.

La finalità è quella di mettere a punto un'offerta sistematica di opportunità di applicazione industriale di cui imprenditori, sia italiani che stranieri, possono profittare.

La prima edizione della Biat, tenutasi a Napoli a fine 2014, ha consentito di realizzare il *matchmaking* tra offerta e domanda commerciale e tecnologica, tra inventori (*start-up*, micro, piccole e medie imprese innovative, università, parchi tecnologici) e controparti straniere (grandi imprese, *venture-capitalist* e altri). I settori *focus* considerati sono stati aerospazio, nano-biotecnologie, ambiente, energie rinnovabili, *information and communication technologies* e meccanica strumentale.

Grafico 1 - Distribuzione dei soggetti coinvolti per settori



Fonte: Ice

\* Ice.



I progetti innovativi identificati nelle 4 Regioni in questione sono stati 174, relativi ad un campione di imprese e *cluster* rappresentativo di oltre 15.000 addetti, che hanno sviluppato nel 2013 un fatturato di circa 700 milioni di euro.

È stata quindi creata una piattaforma per l'intercettazione della domanda estera che ha consentito alle controparti straniere di visionare i progetti e di prenotare un incontro con l'azienda desiderata.

Ai fini della tutela della proprietà intellettuale, tutti i progetti sono stati validati dall'Ufficio italiano brevetti e marchi, per non compromettere le future brevettazioni. È stata intrapresa anche un'azione educativa rivolta alle aziende italiane per introdurre il ricorso ad accordi *non disclosure agreements*, prima dei B2B.

Il carattere internazionale della Biat è dimostrato, inoltre, dalla presenza di 102 delegati esteri, selezionati tra le categorie di investitori, *venture capitalist*, grandi imprese, in provenienza dai 15 paesi esteri che registrano il più elevato livello di sviluppo tecnologico.

Le controparti italiane e straniere, nell'arco di 2 giorni, hanno dato vita a 1.050 *meeting* che hanno prodotto diversi contratti e accordi internazionali.

A latere dell'evento, sono state organizzate sessioni per promuovere i progetti innovativi selezionati e le aree di eccellenza regionali dove sono presenti i distretti tecnologici.

## Servizi informativi

L'agenzia Ice, alla stregua delle altre *Trade promotion organization*, offre una numerosa gamma di servizi informativi sui mercati esteri, volti a facilitare la selezione dei mercati nei quali operare riducendo le asimmetrie informative che rappresentano importanti barriere all'entrata, in particolare per le micro, piccole e medie imprese. Nel seguito si dà conto dei risultati raggiunti.

Il portale [www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it) è lo sportello di entrata ai servizi e alle attività dell'Ice Agenzia. Nel 2014 gli accessi al portale sono stati 7,6 milioni, con un aumento del 44 per cento rispetto al 2013. Al contempo, gli utenti diversi che hanno acceduto al portale [www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it) sono stati 550.000 mentre nel 2013 erano stati 635.000. La lettura dei due dati suggerisce l'ipotesi di una fidelizzazione dell'utenza, che ha effettuato un numero di accessi maggiore per utente singolo, presumibilmente al fine di consultare il sito in modo più mirato e approfondito.

Nel 2014 il portale si è arricchito di nuove rubriche, sia per offrire maggiore fruibilità e navigabilità all'utente sia per ottemperare alle esigenze e agli obblighi di legge relativi alla trasparenza. Gli utenti registrati gratuitamente al portale istituzionale [www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it) alla fine del 2014 erano 82.000, 8.400 in più rispetto a un anno prima.



**Tavola 7.9 - Prodotti informativi**

Valori assoluti

| Prodotti informativi   | 2012      | 2013      | 2014      |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Publicazioni a catalogo realizzate con fondi istituzionali     | 45        | 61        | 378       |
| Numero di pagine visitate su <i>www.ice.gov.it</i>             | 3.874.664 | 5.287.696 | 7.619.759 |
| Utenti registrati al portale <i>ice</i> al 31 dicembre         | 68.335    | 73.664    | 82.069    |
| Numero di pagine visitate su <i>www.italtrade.com</i>          | 1.840.129 | 1.979.682 | 2.403.085 |
| Utenti registrati nella banca dati di <i>www.italtrade.com</i> | 49.946    | 53.838    | 56.357    |
| Notizie pubblicate su <i>Commercio Estero News</i>             | 5.133     | 8.713     | 11.935    |
| Opportunità commerciali  | 1.648     | 1.288     | 1.190     |
| Gare e aggiudicazioni  | 6.219     | 5.349     | 8.445     |
| Finanziamenti internazionali                                   | 108       | 107       | 11        |
| Anteprima grandi progetti                                      | 1.737     | 387       | 573       |

Fonte: Ice

Molte informazioni messe a disposizione delle imprese derivano dall'attività di *intelligence* e di *scouting* della rete estera dell'Ice Agenzia e riguardano notizie sulla congiuntura italiana e internazionale, gare d'appalto internazionali, accordi o *joint venture* internazionali rilevanti per il sistema produttivo italiano, oltre che normative fiscali, valutarie e doganali e informazioni circa la conclusione di accordi internazionali, spesso non rintracciabili su altri *media* italiani.

Importanti canali di diffusione sono rappresentati dalle pubblicazioni di approfondimento e dal notiziario *Commercio estero news*, che nel 2014 ha divulgato 11.935 notizie brevi, 3.200 in più rispetto al 2013. Le opportunità commerciali pubblicate, relative a commercio estero, collaborazione industriale e investimenti, sono state 1.190 (-8 per cento rispetto al 2013). Sono inoltre apparse sul sito e inviate agli abbonati ai servizi di diffusione automatica 8.445 informazioni dettagliate su gare di appalto per lavori, forniture e servizi e su progetti di sviluppo e di assistenza tecnica promossi dalle istituzioni finanziarie internazionali e dall'Unione Europea (58 per cento in più rispetto all'anno precedente). Le notizie pubblicate circa i finanziamenti internazionali sono state 11. Nel 2014 sono infine state divulgate 573 anteprime di grandi progetti, ovvero informative circa grandi lavori infrastrutturali e di costruzione e programmi di privatizzazioni che si trovano ancora a uno stadio preliminare, con un aumento del 48 per cento rispetto al 2013. Ai portali settoriali accessibili dal sito istituzionale nel 2014 se ne è aggiunto uno dedicato all'internazionalizzazione di innovazione e startup, *www.innovationitaly.it*.

Due *newsletter*, una di taglio più ampio e l'altra incentrata sulle opportunità di finanziamento connesse con i programmi dell'Unione Europea, sono state pubblicate mensilmente sul sito istituzionale e diffuse ad alcune migliaia di utenti, soprattutto imprenditori ma anche professionisti, consulenti, pubblici funzionari, docenti e studenti. In particolare a fine 2014 i destinatari della *newsletter* istituzionale dell'Ice hanno raggiunto quota 44.000 e 4.600 nel caso di *Opportunità dall'Europa*, con livelli di consultazione soddisfacenti. Molte altre *newsletter* vengono diffuse alle imprese con informazioni su paesi e/o settori specifici.

Nel 2014 è proseguito regolarmente l'aggiornamento delle numerose banche dati accessibili dal portale istituzionale dell'Ice che riportano statistiche sul commercio estero e sugli investimenti diretti. Nella primavera del 2015 è stata inoltre completato l'aggiornamento biennale della banca

dati Reprint sugli investimenti diretti esteri in Italia e italiani all'estero, curata in collaborazione con il Politecnico di Milano.

Nel campo della produzione e diffusione dell'informazione statistica, l'Ice ha collaborato con l'Istat per realizzare congiuntamente l'*Annuario commercio estero e attività internazionali delle imprese*. Ha inoltre predisposto autonomamente, grazie all'opera di molti autori e a dati forniti da Istituti statistici nazionali, Istat in primo luogo, il Rapporto *L'Italia nell'economia internazionale*, ovvero la presente pubblicazione, giunta alla sua ventinovesima edizione. Infine, in collaborazione con la società di ricerche economiche Prometeia, l'Ice ha elaborato la tredicesima edizione del rapporto *Evoluzione del commercio estero dell'Italia per aree geografiche e settori*, nel quale si analizzano le risultanze di un modello econometrico per la previsione della domanda internazionale per principali mercati e settori merceologici.

Il portale [www.italtrade.com](http://www.italtrade.com) è multilingue e interamente dedicato agli utenti esteri.

Nel 2014 vi sono stati caricati 95 articoli redazionali di interesse generale. Sono state inoltre pubblicate 20 edizioni della newsletter in lingua inglese (diffusa a circa 5.000 utenti registrati) e cinese (circa 350 utenti).

Gli uffici della rete estera dell'Ice Agenzia, inoltre, aggiornano e caricano autonomamente informazioni e articoli di carattere commerciale sulla propria pagina-Paese.

Le aziende registrate alla *Business Directory*, al 31 dicembre 2014, sono state 56.357, con un incremento dell'1,2 per cento sul 2013; le aziende registrate alla *Top Business Directory*, che include informazioni approfondite sull'attività e la produzione aziendale, inclusa una vetrina fotografica, sono state 7.217, con un incremento del 12 per cento sul 2013.

### Assistenza e consulenza sui mercati esteri

I servizi a singole imprese resi *on line* e dagli uffici in Italia e all'estero sono gratuiti, mentre quelli a maggior valore aggiunto vengono prestati dietro corrispettivo, perlopiù dagli uffici della rete estera.<sup>17</sup> La gamma dei servizi è ampia e variegata e copre molti aspetti dei processi di internazionalizzazione delle imprese, dalla conoscenza iniziale di un mercato, allo stabilimento di una presenza produttiva all'estero e all'attrazione di investimenti esteri in Italia, comprendendo ad esempio i servizi di ricerca clienti e *partner* esteri, ricerca di mercato, sondaggio prodotto, soluzione di controversie, realizzazione di campagne pubblicitarie. A inizio 2014 è entrato in vigore il nuovo catalogo dei servizi, con molte importanti novità (vedi riquadro ad hoc nella precedente edizione del presente *Rapporto*).

Nell'intento di rendere maggiormente trasparente e accessibile all'utente lo spettro completo dei propri servizi, nel 2014 l'Ice ha attivato una modalità di accesso *on line* ai servizi personalizzati di assistenza nei mercati esteri che consente di ricevere direttamente dall'ufficio presente nel paese d'interesse una prima valutazione e una proposta di servizi.

Sempre nel 2014 l'Agenzia ha fornito 2.868 servizi a pagamento e 5.125 servizi gratuiti. Nella prima categoria i principali sono stati ricerca di partner esteri (23 per cento del totale fatturato), eventi promozionali personalizzati (22), organizzazione d'incontri d'affari (13) e utilizzo delle strutture Ice (11, tavola 7.10).

<sup>17</sup> Oltre ad assicurare all'Ice risorse aggiuntive, sia pure di entità relativamente modesta, la presenza di un corrispettivo svolge due importanti funzioni; da un lato spinge le imprese clienti a concentrare le proprie richieste su necessità per loro prioritarie e dall'altro consente all'Ice di certificare e monitorare i risultati del lavoro di assistenza e consulenza, con effetti benefici sulla sua efficienza ed efficacia.

Tavola 7.10 - Principali servizi erogati dall'Ice con compartecipazione ai costi

| Tipo di servizio                         | Numero servizi |      |      | Quota su totale corrispettivi <sup>(1)</sup> |      |      |
|--|----------------|------|------|--|------|------|
|  | 2012           | 2013 | 2014 | 2012   | 2013 | 2014 |
| Ricerca clienti e <i>partner</i> esteri  | 314            | 352  | 680  | 25,3   | 12,9 | 22,8 |
| Eventi promozionali personalizzati       | 380            | 482  | 502  | 14,7   | 36,3 | 22,3 |
| Organizzazione incontri d'affari         | 239            | 241  | 252  | 16,0   | 12,7 | 12,7 |
| Utilizzo strutture ufficio Ice           | 36             | 59   | 86   | 13,8   | 12,0 | 11,4 |
| Il tuo prodotto sul mercato              | -              | -    | 366  | -  | -    | 5,9  |
| Ricerche di mercato personalizzate       | 38             | 38   | 126  | 7,7  | 1,5  | 5,5  |
| Informazioni riservate su imprese estere | 417            | 386  | 289  | 7,0  | 2,0  | 2,8  |

(1) Al netto dei costi esterni.

Fonte: Ice

Dalla sede di Roma dell'Ice il nucleo Ufficio relazioni con il pubblico (Urp) ha gestito la prima assistenza alle imprese, portando a termine nel 2014 2.660 interventi di prima assistenza, attraverso colloqui telefonici, posta elettronica, incontri diretti e offerta di servizi coordinati in quanto riguardanti più di un ufficio estero dell'Ice. All'Urp sono state richieste, con maggiore frequenza, informazioni su servizi dell'Ice, mercati dei paesi dove l'Ice è presente, imprese estere; modalità di apertura di un'impresa all'estero, dazi doganali, restrizioni al commercio incluse quelle sui beni *dual use*, incentivi e contributi alle imprese e altri finanziamenti.

## Desk anticontraffazione e assistenza per gli ostacoli al commercio

*di Nucleo accesso al mercato - Coordinamento Imprese e istituzioni\**

Il Ministero dello Sviluppo economico (Mse) ha affidato all'Ice la realizzazione di quattro *desk* per offrire informazione e assistenza a imprese italiane in materia di tutela della proprietà intellettuale e di ostacoli al commercio. I *desk* presso gli uffici Ice di Istanbul, New York, Mosca e Pechino hanno iniziato ad operare nel maggio 2014. I quattro mercati sono stati individuati tenuto conto di una serie di variabili, tra le quali la rilevanza commerciale del mercato e la diffusione del fenomeno della contraffazione, oltre alla particolare difficoltà di accesso al mercato.

Presso la sede centrale dell'Ice è stata inoltre istituita un'unità operativa che svolge un'azione di raccordo tra i *desk* e le Direzioni generali (Dg) del Mse coinvolte nel progetto.<sup>1</sup>

È importante segnalare che i *desk* raccolgono l'eredità dei *desk* di assistenza alle imprese in materia di proprietà intellettuale, che hanno operato dal novembre 2007 al luglio 2012 presso 14 uffici della rete estera dell'Ice.<sup>2</sup>

\* Ice.

- ① La Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione e promozione scambi è l'interlocutore di riferimento per la realizzazione del progetto, in raccordo con la Direzione Generale per la lotta alla contraffazione, con riguardo all'attività per la tutela della proprietà intellettuale, e alla Direzione Generale per la politica commerciale internazionale, per le attività di assistenza in materia di ostacoli al commercio.
- ② I *desk* di assistenza alle imprese in materia di proprietà intellettuale erano presenti a San Paolo, Shanghai, Canton, Hong Kong, Pechino, Seoul, Dubai, Mumbai, New Delhi, Mosca, New York, Taipei, Istanbul e Ho Chi Minh City.



All'atto della costituzione dei nuovi *desk* è parallelamente emersa la necessità di avviare l'attività di monitoraggio delle barriere al commercio e la rilevazione degli ostacoli commerciali oltre che l'assistenza alle imprese italiane in presenza di difficoltà di accesso ai mercati in occasione di procedure di esportazione o durante l'esercizio di altre attività economiche all'estero, quali investimenti o partecipazioni ad appalti pubblici.

In tutti i casi, le attività di monitoraggio e di assistenza dei *desk* sono state affidate a specifiche professionalità, esperti selezionati, reclutati sul posto, che operano in *outsourcing* apportando il contributo di conoscenza del mercato locale.

Gli esperti assegnati ai *desk* rispondono gerarchicamente al direttore dell'ufficio Ice locale e operano sulla base delle sue direttive elaborate in linea con quelle della Dg ministeriale competente in materia. Il direttore dell'ufficio Ice o un funzionario di ruolo suo delegato è l'interlocutore nei confronti delle amministrazioni locali e dell'utenza; ciò anche in considerazione degli elevati elementi di riservatezza e segretezza che caratterizzano i titoli della proprietà intellettuale.

Nello svolgimento delle attività di assistenza in materia di ostacoli al commercio, in considerazione della tematica di intervento, i quattro *desk* operano in stretto raccordo con le rappresentanze diplomatiche italiane di riferimento. Ciò consente loro di poter eventualmente partecipare alle attività di coordinamento per l'accesso al mercato nei paesi terzi, svolte presso le delegazioni europee in loco, e far parte dei *Market access team*, gruppi di esperti istituiti dalla Commissione europea in determinati paesi, tra i quali Argentina, Cina, Egitto, Russia e Sud Africa.

Da dicembre 2014 è in rete il sito Internet dedicato ai *desk*, consultabile all'indirizzo [www.accessoalmercato.ice.it](http://www.accessoalmercato.ice.it). Nel sito sono reperibili informazioni sulle attività dei *desk*, sulla legislazione locale, nonché le risposte alle domande più frequentemente poste dagli utenti suddivise nelle sezioni Anticontraffazione e Ostacoli al commercio. Vi si trova disponibile inoltre una documentazione di riferimento per ogni *desk* che include guide alla tutela della proprietà intellettuale, guide per l'assistenza agli ostacoli al commercio, *brochure* informative, note congiunturali e saggi a vario titolo utili rispetto al paese di riferimento. Una sezione del sito permette agli imprenditori di contattare direttamente gli addetti ai *desk*, inviando loro quesiti di proprio interesse, e di ottenere quindi una consulenza tecnico-legale specializzata. Infine, una sezione dedicata a *news ed eventi* monitora gli aggiornamenti del settore, con particolare attenzione ai paesi dove i *desk* sono stati costituiti, nonché l'attività convegnistica, di pubbliche relazioni e di sensibilizzazione sul tema.

**Tavola 1 - Richieste di assistenza pervenute ai Desk tra maggio 2014 e aprile 2015**

|               | Anticontraffazione | Ostacoli al commercio |
|---------------|--------------------|-----------------------|
| Istanbul      | 17                 | 114                   |
| Mosca         | 45                 | 231                   |
| New York      | 19                 | 2                     |
| Pechino       | 52                 | 8                     |
| <b>Totale</b> | <b>133</b>         | <b>355</b>            |

Fonte: Ice

## Accordi e convenzioni

L'individuazione e la gestione di alleanze rappresenta per l'Ice un'opportunità di diversificare i campi di attività, amplificare la conoscenza del proprio lavoro da parte di soggetti esterni, mobilitare risorse aggiuntive rispetto a quelle assegnate dal bilancio statale e incrementare il portafoglio clienti, stimolando così l'internazionalizzazione delle imprese. Le alleanze vedono coinvolti soggetti diversi quali enti pubblici, associazioni imprenditoriali, istituti di credito, organizzatori di fiere all'estero e in Italia.<sup>18</sup>

A tutto il 2014 erano 32 gli accordi perfezionati. Tra quelli stipulati in corso d'anno si ricorda, nel campo della collaborazione con enti di ricerca, quello con l'Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile (Enea). Particolarmente innovativa, è stata l'attività di monitoraggio erogata a favore di Ex-Agensud circa i finanziamenti che tale Agenzia concede per iniziative promozionali all'estero di consorzi agro-alimentari del Mezzogiorno, concretizzatasi in 7 azioni di monitoraggio nel 2014. Da segnalare, inoltre, la prosecuzione delle attività previste dall'accordo con l'Aefi nel quadro del quale sono stati forniti servizi a 8 enti fiera italiani. Un'operazione di ringiovanimento e rafforzamento è stata sviluppata sul fronte della rappresentanza in Italia delle fiere estere. Allo storico accordo con l'*Hong Kong Trade Development Council* nel corso del 2014 se ne sono aggiunti altri con controparti localizzate in alcuni mercati chiave come Stati Uniti d'America, India e Russia. Con la Rai è stata raggiunta un'intesa per l'uso di spazi di rappresentanza presso l'ufficio Ice di New York, Usa. Con la Regione Lazio è stata perfezionata un'alleanza che vede l'Ice nel ruolo di progettista ed esecutore di iniziative a favore di imprese laziali. Sono state infine definite e gestite attività di promozione in collaborazione con alcune regioni, a mezzo di 8 programmi interregionali (cfr. Quadro d'insieme, *supra*).

## Acquisizione progetti strategici e gare internazionali

Nel 2014, dopo 18 mesi di attività nel settore della progettazione di offerte per bandi di gara a valere su finanziamenti della UE, l'Ice si è aggiudicata una gara nell'ambito del programma *European and Latin American Business Services and Innovation Network*. Ha inoltre proseguito nella promozione di alleanze strategiche con interlocutori pubblici e privati per la partecipazione a progetti europei, del dialogo tra le Trade promotion organization europee e la Commissione Europea e nel lavoro di *scouting* e redazione di offerte, che ha coinvolto numerosi uffici Ice in Italia e all'estero. In corso d'anno l'Agenzia ha partecipato a 7 gare della UE, selezionando progetti in linea con la *mission* dell'Agenzia, è stata inserita in 3 *short list* e ha vinto la gara sopra ricordata.

## Formazione

Nel complesso, l'attività dei servizi formativi all'export nel 2014 ha subito un forte incremento: si è passati infatti da 707 partecipanti nel 2013 a 2.405 nel 2014 e da 20 iniziative a 83. Delle imprese coinvolte, 803 hanno partecipato a iniziative formative a carattere innovativo (per *format*, mercato o settore merceologico) che nel 2014 sono state 19 (tavole 7.11 e 7.12).

<sup>18</sup> Sull'attività di creazione di alleanze dell'Ice si veda il riquadro pubblicato nell'edizione 2013-14 del presente *Rapporto*, a pagina 417.

**Tavola 7.11 - Formazione post lauream e manageriale**

Ore erogate dai docenti, valori assoluti

|  | 2012      |              |                                |               | 2013      |              |                                |               | 2014      |              |                                |               |
|--|-----------|--------------|--------------------------------|---------------|-----------|--------------|--------------------------------|---------------|-----------|--------------|--------------------------------|---------------|
|  | Eventi    | Partecipanti | Ore di formazione o consulenza | Ore di stage  | Eventi    | Partecipanti | Ore di formazione o consulenza | Ore di stage  | Eventi    | Partecipanti | Ore di formazione o consulenza | Ore di stage  |
| Corsi per giovani                              | 3         | 54           | 746                            | 14.400        | 8         | 171          | 3.722                          | 49.700        | 12        | 216          | 3.763                          | 63.805        |
| Percorsi di formazione e affiancamento imprese | 2         | 38           | 288                            | -             | 2         | 123          | 357                            | -             | 12        | 380          | 3.832                          | -             |
| Seminari e <i>workshop</i> <sup>(1)</sup>      | 43        | 706          | 222                            | -             | 1         | -            | -                              | -             | 43        | 1.403        | 5.766                          | -             |
| <b>Totale iniziative</b>                       | <b>48</b> | <b>798</b>   | <b>1.256</b>                   | <b>14.400</b> | <b>11</b> | <b>294</b>   | <b>4.079</b>                   | <b>49.700</b> | <b>67</b> | <b>1.999</b> | <b>13.361</b>                  | <b>63.805</b> |

(1) Nel 2013 l'Ice ha contribuito all'organizzazione di un seminario per la sola parte di selezione dei docenti, quindi risultano non misurabili gli altri dati.

Fonte: Ice

**Tavola 7.12 - Formazione internazionale**

Ore erogate dai docenti, valori assoluti

|   | 2012      |              |                   | 2013     |              |                   | 2014      |              |                   |
|---|-----------|--------------|-------------------|----------|--------------|-------------------|-----------|--------------|-------------------|
|   | Eventi    | Partecipanti | Ore di formazione | Eventi   | Partecipanti | Ore di formazione | Eventi    | Partecipanti | Ore di formazione |
| Corsi e <i>study tour</i>                 | 5         | 37           | 210               | 2        | 14           | 175               | 4         | 130          | 100               |
| Seminari                                  | 5         | 492          | 114               | 6        | 319          | 163               | 9         | 248          | 61                |
| Borse di studio <sup>(1)</sup>            | 0         | 0            | 0                 | 1        | 80           | 1.000             | 1         | 10           | 8.414             |
| Programmi di affiancamento <sup>(2)</sup> | 0         | 0            | 0                 | 0        | 0            | 0                 | 2         | 18           | 170               |
| Partecipazione a fiere con un seminario   | 1         | 80           | 5                 | 0        | 0            | 0                 | 0         | 0            | 0                 |
| <b>Totale iniziative</b>                  | <b>11</b> | <b>609</b>   | <b>329</b>        | <b>9</b> | <b>413</b>   | <b>1.338</b>      | <b>16</b> | <b>406</b>   | <b>8.745</b>      |

(1) Nel 2013 l'Ice ha contribuito all'organizzazione di un seminario per la sola parte di selezione dei docenti, quindi risultano non misurabili gli altri dati.

Fonte: Ice

A seguito di una progettazione strategica, realizzata nel 2013, si è prodotto un riorientamento dell'attività formativa. In risposta alle richieste del mercato si è dato un forte impulso alle iniziative per imprenditori. Le mutate esigenze del contesto imprenditoriale hanno spinto a individuare nuove formule di servizi integrati, sia molto articolati come gli *Export lab*, sia più tradizionali come i cicli seminariali tematici. Questi ultimi sono stati rivisitati con l'inserimento di pacchetti di ore di *coaching*, tutoraggio e incubazione all'estero, come nel caso dei seminari tecnico-formativi di orientamento al mercato nell'ambito del *Piano export sud* o del *Roadshow* per l'internazionalizzazione.

Nell'87 per cento delle imprese partecipanti si è puntato a formare la figura dell'imprenditore mentre nel rimanente 13 per cento si è inserito un *export manager* o si sono realizzate attività di *networking* con aziende e istituzioni estere.

In termini di numero di iniziative, hanno prevalso quelle dirette alle imprese (67 per cento) pur se è contestualmente aumentato il numero di iniziative di formazione di neolaureati, con 12 *master* nel 2014 (4 in più rispetto al 2013) e quelle dedicate agli operatori internazionali (da 9 a 16).

Le 19 iniziative formative a carattere innovativo si distinguono in tre tipologie: innovative nel format, nel settore merceologico o nel paese di realizzazione.

Nel 2014 si è, per la prima volta, realizzato un *master executive* relativo alla nuova figura professionale del *temporary export manager*. Tale *format*, realizzato a livello regionale, è stato nel 2015 esteso a livello nazionale nell'ambito del *Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti*. Nello stesso senso è andato l'accordo con alcuni Istituti tecnici superiori per un corso di alta formazione di livello parauniversitario, rivolto a diplomandi, incentrato attorno a una nuova figura professionale.

Di carattere settoriale è stata l'innovazione introdotta con la realizzazione del ciclo di seminari in collaborazione con Confindustria T-tip, realizzati per il mercato statunitense, e Cigex, iniziativa interregionale per favorire accordi sulla *green economy* con operatori cinesi. Nello stesso gruppo rientrano i seminari sulle energie rinnovabili realizzati in Puglia con l'iniziativa Obiettivo Pmi.

Altri settori merceologici sono stati oggetto, per la prima volta, di Master rivolti alla formazione di Export Manager, come nel caso del Master delle Fibre nobili in collaborazione con l'omonima fondazione e quello con Cisita dedicato al settore nautico.

Alle aziende innovative e alle *start up* delle Regioni della convergenza è stato infine dedicato un ciclo di corsi sulla proprietà intellettuale, con l'obiettivo di internazionalizzare le imprese con nuovi brevetti o in procinto di acquisirne.

Per quanto riguarda i nuovi mercati, l'Ice ha realizzato un intervento in Myanmar, dove sono state presentate a operatori locali le eccellenze tecnologiche del settore agroindustriale italiano. Nel 2014 per la prima volta, si è iniziata la brevettazione dei corsi di formazione dell'Ice.



## L'esperienza delle agenzie nazionali di promozione degli investimenti esteri in Europa

di Marco Mutinelli\* e Laurent Sansoucy\*\*

*Lo straordinario incremento della mobilità dei capitali e delle attività economiche – che indubbiamente rappresenta uno degli aspetti più rilevanti della globalizzazione – comporta una crescente instabilità di contesto dei territori, dalla quale possono nascere opportunità e minacce. In questo contesto, attrarre – e mantenere – attività economiche sul proprio territorio diviene un obiettivo prioritario della politica economica dei governi centrali e locali.*

*Nel mix delle politiche per lo sviluppo economico, le politiche di attrattività nei confronti degli investimenti diretti esteri (Ide) hanno peso diverso nei vari paesi, ma, in ogni caso, esse hanno seguito un trend di crescente complessità, specializzazione e focalizzazione sulla qualità, in risposta a un clima concorrenziale sempre più esigente.*

*Storicamente, in Europa le agenzie di promozione degli Ide (Investment Promotion Agencies – Ipas) sono nate nella maggior parte dei casi come emanazione dei governi centrali, per risolvere specifiche crisi occupazionali (è stato ad esempio il caso della Francia con Datar, del Regno Unito con Ibbe per certi versi dell'Italia con la Cassa per il Mezzogiorno).*

*Negli ultimi venti anni le Ipas hanno tuttavia conosciuto una duplice importante evoluzione: da un lato, sono divenute sempre più locali, con il coinvolgimento dell'insieme dei protagonisti dello sviluppo territoriale a livello nazionale e regionale e talvolta attraverso partnership pubblico-privato; dall'altro lato, hanno visto la loro missione allargarsi, con il passaggio da una logica di puro trattamento dell'emergenza occupazionale, a una più qualitativa, di integrazione dall'alto del territorio nell'economia globale, in un contesto che fa dei sistemi territoriali una fonte chiave di economie esterne essenziali per la competitività aziendale, soprattutto nelle economie mature, gravate da costi più elevati dei fattori produttivi.*

*In questa logica, nell'ultimo decennio sono state attuate numerose fusioni tra le Ipas e le agenzie dedite al sostegno e alla promozione delle esportazioni (Trade Promotion Agency). In Europa occidentale, ciò è avvenuto ad esempio in Germania, Spagna, Portogallo, Svezia e più recentemente in Francia e in Italia. Questa logica si ritrova in un modo accentuato a livello delle agenzie regionali e locali, che sempre più tendono a integrare l'insieme delle politiche per lo sviluppo economico, incluse la creazione di impresa, l'innovazione e il trasferimento tecnologico, trasformandosi in veri e propri strumenti operativi a servizio dei rispettivi territori e del loro sviluppo economico-produttivo.*

*Una interessante indagine comparativa tra le principali Ipas europee è stata recentemente condotta da Oco Global, che ha analizzato 11 diverse Ipas confrontandone risorse e budget, obiettivi, attività e strumenti operativi. L'indagine è stata svolta sia a livello desk, attraverso un'accurata analisi dei siti web, degli annual report e in genere di tutta la documentazione*

\* Università degli studi di Brescia.

\*\* Oco Global.



disponibile pubblicamente, sia attraverso un'interazione diretta con le agenzie, attraverso la somministrazione di questionari strutturati e interviste. La ricerca è stata condivisa con tutte le agenzie che hanno partecipato alla ricerca con un vincolo confidenziale; per questo motivo, in questa sede i risultati dell'indagine vengono presentati prevalentemente in forma aggregata. Nondimeno, le analisi svolte consentono di cogliere alcuni interessanti aspetti dell'attività delle Ipa, evidenziando alcuni elementi di forte eterogeneità e altri che invece accomunano la grande maggioranza delle agenzie analizzate.

Di seguito vengono discussi i principali risultati emersi dall'indagine.

### Risorse e budget

Le risorse a disposizione delle agenzie analizzate mostrano una forte eterogeneità: il budget varia da meno di un milione di euro per il Lussemburgo ad quasi 85 milioni di euro per il Regno Unito. Sei agenzie su 11 hanno un budget inferiore a 10 milioni di euro, mentre due agenzie superano la soglia dei 40 milioni.

Conseguentemente, importanti differenze si registrano in relazione al numero di addetti delle diverse agenzie: si passa infatti da un minimo di 3 ad un massimo di circa 400 addetti.

Le risorse a disposizione delle Ipa variano ovviamente in relazione alla dimensione dell'economia nazionale, ma anche in funzione dell'importanza strategica attribuita alla loro missione dai rispettivi governi nazionali.

Tavola 1 - Dimensione delle Ipa analizzate

| 250 e più addetti | 150-200 addetti  | Meno di 100 addetti |
|-------------------|------------------|---------------------|
| Regno Unito       | Belgio (Fiandre) | Paesi Bassi         |
| Germania          | Svizzera         | Belgio (Vallonia)   |
| Irlanda           | Francia          | Danimarca           |
|                   |                  | Finlandia           |
|                   |                  | Lussemburgo         |

Fonte: Oco Global

### Strategia e targeting

Se in passato i governi hanno spesso ignorato la realtà del mercato degli investimenti internazionali (esiste davvero una domanda negli ambiti definiti come prioritari?) e valutato in modo troppo superficiale la loro offerta territoriale (l'offerta è adatta alle esigenze delle imprese operanti negli ambiti di interesse?), dimenticandosi spesso di integrare nelle loro riflessioni l'intensità della concorrenza (anche se di buona qualità, l'offerta del territorio è migliore di quella delle localizzazioni alternative?), oggi tutte le Ipa cercano di sviluppare un approccio strategico mirato, ovvero frutto di un posizionamento del territorio e da un targeting di medio-lungo termine, finalizzato alla ricerca (diretta e indiretta) di potenziali investitori e al loro accompagnamento nel processo di studio, avviamento e sviluppo dei progetti di investimento.

*Il posizionamento del territorio, frutto del classico confronto tra domanda (di investimenti internazionali), offerta (del territorio) e concorrenza (degli altri territori), porta a definire le proposte e le logiche di insediamento che il territorio presenta al mondo delle imprese, con le successive implicazioni di targeting, ovvero di definizione di settori economici, funzioni aziendali e aree geografiche prioritarie sulle quali concentrare la propria attenzione e ricercare le occasioni di investimento*

### **Settori target**

*La grande maggioranza delle agenzie cita obiettivi specifici riguardo ai settori di attività e alle funzioni da attrarre prioritariamente. La forte concorrenza tra le Ipas nell'attrarre progetti di investimento è testimoniata dalle significative sovrapposizioni che si possono riscontrare nei settori indicati come obiettivo prioritario per la loro azione. In particolare, quasi tutte le Ipas considerate indicano tra i loro target i settori delle life sciences (biotecnologie, farmaceutica, alimentare), delle Ict (tecnologie digitali, software, cloud computing) e delle green technologies (energie rinnovabili, tecnologie energetiche e ambientali).*

### **Modelli organizzativi e reti estere**

*Nella maggior parte dei casi, le Ipas sono strutture senza scopo di lucro, pubbliche o para-pubbliche, che dipendono dai governi centrali (con diversi gradi di collaborazione tra i vari livelli amministrativi). Delle 11 Ipas analizzate, otto sono finanziate esclusivamente con fondi pubblici e gestite centralmente; due sono finanziate esclusivamente da fondi privati, mentre una sola agenzia si avvale di finanziamenti sia pubblici, sia privati. Anche alcune delle agenzie finanziate esclusivamente da fondi pubblici prevedono la presenza nel loro Consiglio di amministrazione di membri del settore privato, i quali possono fornire un prezioso contributo nella definizione delle strategie.*

*I servizi forniti dalle Ipas alle imprese che si rivolgono loro sono quasi sempre gratuiti; in un certo senso, si può dire che tali agenzie siano finanziate non dai loro clienti (gli investitori esteri), ma dai loro fornitori (i territori che rappresentano).*

*Tutte le Ipas analizzate gestiscono una rete internazionale di uffici, per lo più dislocati presso ambasciate e consolati e spesso incaricati di svolgere attività di supporto sia per le attività commerciali, sia per le attività di investimento diretto; assai meno numerosi i casi di uffici esclusivamente dedicati al sostegno delle attività di attrazione degli Ide.*

*I paesi coperti dalle agenzie analizzate sono più di 35; tra di essi, quelli coperti con maggiore frequenza sono le economie più avanzate (Usa, Giappone, Corea del Sud, Germania, Francia e Regno Unito) e i Brics (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica). Più sporadica è la presenza in altri paesi dell'Europa occidentale, del Nord America (Canada e Messico) e dell'Oceania (Australia e Nuova Zelanda).*

*Alcune Ipas tendono a mantenere il controllo su tutto il processo che va dalla ricerca dei progetti di investimento all'assistenza per la loro realizzazione; altre hanno esternalizzato parti di tale*



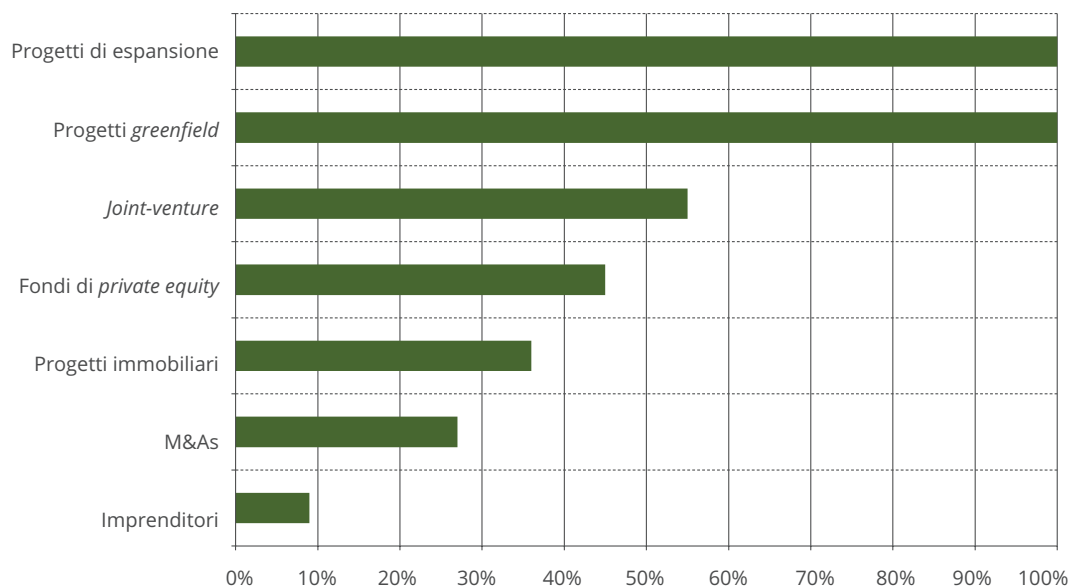
processo: in prevalenza quelle più a monte, con riguardo alle attività di lead generation e di business intelligence, orientate a individuare potenziali clienti dell'agenzia nel paese estero. A fronte di vincoli di budget sempre più stringenti, si riscontra comunque una tendenza da parte delle Ipas ad abbandonare modi di operare totalmente autonomi e a sostituirli con partnership esterne, coinvolgendo altre organizzazioni pubbliche e private (in particolare, prestatori di servizi professionali). In particolare il ricorso a fornitori di terze parti è più frequente in mercati nuovi o emergenti, in quanto strategia efficiente e a basso rischio per verificare le potenzialità di tali mercati nella fase di ingresso; l'esternazionalizzazione di alcune attività e servizi consente inoltre di ridurre il carico di lavoro di uffici generalmente di piccole dimensioni.

### Modalità operative e servizi offerti

Oltre ad un approccio reattivo, ovvero a seguito di specifiche richieste di informazioni e di assistenza da parte di un'impresa estera, le agenzie hanno sviluppato in modo crescente un approccio prevalentemente proattivo, prendendo l'iniziativa e proponendosi direttamente a potenziali clienti individuati attraverso opportune azioni di market intelligence e di investment generation.

Tutte le agenzie rivolgono la loro attenzione prioritariamente a progetti di investimento greenfield o di ampliamento di attività preesistenti da parte di investitori esteri; sei agenzie assistono anche joint venture tra investitori esteri e imprese nazionali. Meno della metà delle agenzie accetta di assistere progetti di investimento di operatori di private equity e/o progetti immobiliari, mentre tre sole agenzie dichiarano di sostenere anche casi di acquisizioni (Mergers And Acquisitions, M&As), in particolare quando queste permettono di salvaguardare posti di lavoro, previa una opportuna azione di due diligence. Una sola agenzia dichiara di seguire anche progetti di investimento avviati da persone fisiche (imprenditori o filantropi).

Grafico 1 - Tipologia dei progetti seguiti dalle IPA

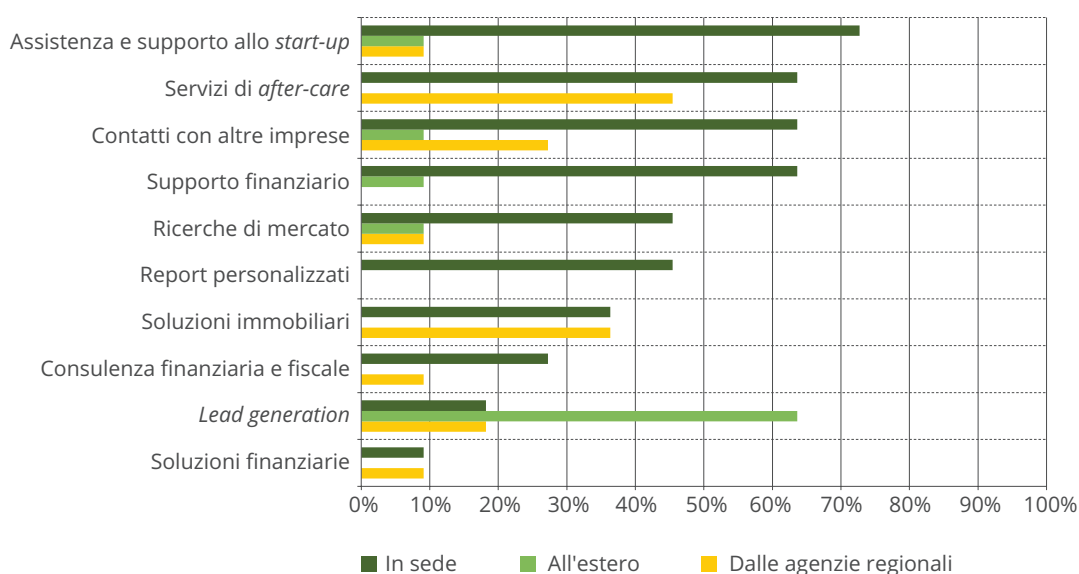


Fonte: Oco Global



I servizi offerti dalle Ipas alle imprese sono molto diversificati: informazione e consulenza per i progetti di insediamento e di espansione, sulle condizioni di investimento (quadro legale e fiscale, infra-strutture, settori, costi, incentivi); ricerca delle migliori soluzioni di insediamento (siti, opportunità di acquisizione o di partnership); proposte per pacchetti di incentivi; servizi di after care. Per questi ultimi spesso le Ipas si avvalgono del supporto delle agenzie regionali, così come per la definizione di offerte immobiliari e per la generazione di contatti con altre imprese. Prevalentemente demandate alle sedi estere sono invece le attività di lead generation, finalizzate ad individuare nei paesi di interesse imprese potenzialmente interessate ai servizi dell'agenzia.

**Grafico 2 -Servizi offerti**



Fonte: Oco Global

Pressoché tutte le agenzie offrono tra i loro servizi un "pacchetto localizzativo" includendo proposte di siti, di agevolazioni e in alcuni casi di partnership (scientifiche, industriali...), per aumentare l'attrattività della loro offerta e favorire lo start-up delle attività.

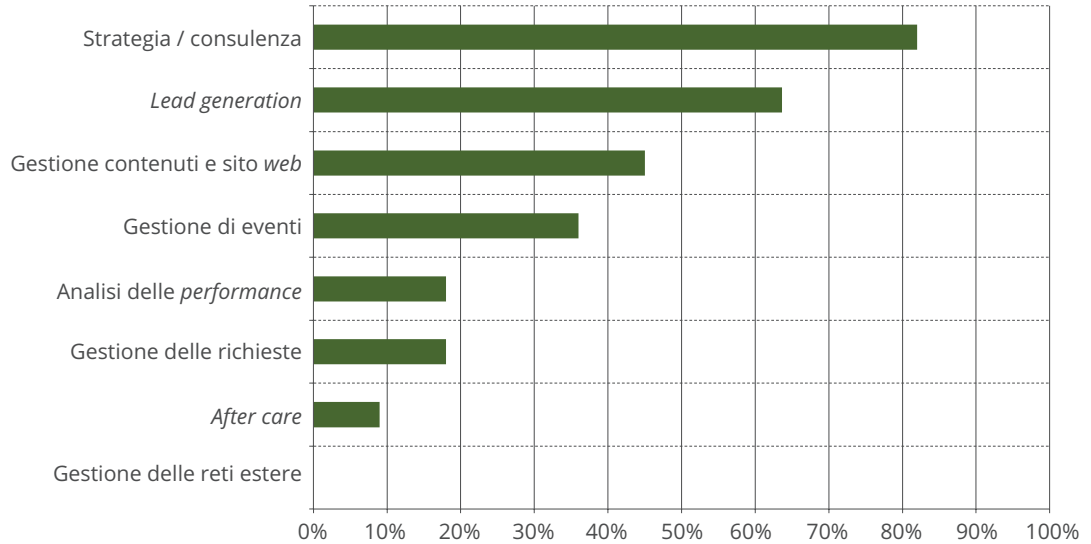
Molte attività sono peraltro prevalentemente effettuate in outsourcing.

Quasi generalizzato tra le IPAs è il ricorso a società di consulenza esterne specializzate per la definizione delle strategie e delle modalità operative di funzionamento dell'agenzia.

Quasi la metà delle IPAs ha assegnato a prestatori di servizi dedicati le attività relative alla definizione delle loro strategie digitali, dalla creazione del loro sito web alla gestione dei suoi contenuti e alla presenza nei media sociali.



Grafico 3 - Attività condotte in *outsourcing*



Fonte: Oco Global

### Focus sulle strategie di digital marketing

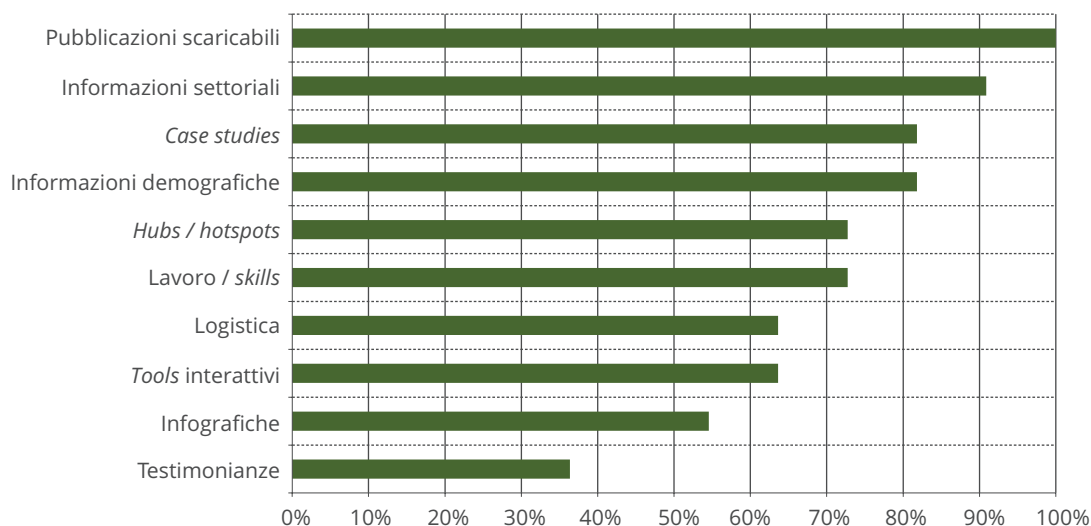
*Tutte le Ipas dichiarano di avere sviluppato una strategia attiva di marketing digitale, ma la maggioranza di esse non svolge alcuna azione volta a monitorare l'efficacia di tale strategia.*

*Tra i social media, Twitter e Youtube vedono la presenza di tutte le agenzie considerate, mentre una sola non è presente su LinkedIn; 5 sono le agenzie attive su Facebook.*

*Assai variabile è il numero di follower dichiarati sui social media: nella maggior parte dei casi, il loro numero si aggira nell'intorno di mille-duemila, ma vi sono eccezioni talora anche assai notevoli. Su Twitter, ad esempio, 7 agenzie su 11 non raggiungono la soglia dei 2 mila follower e una la supera di poco; le 3 agenzie rimanenti hanno invece un numero di follower ben più elevato, che supera sempre le 10 mila unità e in un caso sfiora addirittura le 50 mila unità. Analogamente, su LinkedIn 7 agenzie contano meno di 4 mila follower, mentre le altre tre che utilizzano tale canale ne contano oltre 20 mila. Infine, solo 2 agenzie hanno attivato un proprio blog.*

*I siti web delle agenzie considerate offrono sempre informazioni riguardo ai contatti per i potenziali investitori; la grande maggioranza di esse indica anche con chiarezza i settori individuati quali target prioritari e le diverse tipologie di servizi offerti dall'agenzia ai potenziali investitori. A queste informazioni di base si aggiunge in molti casi una variegata offerta di servizi e informazioni che risultano così immediatamente disponibili per i potenziali investitori (fig. 4).*

**Grafico 4 - Servizi offerti sul web**



Fonte: Oco Global

### Strumenti informatici e banche dati

*Il 64 per cento delle agenzie europee utilizza sistemi di Crm e strumenti di market intelligence. Diverse agenzie utilizzano anche per le azioni di market intelligence database con informazioni a livello di impresa, sia a livello internazionale, sia a livello nazionale.*

### Collaborazioni con amministrazioni e partner locali

*Le principali collaborazioni poste in essere dalle Ipas europee riguardano le agenzie regionali e le amministrazioni regionali. In particolare, tutte le agenzie dichiarano di incontrarsi periodicamente con le amministrazioni locali (regioni, in alcuni casi anche città/metropoli), per condividere informazioni e conoscenze.*

*Otto agenzie su undici hanno anche definito un memorandum d'intesa (Memorandum of Understanding) con le agenzie regionali del loro paese e 6 agenzie condividono i loro programmi di after care con le amministrazioni locali. Infine, 6 agenzie dispongono di una propria shared pipeline (spazi di lavoro condivisi a disposizione dei propri clienti e delle controparti locali).*



### Le importazioni e il ruolo delle *Trade promotion organisation*

di Cristina Castelli e Leopoldo Gudas\*

Con la diffusione delle catene globali del valore (Global value chains, Gvc), che interessano ormai l'80 per cento del commercio mondiale, i processi produttivi sono sempre più distribuiti tra paesi diversi: un numero crescente di prodotti è, di fatto, made in the world e le esportazioni incorporano quote di beni intermedi e di servizi realizzati in altri paesi. In molte imprese la funzione degli approvvigionamenti assume un ruolo strategico, per cui una più ampia disponibilità di input e di tecnologie sono un aspetto cruciale per migliorare i processi produttivi e rafforzare la profittabilità.<sup>1</sup> Il paradigma delle Gvc riporta quindi all'attualità anche il ruolo cosiddetto strategico delle importazioni per abbassare i costi di produzione, migliorare la qualità e il contenuto innovativo dei prodotti, grazie alla crescente specializzazione dei fornitori in singole fasi di produzione.

Appare pertanto utile fornire una breve analisi sulle attività e sui servizi offerti da altre Trade Promotion Organisations (Tpo) per facilitare le importazioni, anche in considerazione di un rinnovato interesse per questo tipo di progetti da parte dell'Agenzia Ice.<sup>2</sup>

Intorno alla fine degli anni ottanta le cosiddette politiche di import promotion avevano raggiunto una notevole diffusione: difatti, nel 1988 l'International Trade Centre (Itc) riportava che 23 paesi, tra cui i paesi scandinavi, i Paesi Bassi, il Canada, effettuavano attività in questo ambito prevalentemente nel quadro della cooperazione allo sviluppo.<sup>3</sup>

Fino alla fine degli anni novanta l'esempio più noto era tuttavia rappresentato dal Giappone, per via dei consistenti finanziamenti destinati alla Japan External Trade Organisation (Jetro) per attività di import promotion, non forzatamente collegate a progetti di cooperazione con paesi meno avanzati.<sup>4</sup> Negli anni successivi questo tipo di interventi è stato ridimensionato e, dalla metà del decennio scorso, il compito è passato alla Manufactured Imports and Investment Promotion Organisation (Mipro). Questa organizzazione segue scopi di pubblico interesse e opera sia per agevolare le importazioni che per attrarre gli investimenti esteri. I fondi disponibili sono decisamente inferiori rispetto al passato e i servizi erogati sono di tipo informativo, formativo, consulenziale, inclusa l'organizzazione di missioni commerciali in collaborazione con le ambasciate e le Tpo presenti in Giappone.

Oltre al Giappone, svolgono attualmente attività per favorire le importazioni il Canada, i Paesi Bassi, la Svizzera, la Germania; alcuni paesi si sono dotati di strutture operative per erogare servizi reali e attuare programmi di sostegno, in collegamento con i rispettivi ministeri dell'economia e

\* Ice

- 1 Su questo tema cfr. Ocse, *Imports: improving productivity and competitiveness*, <http://www.oecd.org/trade/imports/improvingproductivityandcompetitiveness.htm>
- 2 Per esempio nel 2014 l'Agenzia Ice ha avviato un progetto riguardante le importazioni strategiche, per il quale ha individuato, mediante un'analisi preliminare, alcuni paesi in cui avviare delle collaborazioni (Brasile, Sudafrica e Iran). L'argomento è stato peraltro oggetto di uno studio già nel 1989, cfr. *L'importazione come fattore strategico*, (a cura di) Gola C. e Saraceno P., Databank e Istituto nazionale per il commercio estero.
- 3 Melchior, A., *Promoting Imports from Developing Countries: Commercial Profile or Development Assistance?*, The Royal Norwegian Ministry of Development Cooperation, febbraio 1988, p. 23.
- 4 Nel 1998 Jetro - che si considerava l'unica Tpo a portare avanti una politica di *import promotion* - destinava circa 180 milioni di dollari a questo tipo di attività; cfr. il discorso dell'allora vice presidente esecutivo Saburo Yuzuwa alla Second World Conference of Tpos, Santiago, Chile, 1998.

degli affari esteri. Tra i paesi emergenti merita un accenno la Cina, le cui attività si collocano nel quadro di una politica di import promotion di ampio respiro.

Il Canada persegue dal 1985 questo tipo di obiettivo attraverso un'organizzazione no-profit, il Trade Facilitation Office (Tfo), che opera sotto l'egida del Ministero degli Affari Esteri, Commercio e Sviluppo. L'ente offre una serie di servizi reali, in primo luogo agli esportatori dei paesi emergenti; tra i servizi gratuiti vi è l'accesso online a molte informazioni sul mercato canadese, inclusa una base dati di importatori. I servizi a pagamento comprendono l'organizzazione di seminari, di missioni commerciali, l'assistenza personalizzata, servizi di formazione e la possibilità di ricevere supporto per attuare progetti di sviluppo commerciale in collaborazione con controparti estere. Tramite il Tfo, che copre oltre 130 paesi e 22 settori, 1.400 importatori canadesi ricevono, ogni mese, 200 nuove offerte da fornitori esteri.

I Paesi Bassi hanno in questo ambito un'esperienza ancora più lunga, avendo istituito il Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (Cbi) fin dal 1971. Il centro opera in sintonia con la Netherlands Enterprise Agency e con il Ministero degli affari esteri e offre alle imprese dei paesi meno avanzati un articolato programma di sostegno. Questo è formato da differenti interventi di assistenza tecnica, tra i quali spiccano misure di formazione all'export (Export coaching), di sviluppo delle istituzioni (Institutional Development) e delle risorse umane (Human Resource Development). A questi programmi si affianca un servizio di informazione riguardante i mercati europei.

La missione del Cbi è duplice: da un lato si pone come soggetto che fornisce assistenza tecnica agli esportatori dei paesi emergenti, dall'altro come ente che aiuta le imprese europee<sup>5</sup> a individuare fornitori adeguati, dal punto di vista della qualità e affidabilità, in modo da agevolare i processi di outsourcing di prodotti e servizi.<sup>6</sup> Tra i servizi offerti è compreso l'accesso ad una base dati per l'individuazione delle controparti tra le centinaia di possibili fornitori, presenti nei mercati emergenti. Le attività svolte da Cbi riguardano 48 paesi emergenti e coprono 27 settori, suddivisi in 4 comparti (agricoltura, pesca e silvicoltura; beni di consumo; beni industriali e servizi).

In anni più recenti (2008) l'ente di promozione svizzero S-Ge (Switzerland Global Enterprise) ha attivato lo Swiss Import Promotion Programme (Sippo),<sup>7</sup> seguendo le direttive sulla cooperazione allo sviluppo del Segretariato di Stato per gli Affari Economici (Seco). Come nel caso dei Paesi Bassi, l'obiettivo è quello di fornire servizi per individuare imprese qualificate localizzate in alcuni paesi emergenti da mettere in contatto con importatori localizzati in Svizzera o nei paesi UE ed Efta.<sup>8</sup> Dal punto di vista settoriale, le attività riguardano i prodotti alimentari e non (tra cui prodotti tessili e prodotti in legno), beni a intensità tecnologica medio-alta (subfornitura industriale, sviluppo di software) e il turismo.<sup>9</sup>

Anche S-Ge prevede la realizzazione di attività promozionali, tra cui l'organizzazione di incontri tra esportatori esteri e importatori svizzeri (Direct Matchmaking Service), la partecipazione di importatori a manifestazioni fieristiche, l'organizzazione di missioni commerciali, oltre a fornire informazioni per accedere ai mercati europei. Gli interventi si svolgono a diversi livelli: il Systemic Market Development Approach comprende una serie di azioni a favore delle Pmi, il Country Pavilion mira a rafforzare le

<sup>5</sup> Va rilevato che dal 1991 possono rivolgersi al Cbi gli importatori aventi sede in tutti i paesi europei, cfr. Cbi, *Annual Report 2013*.

<sup>6</sup> Cbi, *A Good Match*, febbraio 2014.

<sup>7</sup> Nel 2012 i fondi ammontavano a circa 23 milioni di euro, cfr. Osec (attuale S-Ge), *Proposal for the Swiss Import Promotion Programme Sippo, Mandate Phase 2012-2015*, p. 18-20.

<sup>8</sup> Albania, Bolivia, Bosnia Erzegovina, Cambogia, Colombia, Egitto, Ghana, Indonesia, Kosovo, Macedonia, Perù, Serbia, Sud Africa, Tunisia, Ucraina e Vietnam <http://www.s-ge.com/switzerland/import/en/partner-countries>

<sup>9</sup> Osec (attuale S-Ge), *Proposal for the Swiss Import Promotion Programme Sippo*.



organizzazioni locali di promozione delle esportazioni mentre il Sippo Pavilion permette la partecipazione di esportatori stranieri alle fiere internazionali, all'interno degli stand Sippo. Nel 2012 anche la Germania ha istituito un Import Promotion Desk (Ipd) grazie all'intesa tra il Ministero della Cooperazione Economica e dello Sviluppo e Sequa gGmbH, un'organizzazione no-profit operativa nell'ambito della cooperazione, partecipata dalla rete delle camere di commercio all'estero e da varie associazioni industriali. Il desk è finanziato dal Ministero e, in collaborazione con Germany Trade and Invest (Gtai) e con l'associazione federale Bga,<sup>10</sup> mira a facilitare i contatti commerciali tra importatori tedeschi e fornitori esteri. L'ente offre servizi informativi sul mercato tedesco e su quello europeo (Market Observation) e anche servizi promozionali, come l'organizzazione di incontri con importatori tedeschi, la partecipazione a eventi fieristici, l'organizzazione di missioni commerciali (Market Access e Market Expansion). Offre inoltre servizi per formare le imprese che intendono esportare in Germania (Market Development). Nel caso tedesco la copertura settoriale e geografica è piuttosto limitata, in quanto le attività riguardano solo 7 paesi<sup>11</sup> e alcuni prodotti specifici, tra cui vari beni intermedi.<sup>12</sup>

Tra i paesi emergenti merita infine un accenno la Cina che, da vari anni, ha adottato una politica di import promotion di ampio respiro, volta in particolare a favorire l'acquisizione di tecnologia e il trasferimento di conoscenza. L'azione del governo prevede misure di vario tipo, incluse agevolazioni fiscali e finanziarie, dirette a promuovere, tra l'altro, le importazioni di macchinari tecnologicamente avanzati, di beni intermedi e di servizi in vari settori ritenuti strategici. Ne fanno parte l'informatica e le telecomunicazioni, l'aerospaziale, il biomedicale, con l'obiettivo esplicito di aumentare la produttività e la competitività delle imprese.<sup>13</sup>

Con riguardo ai servizi reali offerti dal governo, il Ministero del Commercio (Mofcom) mette gratuitamente a disposizione sul proprio sito un servizio di informazioni (World Importers Net) attraverso il quale gli esportatori possono consultare una banca dati di oltre 60.000 importatori cinesi, accedere a notizie su opportunità commerciali, ricevere informazioni mensili e anche ottenere un'assistenza online. Il ministero promuove anche attività di tipo promozionale, insieme al China Council for the Promotion of International Trade (Ccpit) e ad altri enti. Per esempio, congiuntamente all'amministrazione locale di Jiangsu, dal 2012 viene organizzata la China Import Expo (Cie), manifestazione fieristica che mira ad aumentare le importazioni delle imprese cinesi in settori quali la lavorazione del metallo e l'automazione, la protezione ambientale e i nuovi materiali, i brand e i beni di consumo.

In conclusione, da questa breve rassegna emerge che le politiche di import promotion non sembrano essere adottate in maniera diffusa dalle Tpo, o comunque non attraverso strutture dedicate. Tuttavia, quando presenti, la loro funzione è duplice: difatti, pur nascendo in genere come strumento rivolto alla cooperazione allo sviluppo, comprendono azioni di trade promotion dirette sì ad agevolare la partecipazione agli scambi internazionali degli esportatori di altri paesi ma, allo stesso tempo, emerge la tendenza ad adottare queste misure per migliorare la competitività delle proprie imprese.

- <sup>10</sup> Bundesverband für Großhandel, Aussenhandel und Dienstleistungen, l'associazione federale tedesca per il commercio all'ingrosso, il commercio estero e i servizi.
- <sup>11</sup> Colombia, Egitto, Etiopia, Indonesia, Kirghizistan, Perù e Tunisia.
- <sup>12</sup> Alimenti biologici e da produzione convenzionale; ingredienti alimentari naturali; ingredienti naturali per il comparto della farmaceutica e della cosmesi; legno tecnico.
- <sup>13</sup> La politica di sostegno alle importazioni è descritta nel documento *Opinions of the General Office of the State Council on Strengthening Import*, n.2014/49; il governo cinese pubblica inoltre periodicamente un elenco di prodotti le cui importazioni vanno incentivate (*Catalogue of Technology and Products Encouraged to Import*); aggiornato nel 2014, include oltre 200 tipi di tecnologie, 150 beni intermedi, 11 tipi di materie prime, con l'obiettivo di agevolare la competitività delle imprese e i trasferimenti di conoscenza.

#### 7.1.4 Regioni\*

Mentre proseguiva intensamente nel 2014 l'attività di sostegno e valorizzazione delle produzioni da parte di Regioni e Province autonome, un'ulteriore razionalizzazione e un riassetto delle azioni in materia di internazionalizzazione hanno avuto luogo in alcune di esse. Tutte sono state interessate dal processo di disegno e programmazione dei fondi europei per lo sviluppo, che ha comportato l'elaborazione di strategie di *specializzazione intelligente* e di internazionalizzazione, incentrate prevalentemente sui settori e le attività innovativi. Il perimetro della collaborazione tra amministrazioni centrali e territoriali si è esteso, già dai primi del 2014, a coprire le attività di comunicazione e sensibilizzazione tipiche del *Roadshow* per l'internazionalizzazione (vedi *supra*, paragrafo 7.1.1) e sono continuate le azioni previste dai progetti interregionali disegnati congiuntamente con Mse e Ice.<sup>19</sup> Alcune Amministrazioni hanno ulteriormente rafforzato la collaborazione con le Cciaa.

Un contributo decisivo alla comprensione delle strategie e delle attività messe in campo è offerto dai dati raccolti grazie al monitoraggio compiuto dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome in collaborazione con gli Assessorati regionali competenti e presentati nel seguito.<sup>20</sup> Fermo restando che i dati vanno letti e interpretati con riferimento a ciascuna regione, dal loro consolidamento a livello nazionale emerge che i fondi spesi nel 2014 dalle amministrazioni regionali per il sostegno all'internazionalizzazione sono ammontati a non meno di 84 milioni di euro, con una diminuzione di circa 4 milioni di euro rispetto al 2013 (tavola 7.13).<sup>21</sup> Piemonte, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Umbria, Lazio e Campania hanno visto la propria spesa aumentare nel 2014. In alcune regioni del Mezzogiorno si è invece verificato un brusco calo della spesa, dovuto con tutta probabilità a una soluzione di continuità nella disponibilità dei fondi UE, a seguito dell'introduzione di nuovi metodi e obiettivi derivante dalla programmazione europea 2014-2020.

\* Redatto da Marco Saladini. L'autore ringrazia la Conferenza delle Regioni e Province autonome, in particolare Giulia Pavese, Pamela Ciavoni e Rita Arcese, per la collaborazione prestata nella raccolta dei dati e le Amministrazioni regionali, per il materiale e i dati forniti.

- <sup>19</sup> Sull'evoluzione recente in materia di coordinamento verte uno degli approfondimenti del Rapporto, presentato al termine di questo paragrafo, che propone anche una comparazione tra Italia e altri paesi in merito.
- <sup>20</sup> Al monitoraggio hanno risposto 19 regioni e Province autonome su 21, con vario grado di aderenza alla metodologia stabilita e di copertura e coerenza dei dati nelle cinque dimensioni di analisi proposte, ovvero tipologia di iniziativa, settore merceologico, area geografica, enti esecutori e fonti di finanziamento. La rilevazione sconta numerose difficoltà in gran parte poste dalle differenti impostazioni, in termini organizzativi, amministrativo-contabili e di monitoraggio e valutazione interni, adottate da ciascuna regione.
- <sup>21</sup> I dati complessivi sul 2012 si riferiscono ai fondi stanziati, mentre quelli sul 2013 e 2014 si riferiscono ai fondi spesi; in entrambi i casi si tratta di stime in quanto il lavoro di raccolta è ancora in corso di perfezionamento.

**Tavola 7.13 - Attività di sostegno all'internazionalizzazione promossa dalle regioni**  
Milioni di euro e numero di iniziative

|                                    | Fondi stanziati |             |             | Tipologie di attività, anno 2014      |                     |   |                                      |                     |                                  |  |                             |
|------------------------------------|-----------------|-------------|-------------|---------------------------------------|---------------------|---|--------------------------------------|---------------------|----------------------------------|--|-----------------------------|
|                                    | 2012            | 2013        | 2014        | Partecipazione a fiere <sup>(1)</sup> | Seminari e workshop | Missioni di imprese italiane all'estero | Missioni di imprese estere in Italia | Corsi di formazione | Supporto all'investimento estero | Export manager e consulenze per l'internazionalizzazione | Altre attività promozionali |
| <b>Italia nord-occidentale</b>     | <b>19,7</b>     | <b>15,7</b> | <b>19,4</b> | <b>109</b>                            | <b>110</b>          | <b>20</b>                               | <b>5</b>                             | <b>153</b>          | <b>2</b>                         | <b>1</b>   | <b>10</b>                   |
| Piemonte                           | 2,2             | 1,8         | 2,5         | 69                                    | 104                 | 14                                      | 0                                    | 145                 | 0                                | 0  | 0                           |
| Valle d'Aosta                      | 0,5             | -           | -           | -                                     | -                   | -                                       | -                                    | -                   | -                                | -  | -                           |
| Lombardia                          | 16,1            | 12,9        | 15,9        | 33                                    | 3                   | 6                                       | 4                                    | 8                   | 2                                | 1  | 10                          |
| Liguria                            | 0,9             | 1,0         | 1,0         | 7                                     | 3                   | 0                                       | 1                                    | 0                   | 0                                | 0  | 0                           |
| <b>Italia nord-orientale</b>       | <b>26,3</b>     | <b>33,5</b> | <b>26,8</b> | <b>330</b>                            | <b>14</b>           | <b>19</b>                               | <b>16</b>                            | <b>5</b>            | <b>1</b>                         | <b>6</b>   | <b>13</b>                   |
| Trentino-Alto Adige <sup>(1)</sup> | 10,5            | 10,6        | 14,3        | 42                                    | 12                  | 10                                      | 7                                    | 4                   | 1                                | 6  | 1                           |
| Veneto                             | 4,0             | 1,0         | 0,4         | 3                                     | 2                   | 9                                       | 9                                    | 1                   | 0                                | 0  | 5                           |
| Friuli-Venezia Giulia              | 0,8             | 0,1         | 1,2         | 15                                    | 0                   | 0                                       | 0                                    | 0                   | 0                                | 0  | 7                           |
| Emilia-Romagna                     | 11,0            | 21,8        | 10,9        | 270                                   | -                   | -                                       | -                                    | -                   | -                                | -  | -                           |
| <b>Italia centrale</b>             | <b>21,9</b>     | <b>19,0</b> | <b>25,6</b> | <b>106</b>                            | <b>59</b>           | <b>13</b>                               | <b>42</b>                            | <b>97</b>           | <b>4</b>                         | <b>8</b>   | <b>74</b>                   |
| Toscana                            | 9,0             | 8,1         | 7,1         | 32                                    | 20                  | 0                                       | 21                                   | 84                  | 0                                | 1  | 71                          |
| Umbria                             | 2,5             | 2,3         | 2,6         | 34                                    | 25                  | 2                                       | 10                                   | 5                   | 3                                | 0  | 3                           |
| Marche                             | 10,3            | 6,4         | 4,5         | 34                                    | 4                   | 7                                       | 8                                    | 4                   | 1                                | 6  | 0                           |
| Lazio                              | 0,0             | 2,1         | 11,4        | 6                                     | 10                  | 4                                       | 3                                    | 4                   | 0                                | 1  | 0                           |
| <b>Mezzogiorno</b>                 | <b>33,5</b>     | <b>21,3</b> | <b>12,1</b> | <b>101</b>                            | <b>23</b>           | <b>15</b>                               | <b>16</b>                            | <b>2</b>            | <b>0</b>                         | <b>31</b>  | <b>13</b>                   |
| Abruzzo                            | 0,5             | 0,5         | 0,4         | 1                                     | 0                   | 1                                       | 3                                    | 0                   | 0                                | 0  | 0                           |
| Molise                             | 1,1             | -           | -           | -                                     | -                   | -                                       | -                                    | -                   | -                                | -  | -                           |
| Campania                           | 0,2             | 1,5         | 2,4         | 38                                    | 0                   | 0                                       | 0                                    | 0                   | 0                                | 0  | 0                           |
| Puglia                             | 9,7             | 6,2         | 6,0         | 12                                    | 15                  | 0                                       | 3                                    | 0                   | 0                                | 10   | 2                           |
| Basilicata                         | 3,6             | 3,0         | 1,2         | 5                                     | 7                   | 10                                      | 1                                    | 2                   | 0                                | 7  | 3                           |
| Calabria                           | 2,6             | 1,4         | 0,9         | 10                                    | 1                   | 4                                       | 4                                    | 0                   | 0                                | 0  | 0                           |
| Sicilia                            | 10,7            | 8,5         | 0,9         | 30                                    | 0                   | 0                                       | 5                                    | 0                   | 0                                | 0  | 0                           |
| Sardegna                           | 5,2             | 0,3         | 0,3         | 5                                     | 0                   | 0                                       | 0                                    | 0                   | 0                                | 14   | 8                           |
| <b>Totale regioni</b>              | <b>101,3</b>    | <b>89,4</b> | <b>83,9</b> | <b>646</b>                            | <b>206</b>          | <b>67</b>                               | <b>79</b>                            | <b>257</b>          | <b>7</b>                         | <b>46</b>  | <b>110</b>                  |

(1) Partecipazione a manifestazioni fieristiche organizzate dalla Regione o enti esecutori tranne che per Emilia Romagna, dove il dato si riferisce al numero di voucher assegnati alle imprese per la partecipazione ad eventi fieristici e Pa di Bolzano dove il dato si riferisce al numero di fiere cui le imprese che hanno ottenuto un voucher hanno partecipato.

Fonte: elaborazioni Ice su dati Conferenza delle regioni e delle province autonome.

Tornando al quadro nazionale, tra le tipologie di attività sembrerebbe aver prevalso, come in passato, la partecipazione a fiere. Seguono corsi di formazione e seminari e *workshop*. Lasciando da parte l'importante gruppo delle iniziative riguardanti più di un settore, tra i più importanti emergono turismo, agroalimentare, moda e sistema casa, con il resto delle iniziative distribuito su un ampio numero di altri settori, in funzione delle specializzazioni economico-produttive dei territori che le hanno animate. Tranne casi ancora isolati, l'iniziativa delle Regioni si è dunque focalizzata principalmente sul comparto primario, sui processi di trasformazione a esso legati e su parte del terziario e meno, per converso, sull'industria manifatturiera diversa da quella alimentare. Ancora tutto da verificare è il livello di importanza delle produzioni ad alta tecnologia nel portafoglio di attività di sostegno ma a una prima ricognizione l'importanza dei settori tipicamente a esse asso-



ciati appare piuttosto marginale. Ciò renderebbe ancora più pregnante il lavoro di valorizzazione della *specializzazione intelligente* che le Regioni si apprestano a compiere grazie alle risorse europee, come sopra ricordato. Sotto il profilo geografico, l'area di destinazione prevalente in termini di numero di iniziative è stata l'Europa, come nel 2013, seguita da Asia, Europa extra UE e America Settentrionale. Un significativo numero di iniziative non è stato ricondotto a un paese specifico.

Prima di passare alle informazioni specifiche su ciascuna regione, con particolare attenzione alla ventilazione delle iniziative realizzate per tipologie, settori e aree geografiche, si segnala che tra le informazioni di dettaglio, su attività, organizzazione e gestione del sostegno all'internazionalizzazione, si sono riportate solo quelle aggiuntive rispetto alle edizioni precedenti di questo Rapporto, cui si rinvia per ulteriori approfondimenti.

Tra le iniziative promosse dalla Regione **Piemonte** risaltano corsi di formazione, seminari e *workshop* e partecipazione a fiere. Dal punto di vista settoriale l'attività è stata distribuita in modo ampio, con una concentrazione maggiore su mezzi di trasporto e prodotti di consumo ed editoria. Altrettanto articolato appare la distribuzione per aree geografiche dell'attività, con un picco in corrispondenza dell'Asia.

Tutte le iniziative specifiche si sono collocate all'interno di un *Progetto integrato di filiera* (Pif) o di un *Progetto integrato di mercato*, tipologie previste dal *Piano strategico per l'internazionalizzazione* che è concordato e cofinanziato da Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte. La realizzazione di tali progetti, approvati annualmente dalle rispettive Giunte, è stata affidata a Ceipiemonte sspa, società *in house* della quale Regione Piemonte e Sistema camerale piemontese sono i soci principali, detenendo circa il 90 per cento del capitale, con il resto di proprietà di altri soci pubblici come ad esempio il Comune di Torino. Tuttavia nell'ambito dello stesso progetto vi è stata spesso un'interazione con altri soggetti attuatori, come ad esempio uffici Ice all'estero, o una partecipazione alle missioni collettive Ice od organizzate da Unioncamere nazionale.

A fine 2014 la Giunta regionale ha deliberato in materia di programmazione dei Pif.

Non si sono rese disponibili informazioni relative alle attività della Regione **Val d'Aosta** nel 2014.

Le principali tipologie di attività promozionale della Regione **Lombardia** risultano la partecipazione a fiere, i corsi di formazione e le missioni di imprese italiane all'estero. Sotto il profilo settoriale, ha riguardato il turismo oltre metà delle iniziative promozionali finanziate, mentre il comparto agroalimentare ha occupato una seconda posizione di rilievo e un'ampia gamma di altri settori ha contato per il resto. Verso l'Europa si è diretto più del 50 per cento delle iniziative svolte; altra destinazione di rilievo è stata l'Asia.

Più in particolare, per la promozione turistica i fondi di Regione Lombardia impegnati e spesi nel 2014 sono stati pari a 1,2 milioni di euro, cui vanno aggiunti 0,4 milioni stanziati dalle Cciaa per i progetti turistici nell'ambito dell'Accordo di programma (Adp), asse 2. Si è attuata la partecipazione a 29 fiere, 3 *workshop*, 4 *educational tour* e 6 corsi di formazione per gli operatori lombardi in aggiunta ad altre iniziative promozionali per un totale di 43 azioni. Per la promozione dei prodotti agroalimentari i fondi spesi sono stati pari a 0,1 milioni di euro cui si aggiungono 0,03 milioni di euro stanziati dalle Cciaa, sempre nell'ambito dell'AdP asse 2. Si sono realizzati una partecipazione a fiere, 3 missioni all'estero di imprese lombarde, 1 corso di formazione, 1 missione in Italia di *buyer* esteri, per un totale di 6 azioni con una partecipazione di 134 aziende.

Nel 2014 e prima metà del 2015 nuovi programmi regionali hanno interessato, con risorse specifiche, i settori turistico, anche in connessione con Expo 2015, alimentare e meccanico, in relazione in quest'ultimo caso alle opportunità in Messico e nei paesi del *North american free trade agreement*. La Regione ha inoltre deliberato misure di sostegno al sistema fieristico lombardo.

Nella Regione **Liguria**, nel 2014, tra le attività promozionali hanno prevalso la partecipazione a fiere e i seminari e *workshop*. I due settori nei quali si nota una maggiore concentrazione del numero di iniziative sono nautica e agroalimentare. Quasi due terzi hanno avuto come obiettivo paesi dell'Unione Europea e oltre un quarto gli Stati Uniti d'America. Le missioni istituzionali con la partecipazione di imprese organizzate dalla Regione nel periodo tra il 2011 e il 2014 hanno consentito di concludere o dare attuazione a protocolli di intesa, attività di *joint venture* e sviluppo di progetti di cooperazione, nonché di instaurare rapporti imprenditoriali e commerciali anche facendo leva sulle relazioni con le rappresentanze diplomatiche in Italia e italiane nei paesi esteri.

Le tipologie principali di attività del **Trentino-Alto Adige** sono state partecipazione a fiere, seminari e *workshop*, missioni di imprese estere in Italia, *export manager* e consulenze per l'internazionalizzazione.

La Provincia autonoma di **Bolzano** e l'Organizzazione export Alto Adige (Eos l'acronimo in lingua tedesca) della Camera di commercio di Bolzano mirano rispettivamente a sviluppare politiche di internazionalizzazione e a offrire servizi mirati di sostegno alle imprese del territorio. L'Eos si concentra su due filoni di attività, da un lato la ricerca di controparti commerciali e la consulenza nell'esportazione dall'altro il miglioramento e la diffusione dell'immagine dei prodotti di qualità dell'Alto Adige. Nel primo filone l'Eos ha erogato nel 2014 2.120 servizi, grazie al proprio reparto denominato *International trade support*. Nel secondo filone si sono registrate nel 2014 numerose iniziative pubblicitarie e promozionali dei prodotti tipici dei settori agroalimentari. I mercati di sbocco sono stati quelli europei e in particolare l'area di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera). In Polonia, Repubblica Ceca, Russia, Scandinavia, Belgio, Olanda, Lussemburgo e negli Stati Uniti d'America si è agito soprattutto nell'ambito di progetti europei.

Nel corso del 2014 la provincia autonoma di **Trento** ha completato il processo di riorganizzazione dei servizi a sostegno dei processi di internazionalizzazione delle imprese, delegati a Trentino Sviluppo, l'agenzia per lo sviluppo della Provincia autonoma. Le risorse complessive erogate a sostegno delle imprese trentine dall'operatore pubblico ammontano a circa 4 milioni di euro. Accanto alle singole tipologie di attività sono stati introdotti nella programmazione dei progetti integrati di mercato e di filiera. Tra le novità in materia di politiche di incentivazione, una particolare menzione merita l'introduzione di una misura di agevolazione finanziaria volta a favorire l'assunzione di giovani al di sotto dei 35 anni, dedicati a operare stabilmente nei mercati di destinazione per conto di imprese locali attive internazionalmente.

In termini di tipologia di attività nella Regione **Veneto** spiccano, per numero di iniziative, le missioni di imprese italiane all'estero e di imprese estere in Italia. Tra i settori *focus* appaiono in prima fila moda e sistema casa. Oltre il 60 per cento delle iniziative non sono classificabili per area geografica. Tra le rimanenti, emergono come destinazioni favorite Unione Europea, Medio Oriente e Asia.

Il programma promozionale del comparto manifatturiero per il 2014, adottato a giugno dello stesso anno e affidato come in passato dalla Regione a Veneto promozione, è in parte riferibile al progetto *Buy Made in Veneto* e in parte insiste su progetti in mercati ritenuti di particolare interesse quali Azerbaijan, Kazakistan, Kurdistan, Mongolia, Algeria ed Emirati Arabi Uniti. Nel settore occhialeria i mercati ritenuti prioritari sono quelli americano e cinese.

Le iniziative realizzate dalla Regione **Friuli-Venezia Giulia** sono state tutte plurisetoriali. Oltre l'85 per cento non è classificabile geograficamente, con il resto diretto verso Unione Europea e America Settentrionale.

Nel corso del 2014 è proseguita l'attività di collaborazione tra la Regione e gli enti e le istituzioni che a vario titolo promuovono e favoriscono i processi di internazionalizzazione delle imprese regionali. Di particolare importanza è il rapporto di collaborazione con il sistema camerale, che

ha svolto specifiche attività per conto della Regione. La Regione ha inoltre elaborato direttive per le proprie partecipate Finest spa, in materia di attività dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione (Sprint), e per Informest. Tra i progetti di maggiore rilievo approvati nel 2014 si ricordano *Start up ecosystem Fvg-Usa* e il progetto Waitc, volto a favorire la costituzione di un *cluster* trans-nazionale del settore dell'industria marittima e la creazione di un *network* tra i paesi della macroregione Adriatico-Ionica. In connessione con l'Esposizione universale del 2015, a Milano, sono state previste numerose attività, talune con componenti volte a favorire una maggiore esposizione verso controparti estere.

Le risorse della Regione **Emilia-Romagna** sono state in gran parte utilizzate per il finanziamento di contributi diretti o indiretti alle imprese, in particolare di piccole e medie dimensioni, e per l'avvio del programma straordinario per la partecipazione regionale all'Expo di Milano nel 2015.

I paesi verso i quali si è indirizzato prevalentemente l'intervento regionale sono in linea con le priorità già approvate e perseguite nel corso del 2012-13, ovvero i paesi emergenti, in particolare Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica (Brics) e dei nuovi paesi asiatici in via di rapido sviluppo. Si è prestata attenzione anche al mercato nordamericano, incluso il Messico, e ai più tradizionali mercati europei, significativi soprattutto per le micro e piccole imprese. I progetti di sistema, rivolti alla promozione di settori, filiere e territori regionali, sono stati finanziati tramite il bando approvato con la delibera della Giunta regionale (Dgr) 320 del 2014. Il bando ha permesso di supportare 15 dei 18 progetti presentati, con un contributo complessivo di oltre 1,2 milioni di euro a fronte di un investimento previsto di oltre 2,5 milioni. Il bando per il sostegno alla partecipazione fieristica, rivolto alle piccole e medie imprese singole o associate, approvato con la Dgr 824 del 2014 ha consentito il finanziamento di 241 imprese, l'83 per cento di quelle che hanno fatto domanda, con un contributo totale di 4,4 milioni di euro nel 2014. Anche nel 2014 è proseguita l'attività di promozione dell'internazionalizzazione del sistema fieristico regionale con l'approvazione e il cofinanziamento di 10 progetti relativi a manifestazioni fieristiche con qualifica internazionale, selezionati secondo quanto previsto dal bando approvato con la Dgr 409 del 2014, per un contributo totale di Euro 880.000.

Tra le tipologie di attività più utilizzate dalla Regione **Toscana**, in termini di numero di iniziative, emergono i corsi di formazione, la partecipazione a fiere, le missioni di imprese estere in Italia e i seminari e *workshop*. Sotto il profilo settoriale, circa il 40 per cento delle iniziative riguarda più settori, per il resto spiccano turismo, moda e agroalimentare.

Per la realizzazione delle attività di internazionalizzazione, programmate di anno in anno con apposite delibere in attuazione delle linee strategiche in materia, la Regione si avvale dell'Agenzia di promozione economica della Toscana, meglio conosciuta come Toscana promozione (Tp), ente pubblico costituito con la legge regionale 6 del 2000 a seguito di un accordo con Ice, Ente nazionale per il turismo e Unioncamere Toscana. Tra le attività svolte di recente da Tp si ricordano quelle a sostegno del comparto agroalimentare, del settore della nautica, con la creazione e comunicazione di una immagine distintiva in collaborazione con il Polo regionale di innovazione per la nautica, e dell'alta tecnologia, con la costruzione e comunicazione di *Toscana Tomorrow Lab* nei principali eventi relativi al settore. Tp ha inoltre supportato la Regione Toscana in occasione della sua partecipazione ad Expo 2015.

Tp ha infine realizzato iniziative volte a favorire l'attrazione di investimenti. Sono state realizzate attività di comunicazione, animazione e *capacity building* verso i comuni toscani dotati di Piani integrati di sviluppo urbano sostenibile, oltre a interventi di promozione di progetti di riqualificazione urbana e in settori avanzati e ad attività di *scouting* e *targeting*. Le fiere di settore e *road show* organizzati nel 2014 per la promozione di *Invest in Tuscany* hanno riguardato, tra gli altri, anche Giappone, Stati Uniti d'America, Francia, Germania, Paesi Arabi, Corea del Sud, Canada, India e Gran Bretagna. In quest'ambito è stato sottoscritto un protocollo d'intesa tra Regione

Toscana, Mse e Ice (vedi supra, paragrafo 7.1.3).

Particolare rilievo, tra le tipologie di iniziative della Regione **Umbria**, hanno assunto la partecipazione a fiere e i seminari e *workshop*. Agroalimentare, artigianato, moda e sistema casa sono stati i settori nei quali si è concentrato il maggior numero di iniziative. Oltre la metà di queste ultime ha riguardato paesi della UE, mentre altre concentrazioni di rilievo sono emerse in America Settentrionale e Asia.

Il Centro estero, nato da un'intesa tra Regione e Cciaa, nel 2014 ha attuato un programma promozionale che ha visto la partecipazione di 600 imprese a circa 70 manifestazioni, con un investimento complessivo di circa 3 milioni di euro. Sono stati incentivati percorsi di aggregazione funzionale e di innovazione del prodotto, nell'ambito di un'adeguata strategia di *marketing* territoriale. Nei primi rientrano le azioni *cluster*, di supporto alla creazione di reti e *network* di imprese nei settori prioritari del sistema produttivo umbro, dotate di risorse per 1,4 milioni di euro. Sono inoltre state previste azioni di sistema, aventi carattere internazionale e realizzate sulla base di specifiche intese, programmi e/o progetti promossi da Maeci e Mse, con una dotazione di 0,2 milioni di euro.

La Regione ha favorito con appositi bandi per l'erogazione di contributi mirati, la partecipazione in forma aggregata delle Pmi umbre a iniziative comuni di internazionalizzazione che prevedano attività promozionali, fieristiche, di cooperazione commerciale e di sostegno alla qualità dell'export umbro.

In termini di numero di iniziative della Regione **Marche**, la partecipazione a fiere ha assunto un rilievo particolarmente importante, seguita a grande distanza dalle missioni di imprese estere in Italia e italiane all'estero. Il 38 per cento delle iniziative ha riguardato più di un settore; nel gruppo delle rimanenti spiccano agroalimentare, turismo e moda. Circa un quarto delle iniziative non può essere classificato geograficamente, laddove ciò è stato possibile emergono Asia ed Europa extra UE.

Più in particolare, le attività programmate nel 2014 sono riconducibili a due macro categorie, da un lato quelle di sistema, quali analisi dei mercati, bandi per l'assegnazione di *voucher* e per il finanziamento dei consorzi per l'Internazionalizzazione, sportello di assistenza, partecipazione alle fiere, attrazione degli investimenti, formazione e comunicazione, dall'altro lato quelle di area, quali l'esplorazione di nuove aree e paesi, le missioni di imprese estere in Italia, i *roadshow*, i progetti speciali e i punti di assistenza tecnica alle imprese. Sono state altresì programmate e realizzate azioni di sostegno alla promozione diretta delle imprese e di formazione sui processi di internazionalizzazione.

I due documenti fondamentali per l'attività della Regione sono il *Programma esecutivo annuale degli interventi di internazionalizzazione per l'anno 2014* e il *Piano integrato per l'internazionalizzazione e la promozione all'estero* anni 2013-2015. In base a quanto stabilito dal primo, tra i paesi e le aree ritenuti di maggiore importanza dalla Regione e fatti dunque oggetto, di azioni di sostegno plurisetoriale sono stati inclusi Cina, Russia e paesi dell'ex-Unione delle Repubbliche socialiste sovietiche, Africa Mediterranea, Subsahariana e Centro-Occidentale, Argentina, Brasile e area del Mercosur, Stati Uniti e Nord America, Emirati Arabi Uniti e Penisola Araba. In coerenza con gli obiettivi individuati nel secondo documento, la Regione Marche ha aderito a 4 degli 11 progetti interregionali realizzati d'intesa e in cofinanziamento con Mse e Ice. La promozione sul territorio europeo è stata ricompresa nelle attività dello Sprint e svolta in collaborazione con l'ufficio di Bruxelles di Unioncamere nazionale.

Nelle attività di studio, di *scouting* e di sviluppo dell'internazionalizzazione verso aree e paesi emergenti, è stata data priorità alle esigenze di sviluppo dei rapporti economici con l'estero delle micro, piccole e medie imprese (Mpmi) e delle imprese dei comparti turistico e agroalimentare. Dal 2014 la promozione agroalimentare è stata inserita nell'ambito della promozione integrata del sistema regionale delle Mpmi.

Nell'ottobre 2014 si è svolta nelle Marche la *Convention* mondiale delle Camere di commercio italiane all'estero.

La Regione ha affidato alcune delle attività sopra descritte al sistema regionale delle camere di commercio. Fra esse si ricorda la gestione del sostegno di iniziative di commercializzazione del prodotto marchigiano legate anche al turismo, per la quale è stato definito un quadro delle attività, finanziando attività di partecipazione alle fiere e agli altri eventi promozionali in programma, con particolare riferimento al coinvolgimento delle micro e piccole aziende. Le attività e il livello di efficacia e di soddisfazione sono stati costantemente monitorati. Altre attività sono state affidate ad aziende specializzate presenti nella Regione, previa selezione.

Seminari e *workshop* hanno rappresentato la tipologia di iniziativa più frequente da parte della Regione **Lazio**, seguiti da partecipazione a fiere e missioni di imprese italiane all'estero. Tra i settori maggiormente in rilievo sono compresi agroalimentare e aerospazio, mentre un quinto circa delle iniziative non ha potuto essere classificato sotto questo profilo. Oltre un quarto delle iniziative ha avuto come obiettivo il Nord America, altrettante non sono state classificate geograficamente, infine un sesto ha riguardato l'Asia.

La principale tipologia di attività della Regione **Abruzzo** è rappresentata dalle missioni di imprese estere in Italia. Tra i settori è emersa la moda, tra le aree geografiche il *focus* è stata l'Europa, UE ed extra UE.<sup>22</sup>

Ad aprile 2014 è stato approvato il nuovo *Programma promozionale unico regionale per l'internazionalizzazione delle imprese*.

Non si sono rese disponibili informazioni relative alle attività della Regione **Molise** nel 2014.

La Giunta regionale ha deliberato in materia di tirocini per i processi di internazionalizzazione e di azioni istituzionali per l'internazionalizzazione delle imprese, rispettivamente a luglio 2014 e a gennaio 2015.

Tra i settori della Regione **Campania** spiccano agroalimentare, con più di un terzo del numero di iniziative, e moda, con più di un quinto. Metà delle iniziative ha riguardato paesi della UE, un terzo quelli europei non UE.

Nel 2014 la Regione ha incentivato partecipazioni collettive di imprese campane a un evento a regia regionale e a eventi fieristici e promozionali in tutti i settori del *made in* Campania, in Stati Uniti d'America, Inghilterra, Francia, Cina, Russia e Spagna.<sup>23</sup>

Sotto il profilo settoriale, la Regione ha svolto attività di promozione dei settori più innovativi e verso i mercati più vantaggiosi per l'economia campana, senza trascurare interventi per migliorare il posizionamento internazionale dei settori tradizionali del *made in* Campania.

In aggiunta a quanto previsto dalle Linee guida per l'internazionalizzazione della Regione Campania, approvate nel 2013, a fine 2014 è stato varato il progetto *Promozione del made in Campania*, nell'ambito del *Piano operativo regionale* a valere su risorse del Fondo europeo per lo sviluppo regionale (Fesr) per il periodo 2007-13, obiettivo operativo 2.6 Apertura internazionale. In seguito è stato approvato il calendario promozionale per i primi sei mesi del 2015 ed è stato approvato un rifinanziamento del *Piano*. A marzo del 2015 risultavano approvati e realizzati 12 eventi a titolarità regionale e 2 progetti paese.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Un interessante riepilogo delle attività svolte in tempi recenti è contenuto nella pubblicazione *Le iniziative per l'internazionalizzazione in Regione Abruzzo*, consultabile alla pagina Internet [www.abruzzo4export.it/wp-content/uploads/2015/05/Pubblicazione\\_Iniziativa-internazionalizzazione-Regione-Abruzzo.pdf](http://www.abruzzo4export.it/wp-content/uploads/2015/05/Pubblicazione_Iniziativa-internazionalizzazione-Regione-Abruzzo.pdf)

<sup>23</sup> Si definiscono a regia regionale gli interventi che, a seguito di atto amministrativo di programmazione (delibera della Giunta Regionale) o bando della Regione, sono appaltati da enti pubblici sulla base di un provvedimento amministrativo di delega.

<sup>24</sup> Si definiscono a titolarità regionale gli interventi appaltati o realizzati sotto la diretta responsabilità degli uffici regionali.

Seminari e *workshop* e partecipazione a fiere sono state le principali tipologie di iniziative effettuate dalla Regione **Puglia**. Tra i settori spiccano sistema casa, aerospazio e industria creativa mentre un sesto delle iniziative ha riguardato più di un settore. Sei iniziative su sette hanno riguardato paesi della UE. È stata significativa l'importanza, all'interno delle attività svolte, della collaborazione con l'Ice per l'attuazione del *Piano export sud* (vedi *supra*, paragrafo 7.1.3).

Il *Programma regionale di promozione dell'internazionalizzazione* per il 2013-2014 ha fatto da cerniera tra gli obiettivi e gli orientamenti strategici del ciclo di programmazione UE 2007-2013 e quelli del ciclo 2014-20. La nuova strategia, imperniata sullo sviluppo intelligente, inclusivo e sostenibile dei territori, è stata declinata nel caso della Puglia grazie a un percorso partecipato e condiviso di definizione della *Smart specialization strategy* intrapreso dalla Regione. In linea con tale nuova visione prospettica, si è ritenuto opportuno proporre un nuovo modello di intervento a sostegno dei processi di internazionalizzazione dei sistemi produttivi pugliesi, che si focalizzi sulla promozione delle specializzazioni intelligenti presenti sul territorio. I settori ritenuti prioritari a tale scopo sono manifattura sostenibile (fabbrica intelligente, aerospazio e meccatronica), salute dell'uomo e dell'ambiente (*green e blue economy*, agroalimentare, beni culturali e turismo) e comunità digitali, creative e inclusive (industria culturale e creativa, servizi, *social innovation, design*).

Le molteplici attività realizzate hanno comportato la partecipazione di oltre 1.000 operatori e il coinvolgimento di 12 distretti produttivi e tecnologici pugliesi.

Nella Regione **Basilicata** tra le iniziative hanno prevalso missioni di operatori italiani all'estero ed esteri in Italia, seminari e *workshop* nonché *export manager* e consulenze. Sei iniziative su sette hanno riguardato il settore del turismo, con l'agroalimentare a occupare una seconda posizione piuttosto residuale. Tre quarti delle iniziative si sono focalizzate sui paesi dell'Unione Europea, una su dieci sui restanti paesi europei.

Le iniziative più numerose della **Regione Calabria** sono state le partecipazioni a fiere, seguite dalle missioni di imprese italiane all'estero e di imprese estere in Italia. Il comparto agroalimentare ha assorbito oltre due terzi delle iniziative, seguito a grande distanza da sistema casa e nautica. Un'iniziativa su due ha riguardato paesi della UE, una su quattro paesi asiatici e una su dieci mediorientali.

Nel 2014 l'attività di sostegno all'internazionalizzazione è proseguita secondo quanto previsto dal *Programma Calabria internazionale* e dai *Piani esecutivi annuali* del 2013, come in passato a valere su fondi comunitari. Con la fine del 2015 verranno a definitiva scadenza i fondi UE del ciclo 2007-2013. Perché le attività possano continuare sarà necessario avviare dunque il nuovo programma a valere sui fondi UE del ciclo 2014-2020.

A quanto già attuato in precedenza nel 2014-2015 si sono aggiunti progetti-paese riguardanti Brasile, Corea ed Emirati Arabi Uniti, progetti incentrati sull'innovazione tecnologica in Svizzera e Canada e azioni in congiunzione con Expo 2015. La partecipazione alle fiere è stata curata da Unioncamere in qualità di soggetto attuatore. La Regione Calabria ha aderito a tre Progetti Interregionali cofinanziati da Regioni e Mse e attuati dall'Ice, segnatamente in Russia nel settore lusso, in India nel settore agroalimentare e in Cina nel settore energie rinnovabili.

Le azioni realizzate hanno visto il coinvolgimento di circa 300 aziende calabresi. Guardando più in dettaglio ai settori interessati dalle iniziative emergono, oltre ad agroalimentare, anche innovazione tecnologica, turismo, artigianato d'eccellenza, arredo casa, abbigliamento ed energia e ambiente.

Le iniziative nella Regione **Sicilia** si sono concentrate nella partecipazione a fiere. Un terzo ha riguardato il comparto agroalimentare e un quarto l'artigianato seguiti da sistema moda e

sistema casa e nautica. Quasi tre quarti delle iniziative si è concentrato sui paesi della UE mentre il resto ha avuto come destinazione il Medio Oriente e l'Asia.

Nella Regione **Sardegna** la distribuzione delle iniziative ha riguardato numerosi settori, tra i quali emergono agroalimentare, elettronica, elettrotecnica e informatica, sistema casa e materiali per l'edilizia. Quasi due terzi delle iniziative non è attribuibile ad alcun paese. Le altre si sono focalizzate principalmente su paesi della UE e dell'Africa.

Alle misure già avviate in precedenza, ovvero *voucher* per la promozione delle Pmi sui mercati esteri e azioni di supporto all'internazionalizzazione delle Pmi in forma singola o in forma aggregata si sono aggiunti, sempre a valere sulle risorse del Programma operativo Fesr Sardegna 2007-2013, i contributi per la partecipazione delle Pmi sarde a Expo 2015. Si è inteso valorizzare la convergenza tra i temi tipici dell'Expo e alcune caratteristiche della Sardegna. Oltre alle produzioni di qualità del settore agro-alimentare, la Regione ha voluto evidenziare i temi della qualità della vita, dell'innovazione sostenibile e della longevità.



# I rapporti tra stato e regioni nelle politiche di sostegno all'internazionalizzazione\*

## 1. La sfida della riforma costituzionale

Da aprile 2014 è nota l'intenzione del Governo di riportare la materia del commercio con l'estero tra quelle attribuite alla cura dello Stato, laddove la legislazione oggi vigente l'aveva collocata nel gruppo a competenza concorrente. Ciò dovrebbe avvenire nel quadro di una più ampia modifica della Costituzione italiana che introdurrà una nuova ripartizione delle competenze tra Amministrazioni centrali e territoriali anche in molte altre materie.<sup>1</sup>

Lo scopo del presente articolo è duplice. Da un lato intende documentare quali sono le interazioni, a legislazione invariata, tra Stato italiano e Regioni in materia di politiche di sostegno all'internazionalizzazione, sullo sfondo di una breve rassegna comparativa e degli spunti di riflessione che da essa possono trarsi sull'esperienza italiana.<sup>2</sup> Dall'altro vuole tracciare un quadro delle implicazioni e delle opportunità che la riforma porterà con sé qualora fosse definitivamente approvata.

Nel 2001 la riforma del titolo V della Costituzione affidò alle Regioni, tra le altre, la competenza concorrente in materia di commercio con l'estero. Da allora numerosi provvedimenti legislativi e regolamentari e ancor più numerosi piani di intervento e prassi operative adottati sia dallo Stato sia dalle Regioni, anche riferiti a norme e programmi dell'Unione Europea e a trattati internazionali, hanno dato impulso all'intervento del settore pubblico a sostegno di quello privato nel processo di internazionalizzazione. In parallelo con l'evoluzione normativa, cominciata ben prima della riforma del 2001, è venuta determinandosi un'evoluzione organizzativa, con una separazione dei due piani di intervento, locale e nazionale, già adombrata dal parziale fallimento di esperienze di collaborazione pure foriere di risultati talora interessanti, come gli sportelli regionali per l'internazionalizzazione o le convenzioni tra Mse e Regioni per l'attuazione di piani promozionali congiunti. Tale evoluzione è culminata con la chiusura delle sedi regionali dell'Ice, avvenuta nel 2013. Nel biennio 2013-2015, a Roma grazie all'impulso di diverse amministrazioni centrali si è ingegnerizzato un rilancio del sistema nazionale, sia sul versante dei servizi reali sia su quello dei servizi finanziari, con risorse potenziate e nuovi programmi di attività. Si è inoltre varata una struttura di coordinamento, la Cabina di regia per l'Italia internazionale, competenze e attività della quale sono state trattate a più riprese in questa e altre edizioni del Rapporto.<sup>3</sup> Al contempo Regioni e Province autonome hanno perfezionato l'articolazione del proprio intervento di sostegno, adottando leggi quadro e programmi annuali e pluriennali, creando agenzie di sviluppo territoriale fortemente impegnate sul versante dell'internazionalizzazione, rinsaldando i propri legami con l'altro importante attore territoriale, le Camere di commercio, industria, artigianato e

\* Redazione a cura di Leopoldo Gudas, Ice, per il paragrafo 2 e di Marco Saladini, Ice, per i paragrafi 1, 3 e 4.

- <sup>1</sup> Disegno di legge di riforma costituzionale 1429 presentato dal Governo al Senato, trasmesso alla Camera dei Deputati dove ha assunto il numero 2613, intitolato "Disposizioni per il superamento del bicameralismo paritario, la riduzione del numero dei parlamentari, il contenimento dei costi di funzionamento delle istituzioni, la soppressione del Cnel e la revisione del titolo V della parte II della Costituzione"
- <sup>2</sup> Per brevità in quanto segue si userà la locuzione Regioni per identificare tutte le Regioni, a statuto ordinario e speciale, nonché le Province autonome di Trento e Bolzano.
- <sup>3</sup> Per una ricostruzione dell'evoluzione degli strumenti di coordinamento antecedenti alla Cabina di Regia accompagnata da alcune proposte di riforma si veda C. Castelli La multilevel-governance del sostegno all'internazionalizzazione, nell'edizione 2011-12 di questo Rapporto.



agricoltura, e con la sua istanza di coordinamento a livello regionale e nazionale, l'Unioncamere. Hanno altresì attivamente ricercato un coordinamento politico e operativo in seno alla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, in un apposito tavolo di confronto. Le Camere di commercio italiane all'estero hanno rappresentato un altro canale di contatto tra mercati esteri e realtà locali italiane, in quanto animate da comunità imprenditoriali italiane talora legate a specifici ambiti territoriali della penisola.

Fin qui si è tentata una rapida e necessariamente incompleta rappresentazione della situazione, che nonostante la sua complessità ha a più riprese attratto l'attenzione di commentatori, studiosi e politici, spesso arroccatisi su posizioni di totale accettazione o rigetto dell'esistente. L'ultima parola spetterà, come d'uopo, al legislatore.

Quel che raramente si è evidenziato è come l'evoluzione descritta testimoni di una fortissima crescita della consapevolezza, a tutti i livelli della pubblica amministrazione italiana, di un profondo bisogno delle imprese di aumentare la competitività delle imprese sui mercati internazionali e dia atto dell'ampliamento, conseguenza diretta di tale bisogno, delle risorse umane, strumentali e finanziarie dedicate a tale scopo, perlomeno fino a tutta la prima decade del nuovo secolo. Il sistema pubblico si è dunque arricchito di professionalità e punti di accesso, in Italia e all'estero, e ciò ha con tutta probabilità avuto un ruolo nella forte elasticità mostrata dal sistema imprenditoriale nel riposizionarsi sui mercati esteri durante gli anni della crisi. In quel contesto non ha certo aiutato la temporanea chiusura dell'Ice: ma sul punto si potrà tornare in altra sede. Qui preme sottolineare che la posta in gioco dell'evoluzione futura del sistema di sostegno è alta e riguarda l'opportunità che le imprese italiane possano continuare ad avvalersi in modo efficace ed efficiente di strutture e addetti, che nelle diverse amministrazioni centrali e territoriali svolgono un lavoro di sostegno, anche dopo che la riforma costituzionale sarà entrata in vigore. L'ipotesi di un azzeramento delle istanze locali a seguito di un'interpretazione restrittiva delle nuove norme è remota ma è circolata a più riprese fin dagli anni novanta. A essa si contrappone l'ipotesi di una sinergia che, facendo leva sulle nuove regole costituzionali, consenta di incamerare il dividendo per il sistema italiano che le tendenze sopra descritte sono in grado di generare, grazie all'evidente complementarità tra una rete, quella creata dalle amministrazioni territoriali, che è vicina per definizione alle imprese e una, quella appartenente alle amministrazioni centrali, che da lungo tempo presidia direttamente i mercati esteri. È opinione di chi scrive che per poter trarre la massima utilità dal patrimonio rappresentato dal lavoro di sostegno finora svolto, documentato tra gli altri anche da questo Rapporto, occorra innanzitutto conoscerlo e valutarne la portata e l'efficacia. Solo partendo da questa base si potrà metter mano alla problematica della multilevel governance trovando soluzioni adeguate alle esigenze di imprese, istituzioni e cittadini.

## 2. Il sistema di multilevel governance di alcuni paesi europei

Il coordinamento verticale delle politiche di internazionalizzazione ha trovato diverse modulazioni all'interno dei principali stati europei alla luce delle loro diverse peculiarità storiche e giuridiche. Nel caso della **Spagna** la prima demarcazione è sancita all'interno del Titolo VIII della Costituzione, che individua da un lato il commercio estero come una delle materie di competenza esclusiva dello Stato centrale<sup>4</sup> e dall'altro riconosce alle Comunità autonome<sup>5</sup> (Ccaa) la promozione dello sviluppo

<sup>4</sup> Competenza esclusiva dello Stato Centrale ex articolo 149 comma 1 punto 10 "Regime doganale e tariffario; Commercio estero".

<sup>5</sup> Comunidades autonomas.



economico locale all'interno di quanto stabilito dalla politica economica nazionale.<sup>6</sup>

A seguito della crisi economica, con la legge 14 del 2013, è stato introdotto il Piano strategico di internazionalizzazione dell'economia spagnola, con l'intento di migliorare la competitività e massimizzare il contributo del settore alla crescita e alla creazione di posti di lavoro.<sup>7</sup> Il Piano ha una durata biennale e deve essere approvato dal Consiglio dei Ministri su proposta del Ministero dell'Economia e competitività (Mineco) per poi essere inviato alle Camere.<sup>8</sup>

Il Mineco elabora il Piano alla luce di quanto stabilito dal Gruppo interministeriale di sostegno alla internazionalizzazione delle imprese spagnole e con la partecipazione del settore privato e delle Comunità autonome.

In questo quadro generale subentra il tema del coordinamento tra i vari attori che si occupano del tema dell'internazionalizzazione. Per attuarlo è stato istituito nel maggio del 2006 il Consiglio interterritoriale di internazionalizzazione (Cii).<sup>9</sup> Al Cii partecipano il Mineco, le Ccaa, le camere di commercio, la confederazione spagnola delle organizzazioni imprenditoriali (Ceo) e l'Icex España Exportación e Inversiones (Icex), l'agenzia governativa che si occupa di promozione del commercio e di attrazione degli investimenti. Le riunioni del consiglio si svolgono con cadenza semestrale e sono ospitate e presiedute a rotazione dalle diverse Ccaa con l'obiettivo di coordinare tutte le strategie di sostegno alla internazionalizzazione dei differenti organismi e istituzioni.

A partire dal 2012, nell'ottica dell'efficientamento delle risorse sostenuta dal governo, è stato intrapreso un percorso di integrazione della rete di uffici creati all'estero dalle Ccaa all'interno di quella nazionale.<sup>10</sup>

In **Francia** il coordinamento verticale sconta una divisione amministrativa particolarmente articolata testimoniata dalla presenza di regioni, dipartimenti, arrondissements, cantoni e comuni. Sebbene a livello generale la responsabilità politica in ambito economico e sociale sia una prerogativa del governo centrale, alle regioni è riconosciuto il potere di intervento in materia economica al fine di favorire lo sviluppo locale.

La legge cardine riguardante la decentralizzazione risale al 1982.<sup>11</sup> Negli ultimi anni tre sono stati i provvedimenti legislativi di maggior rilievo: la legge Costituzionale 276 del 2003,<sup>12</sup> la legge 809 del 2004<sup>13</sup> e il decreto 1.377 del 2009. La prima ha introdotto alcuni elementi fondamentali come il principio di sussidiarietà e l'autonomia finanziaria, la seconda ha trattato il tema dello sviluppo economico locale e l'ultimo ha determinato la creazione delle Direzioni regionali delle imprese, la concorrenza, il consumo, il lavoro e l'occupazione (Direccte).<sup>14</sup>

La creazione delle Direccte, sotto la duplice tutela del Direzioni regionali delle imprese, della concorrenza, il consumo, il lavoro e l'occupazione Ministero del Lavoro, dell'occupazione, della

- <sup>6</sup> Competenza delle Comunità autonome: ex articolo 148 comma 1 punto 13 "La promozione dello sviluppo economico della Comunità autonoma all'interno degli obiettivi prefissati dalla politica economica nazionale".
- <sup>7</sup> Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.
- <sup>8</sup> Ministerio de Economía y Competitividad.
- <sup>9</sup> Consejo Interterritorial de Internacionalización.
- <sup>10</sup> Attualmente risultano aver aderito 12 Ccaa.
- <sup>11</sup> La loi 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions.
- <sup>12</sup> La loi constitutionnelle du 28 mars 2004 relative à l'organisation décentralisée de la République.
- <sup>13</sup> La loi du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales.
- <sup>14</sup> Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi.

formazione professionale e del dialogo sociale<sup>15</sup> e del Ministero dell'Economia e delle finanze<sup>16</sup>, ha permesso l'accorpamento di otto precedenti direzioni, tra le quali la Direzione regionale del commercio con l'estero, introducendo un nuovo sistema di sviluppo delle politiche su due livelli, uno di controllo, a livello regionale, e uno di attuazione, a livello dipartimentale. Nell'ambito di interesse delle Directte rientrano le tematiche legate allo sviluppo economico locale, al sostegno alle imprese e ai poli di competitività.

In questo quadro il coordinamento verticale tra lo Stato centrale e Regioni avviene attraverso degli accordi di durata settennale concernenti la programmazione e il finanziamento di determinati progetti ritenuti strategici.<sup>17</sup> Invece a livello orizzontale le Regioni si coordinano all'interno dell'Associazione delle Regioni di Francia (Arf),<sup>18</sup> dove è presente una commissione dedicata allo sviluppo economico.

La programmazione e il coordinamento generale in materia sta vivendo l'ultima fase di un processo di riorganizzazione iniziato nel 2012 che ha portato alla creazione di nuovi organi di consultazione della presidenza e del governo francese,<sup>19</sup> tra cui: il Consiglio strategico per l'attrattività<sup>20</sup> (Csa) presso l'Eliseo, il Forum Pmi,<sup>21</sup> il Consiglio strategico dell'esportazione<sup>22</sup> (Cse) e Business France, nuova agenzia di promozione dell'esportazioni e attrazione degli investimenti francese che raccoglie l'eredità di Ubifrance e Invest in France.

Attualmente a livello governativo svolge un ruolo chiave la figura del Segretario di Stato per il commercio estero che ha presieduto la prima manifestazione del Forum Pmi e del Cse, oltre ad aver presentato il Piano d'azione per il rafforzamento dell'internazionalizzazione delle imprese.<sup>23</sup> Il Forum Pmi punta a sostenere le imprese nel loro processo di internazionalizzazione attraverso il coordinamento di tutti gli attori interessati, sia privati sia pubblici. In quest'ottica è prevista la sua istituzione in ciascuna delle future tredici regioni.

Il Cse, inaugurato nel marzo del 2015, si riunisce quattro volte l'anno con il compito di inviare le proprie raccomandazioni al direttore generale e al Consiglio di amministrazione di Business France sul tema delle esportazioni.

L'ultimo collegamento avviene a livello operativo grazie all'attività di Business France. Essa nei prossimi mesi dovrebbe stipulare accordi con regioni ed enti locali sulla falsariga di quanto già intrapreso con l'associazione delle camere di commercio francesi e con quella delle camere di commercio francesi all'estero.

In **Germania** la legge fondamentale prevede una forma federale basata su sedici differenti Länder con ampia autonomia legislativa e amministrativa. Sebbene al suo interno la politica estera venga riservata in via esclusiva allo Stato federale, i Länder possono avere una propria politica commerciale internazionale a patto di rispettare alcune limitazioni, come ad esempio il divieto di concludere accordi con altri Stati se non previa approvazione del governo centrale.<sup>24</sup>

<sup>15</sup> Ministère du Travail, de l'Emploi et du Dialogue social.

<sup>16</sup> Ministère de l'Économie et des Finances.

<sup>17</sup> Contrat de projets État-Région (Cper).

<sup>18</sup> Association des Régions de France.

<sup>19</sup> Redonner de la compétitivité aux entreprises L'offensive pour l'export.

<sup>20</sup> <http://www.gouvernement.fr/action/l-offensive-pour-l-export>.

<sup>21</sup> Conseil stratégique de l'attractivité. Si menziona qui il Csa per completezza d'informazione, anche se l'attività dell'organo non riguarda il coordinamento tra amministrazioni centrali e territoriali.

<sup>22</sup> Forum PME.

<sup>23</sup> Conseil stratégique de l'export.

<sup>24</sup> Gunlics A. (2003), *The Länder and German federalism*, Manchester, Manchester University Press, pp. 377-378.



*Il sistema tedesco per la promozione del commercio estero si basa su tre pilastri. Il primo è il Ministero federale degli Affari economici ed energia (BMW<sup>25</sup>), che svolge un ruolo cardine a livello centrale stilando le politiche federali, coordinando quelle degli altri soggetti, come i Länder, e controllando l'organizzazione per la promozione del commercio, German Trade and Investment (Gtai). Il secondo è rappresentato dalla rete formata dalle rappresentanze diplomatiche e consolari (circa 229) e quindi dal Ministero federale degli Affari esteri (AA),<sup>26</sup> mentre l'ultimo pilastro è costituito dalla rete delle camere di commercio estere tedesche (Ahk) composte da circa 120 membri in più di 80 paesi. Il BMWi svolge il suo ruolo di coordinamento dei programmi promozionali anche attraverso le riunioni semestrali di un comitato, il Bund-Länder Ausschuss Aussenwirtschaft, composto dal Governo e dai vari Stati federati.*

*Nel Regno Unito, invece, il tramite del coordinamento verticale delle politiche di promozione del commercio estero è lo United Kingdom Trade & Investment (Ukti), l'agenzia governativa di promozione del commercio estero e attrazione investimenti.*

*Lo Ukti, oltre al compito svolto dai suoi International Trade Adviser (ITA) sul territorio, possiede 9 uffici regionali nel Regno Unito, che lavorano a stretto contatto con le camere di commercio locali, e le Local enterprise partnership (Lep), che suscitano particolare interesse. Sono partnership a base volontaria tra le autorità locali e le imprese, istituite in seguito dell'abolizione delle agenzie di sviluppo regionale. In tutto sul territorio britannico se ne contano 39; a esse è stato affidato il compito di individuare le priorità economiche locali e intraprendere iniziative per promuovere la crescita, anche attraverso un sostegno alle imprese nel loro processo di internazionalizzazione.*

### 3. Raffronto con il sistema italiano

*Quali sono le caratteristiche comuni dei sistemi di multilevel governance finora esaminati e cosa si può dedurre dal raffronto tra essi e il sistema italiano?*

*A. In tutti e quattro i sistemi esiste, come in Italia, più di un livello al quale si espleta l'azione pubblica di sostegno all'internazionalizzazione. Ciò potrebbe indurre a ritenere possibile una composizione di quanto programmato e realizzato ai diversi livelli anche in Italia, qualora ciò venga davvero ritenuto utile. Il condizionale è d'obbligo, dato che ad oggi le azioni congiunte sono di fatto una minoranza.*

*B. Le articolazioni territoriali dotate di un ruolo in materia di relazioni economiche con l'estero si vedono assegnati poteri chiaramente individuati, con confini e vincoli altrettanto ben identificati. Questo non è finora accaduto in Italia, dove la Costituzione tace sulla natura del riparto di competenze, dando origine per ciò stesso alla possibilità di sovrapposizioni e duplicazioni. Né il legislatore, nazionale o regionale, ha saputo riempire tale vuoto per via pattizia o di autodisciplina e giungendo a una ripartizione dei compiti per settori o funzioni o ambiti territoriali o per un qualsiasi altro criterio.*

*C. Esiste nei sistemi analizzati una sede, autocratica come nel caso del Regno Unito o partecipata da più attori come nel caso della Spagna, dove si prendono in esame le linee di indirizzo e la*

<sup>25</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

<sup>26</sup> Auswärtiges Amt.

cooperazione tra amministrazioni con particolare riguardo alla dialettica centro-periferia. Al termine di tale processo viene elaborato un documento strategico o un accordo valido per un determinato periodo e sul quale si basa la programmazione dell'attività di ciascun soggetto che ha partecipato al dialogo. Dietro al successo della concertazione c'è non solo quanto evidenziato al punto precedente, ovvero una ripartizione chiara dei poteri, ma anche una solida analisi economica e degli interessi, cui si legano logicamente programmi concreti. Rispetto a questo paradigma in Italia si sta recuperando terreno, ma la programmazione e il suo monitoraggio sono ancora in fase embrionale dovendo prodursi all'interno di un organo, la Cabina di regia sopra ricordata, che di per sé stesso non ha alcun potere e che dunque ha una funzione eminentemente consultiva e non decisionale, il che comporta fra l'altro che ogni azione di monitoraggio e valutazione possa tradursi in raccomandazioni o esortazioni ma non necessariamente in azioni correttive.

#### 4. Implicazioni e opportunità connesse con la riforma del titolo V

Quali sono le implicazioni di quanto finora esposto per l'evoluzione futura della ripartizione di competenze in materia di sostegno all'internazionalizzazione? Come il sistema Italia può sfruttare al meglio gli esempi di altri paesi per massimizzare l'opportunità di una riforma offerta dal cambiamento del titolo V? A mo' di risposta a questi interrogativi, si indicano di seguito alcune ipotesi di lavoro che potranno essere meglio valutate quando l'iter legislativo delle riforme costituzionali sarà concluso e, alla luce del nuovo definitivo assetto, occorrerà attuarne il dettato.

A. Alle scarse norme della nuova Costituzione potrebbe essere opportuno accompagnare una legge di attuazione, che definisca in dettaglio le competenze di ciascun soggetto del sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione, che sia esito di un processo di confronto con le Regioni e che sia emanata dallo Stato, cui la Carta intende demandare il compito del coordinamento. Tale legge potrà meglio precisare anche l'ambito di applicazione della competenza novellata.<sup>27</sup>

B. La sede di confronto tra poteri statali e territoriali, enti attuatori e gruppi di interesse potrebbe utilmente giovare di un upgrade funzionale e organizzativo che consenta agli organi politici a ciò demandati di giungere a decisioni immediatamente operative sull'uso delle risorse pubbliche a essi assegnate in gestione, una volta consultati stakeholder e strutture tecniche.

A proposito dei punti A. e B. appena menzionati, è di qualche interesse la lettura del Capo III della nuova legge sulla Cooperazione allo sviluppo, la 125 del 2014, che dopo una ridefinizione delle competenze del Maeci delinea, agli articoli 15 e 16, le competenze di due organi, uno decisionale e pubblico, l'altro consultivo e misto, denominati rispettivamente Comitato interministeriale per la cooperazione allo sviluppo e Consiglio nazionale per la cooperazione allo sviluppo. Entrambi sono aperti alla partecipazione dei rappresentanti delle Regioni. La legge tratteggia inoltre agli articoli 23 e seguenti il Sistema della cooperazione italiana allo sviluppo, non limitandosi a normare i rapporti tra Maeci e Regioni ma introducendo altresì nel quadro le altre Amministrazioni pubbliche nazionali e territoriali, le Università, le organizzazioni della società civile e le imprese e

<sup>27</sup> Per fare un solo esempio, non è chiaro se la dizione *commercio internazionale* comprenda o meno l'attrazione degli investimenti diretti esteri in Italia e la facilitazione di quelli italiani all'estero, materia spesso funzionalmente e organizzativamente legata a quella della promozione del commercio, come dimostrato dalla recente evoluzione di *Business France* (vedi approfondimento in merito alle *Investment promotion organization* in questo capitolo del Rapporto).



*definendone i rispettivi ruoli. Pur restando ancora da determinarsi, nelle more del varo delle misure previste dalla legge, l'impatto di quest'ultima su prassi e processi decisionali nell'ambito dato, non si può fare a meno di notare come il sistema delineato sia connotato in linea di principio da elementi di rigore metodologico, trasparenza e coerenza con le grundnorm italiane cui una riforma del coordinamento del sostegno pubblico all'internazionalizzazione potrebbe ben ispirarsi.*

*C. Infine sarà opportuno affrontare in modo risolutivo il problema del raccordo tra politiche di sviluppo del settore privato lato sensu messe in atto dalle diverse articolazioni del settore pubblico, tenendo conto sia della dialettica tra amministrazioni centrali e locali sia, allo stesso tempo, del necessario collegamento tra interventi sul mercato interno ed estero. Per fare alcuni esempi, un simile raccordo già esiste, a livello locale in Francia nelle Direccte e a livello nazionale in Spagna, grazie al lavoro svolto dal Cii ma anche alle ampie competenze del Mineco, che coprono più d'uno dei versanti sopra menzionati, in analogia a quelle del Mse italiano.<sup>28</sup>*

*Il lavoro di analisi e programmazione, in corso già dal 2014, in relazione all'impiego dei fondi per lo sviluppo economico che la UE ha stanziato nel proprio bilancio di previsione per il settennato 2014-2020, potrebbe rappresentare un modello in tal senso, offrendo spunti sia di contenuto sia di metodo per delineare approcci nuovi alla questione. Sotto il profilo contenutistico, è indubbio che l'innovazione, leit motif dei nuovi programmi comunitari, possa costituire un tessuto connettivo tra politiche industriali sul mercato interno ed estero. Sotto il profilo metodologico, si evidenzia la rigorosa impostazione adottata per giungere a validare i programmi da finanziare, che poggia su una chiara separazione tra finanziatore e soggetto esecutore e tra valutato e valutatore.*

*La riforma costituzionale in itinere non può essere sopravvalutata: avrà conseguenze importanti e motiverà cambiamenti profondi. Attivare già da ora un dibattito su come affrontarla nel campo specifico del sostegno all'internazionalizzazione potrà facilitarne non poco l'attuazione e contribuire a meglio comprendere come si possa giungere con atteggiamento costruttivo all'appuntamento, valorizzando e non sciupando il patrimonio di esperienze e relazioni finora costruito dal sistema di sostegno all'internazionalizzazione nel suo complesso.*

<sup>28</sup> Per un rapido confronto si vedano i rispettivi siti Internet, [www.mineco.gob.es](http://www.mineco.gob.es) e [www.sviluppoeconomico.gov.it](http://www.sviluppoeconomico.gov.it).

## 7.1.5 Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura\*

### Competenze

Anche il sistema delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura (Cciaa), rappresentato e coordinato da Unioncamere, è stato interessato dal fenomeno di riarticolazione delle attività di internazionalizzazione messo in atto a livello centrale negli ultimi anni, in un quadro di rinnovata riqualificazione della materia dell'internazionalizzazione. È questa una scelta fortemente condivisa da Unioncamere in considerazione delle impegnative sfide a cui è soggetto il nostro Paese nei mercati globali.<sup>25</sup>

Sul piano delle competenze, occorre ricordare la significativa novità contenuta nella nuova legge sulla cooperazione allo sviluppo, la 125 del 2014, che ha riconosciuto alle Cciaa uno specifico ruolo nel concorrere al conseguimento degli obiettivi del Sistema-Paese.

### Attività

Il sistema camerale ha prestato particolare attenzione a tale novità. Ha infatti concordato con la Direzione generale competente del Maeci una *road map* per presentare alle imprese gli strumenti finanziari previsti per le imprese dalla nuova legge. Fin dai primi mesi del 2015 è stata dunque programmata una serie di incontri con imprese, organizzati sul territorio dalle Cciaa e dalle Unioni regionali.

Unioncamere ha altresì ritenuto opportuno promuovere sul territorio italiano le missioni governative realizzate nel 2014 in Mozambico, Marocco, Kazakistan e Vietnam. Nella fase di realizzazione *in loco* occorre inoltre menzionare il lavoro della Camera di commercio italiana a Ho Chi Minh City in un'ottica di sinergia e complementarietà con l'Ambasciata d'Italia e l'Ufficio Ice in Vietnam.

Si è inoltre ulteriormente potenziata l'iniziativa di sistema sugli sportelli per l'internazionalizzazione, denominati *WorldPass*, che nel 2014 hanno raggiunto risultati significativi in termini di rafforzamento di servizi alle imprese. Gli interventi hanno coinvolto l'intero sistema camerale, registrando un'elevata partecipazione delle singole Camere. In particolare, si è garantito il consolidamento dei servizi già avviati e offerti alle imprese attraverso la piattaforma *WorldPass* e sono stati introdotti alcuni servizi personalizzati per le imprese registrate, che possono ora gestire le proprie informazioni e selezionare i propri argomenti di interesse (*business matching, news alert, my page, esperto on line*). Grazie ad azioni di promozione condotte sia a livello nazionale che locale, oggi *WorldPass* è un portale di riferimento per l'orientamento all'internazionalizzazione ed è uno strumento conosciuto e usato in particolare tra le medie e piccole imprese. La piattaforma ha registrato un *trend* di crescita superiore al 25 per cento annuo in termini di visitatori e gli operatori economici iscritti sono oltre 7.000, per oltre il 50 per cento Pmi esportatrici, in rappresentanza di tutte le regioni. Particolare menzione merita il servizio Esperto *on line*, che vanta oggi oltre 1.200 risposte certificate fornite alle imprese e registra un utilizzo crescente su tutti i territori.

Con lo scopo di incrementare la qualità di risposta diretta dai territori alle imprese è continuata l'azione di formazione del personale camerale dedicato agli sportelli, che ha registrato un'elevata

\* Redatto da Marco Saladini (Ice). L'autore ringrazia Fabio Pizzino (Unioncamere) per il materiale fornito e la cortese collaborazione prestata.

<sup>25</sup> Come segnalato anche nelle precedenti edizioni del *Rapporto*, la partecipazione delle Cciaa e di Unioncamere al sistema di sostegno pubblico all'internazionalizzazione poggia sul dettato del decreto legislativo 23 del 2010 e della legge 111 del 2011

partecipazione. L'intervento formativo ha visto la collaborazione di istituzioni, come Ice e Commissione Europea, e di organismi di sistema, come le Unioni regionali delle Cciao.

Nel dicembre 2014, a conclusione del semestre di presidenza italiano dell'Unione Europea, è stata varata la Macro Regione Adriatico-Jonica cui il sistema camerale ha largamente concorso tramite il contributo dato nella definizione del Piano d'azione.

Nel 2014 inoltre il sistema camerale è stato largamente coinvolto nei programmi del Mse, gestiti a livello organizzativo dall'Ice, attinenti il *Roadshow* per l'internazionalizzazione e il *Piano export sud* (vedi rispettivamente i paragrafi 7.1.1 e 7.1.3, *supra*). In particolare il sistema camerale ha svolto attività di assistenza alle imprese durante tutte le tappe del *Roadshow* e curato direttamente le tappe di Ancona, Bologna e Padova. Nel quadro del *Piano export sud*, concentrato sulle regioni della convergenza (Sicilia, Calabria, Campania, Puglia), l'Eurospostello di Napoli ha ospitato l'evento di *Export lab* per la Campania, finalizzato a un'assistenza consulenziale alle imprese, mentre Unioncamere Calabria e le Cciao di Palermo, Foggia e Avellino hanno effettuato sessioni seminariali rivolte alle imprese.

I dati dell'Osservatorio camerale che vengono messi a disposizione dei lettori del *Rapporto* sembrano dar conto di un riposizionamento delle Camere di commercio sul versante della assistenza alle imprese rispetto a più generali politiche promozionali, in un'ottica di sinergia con l'Ice finalizzata a concorrere al raggiungimento degli obiettivi fissati dalla Cabina di regia. In tal senso punterebbero il numero dei partecipanti ad attività promozionali, sceso da 41.047 nel 2013 a 38.851 nel 2014 (-6,2 per cento) e quello degli utenti di attività di consulenza, cresciuto da 21.946 nel 2013 a 28.292 nel 2014 (28,9 per cento in più, tavola 7.14). Allo stesso tempo però sono aumentati il numero di partecipazioni a fiere e mostre all'estero (14,5 per cento in più) e di missioni commerciali all'estero (17,3) ed è diminuito lievemente il numero di delegazioni estere ricevute in Italia (-2,1). È importante sottolineare anche il processo di riposizionamento sul versante della rete estera con una significativa riduzione del numero dei *desk* all'estero, passati da 151 a 111 nel 2014. I partecipanti ad attività formative si sono ridotti del 18,5 per cento rispetto al 2013, a quota 19.504. In diminuzione sono apparsi i certificati di origine e gli altri documenti per l'estero erogati alle imprese richiedenti (rispettivamente -9,9 e -7,6 per cento), stazionari invece i *carnet* Ata (-0,8).

**Tavola 7.14 - Principali indicatori sull'attività di sostegno all'internazionalizzazione delle Cciao**

Numero e valore in milioni di euro

|  | 2012    | 2013    | 2014    |
|--|---------|---------|---------|
| <b>Antenne e <i>desk</i> all'estero gestiti direttamente dalle Cciao</b> | 154     | 151     | 111     |
| <b>Partecipazione a fiere e mostre all'estero</b>                        | 717     | 922     | 1.056   |
| <b>Ricevimento delegazioni estere in Italia</b>                          | 430     | 580     | 568     |
| <b>Organizzazione di missioni commerciali all'estero</b>                 | 420     | 489     | 574     |
| <b>Imprese partecipanti ad attività promozionali</b>                     | 34.486  | 41.407  | 38.851  |
| <b>Partecipanti ad attività formative</b>                                | 17.740  | 23.934  | 19.504  |
| <b>Utenti di attività di consulenza</b>                                  | 21.483  | 21.946  | 28.292  |
| <b>Certificati di origine</b>  | 728.461 | 793.967 | 715.577 |
| <b><i>Carnet</i> Ata</b>   | 9.540   | 9.812   | 9.732   |
| <b>Altri documenti per l'estero</b>                                      | 397.028 | 444.254 | 410.527 |
| <b>Fondi erogati (milioni di euro) <sup>(1)</sup></b>                    | 76,2    | 78,9    | 63,4    |
| di cui per contributi ed incentivi                                       | 12,9    | -       | -       |

<sup>(1)</sup> Il dato sui fondi erogati nel 2014 è relativo a 89 camere su 105.

Fonte: Osservatorio camerale Unioncamere



Il sistema delle Cciao ha svolto nel 2014 oltre 3.600 iniziative di promozione a sostegno dell'internazionalizzazione, circa 250 in più che nel 2013 (tavola 7.15). Osservando la loro disaggregazione per macro-area amministrativa emerge come le strutture camerali del Nord Ovest abbiano detenuto nel 2014 il primato in tutte le categorie, con una preminenza più marcata nella promozione di accordi di collaborazione (61,5 per cento del totale della categoria), promozione di investimenti e *joint venture* (44,2), missioni commerciali all'estero (44,3) e partecipazione a fiere e mostre all'estero (43,7). Si tratta di tipologie relativamente più costose e/o connotate da una maggiore complessità di altre. Per le Cciao dell'Italia Nord-orientale le categorie di attività principali sono state missioni commerciali all'estero (32,1) e *workshop* formativi, seminari e *country presentation* (30,2). In Italia centrale hanno prevalso partecipazione a fiere e mostre all'estero (30,8) e ricevimento di delegazioni estere in Italia (21,7). Promozione di investimenti e *joint venture* (32,6) e ricevimento di delegazioni estere in Italia (20,6) hanno costituito aree di particolare *focus* per le Cciao del Mezzogiorno.

**Tavola 7.15 - Azioni di sostegno all'internazionalizzazione svolte dalle Cciao per Regione**  
Valori assoluti, anno 2014

|                                    | Partecipazione a fiere e mostre all'estero | Ricevimento di delegazioni estere in Italia | Missioni commerciali all'estero | Workshop formativi, seminari, <i>country presentation</i> | Promozione di investimenti e <i>joint venture</i> | Promozione di accordi di collaborazione |
|------------------------------------|--|---|---------------------------------|---|---|---|
| <b>Italia nord-occidentale</b>     | <b>461</b>                                 | <b>192</b>                                  | <b>254</b>                      | <b>317</b>  | <b>19</b>   | <b>267</b>                              |
| Piemonte                           | 170  | 129   | 53                              | 159   | 1   | 49                                      |
| Valle d'Aosta                      | 3  | 6   | 5                               | 9   | 0   | 0                                       |
| Liguria                            | 41   | 10  | 2                               | 11  | 1   | 15                                      |
| Lombardia                          | 247  | 47  | 194                             | 138   | 17  | 203                                     |
| <b>Italia nord-orientale</b>       | <b>197</b>                                 | <b>136</b>                                  | <b>184</b>                      | <b>284</b>  | <b>3</b>  | <b>48</b>                               |
| Trentino-Alto Adige <sup>(1)</sup> | 42   | 2   | 7                               | 20  | 0   | 0                                       |
| Veneto                             | 68   | 44  | 58                              | 71  | 0   | 42                                      |
| Friuli-Venezia Giulia              | 40   | 19  | 77                              | 128   | 2   | 6                                       |
| Emilia-Romagna                     | 47   | 71  | 42                              | 65  | 1   | 0                                       |
| <b>Italia centrale</b>             | <b>325</b>                                 | <b>123</b>                                  | <b>59</b>                       | <b>193</b>  | <b>7</b>  | <b>39</b>                               |
| Toscana                            | 183  | 58  | 38                              | 76  | 2   | 3                                       |
| Umbria                             | 30   | 14  | 5                               | 45  | 0   | 0                                       |
| Lazio                              | 35   | 29  | 9                               | 51  | 5   | 35                                      |
| Marche                             | 77   | 22  | 7                               | 21  | 0   | 1                                       |
| <b>Mezzogiorno</b>                 | <b>73</b>                                  | <b>117</b>                                  | <b>77</b>                       | <b>147</b>  | <b>14</b>   | <b>80</b>                               |
| Abruzzo                            | 12   | 26  | 4                               | 30  | 0   | 51                                      |
| Basilicata                         | 4  | 15  | 7                               | 13  | 1   | 4                                       |
| Calabria                           | 12   | 12  | 11                              | 13  | 0   | 13                                      |
| Campania                           | 22   | 18  | 37                              | 27  | 2   | 2                                       |
| Molise                             | 2  | 1   | 0                               | 8   | 0   | 0                                       |
| Puglia                             | 9  | 32  | 5                               | 23  | 0   | 8                                       |
| Sardegna                           | 7  | 1   | 7                               | 6   | 1   | 1                                       |
| Sicilia                            | 5  | 12  | 6                               | 27  | 10  | 1                                       |
| <b>Totale regioni</b>              | <b>1.056</b>                               | <b>568</b>                                  | <b>574</b>                      | <b>941</b>  | <b>43</b>   | <b>434</b>                              |

Fonte: Osservatorio camerale Unioncamere



## 7.2 Servizi finanziari

### 7.2.1 Cassa depositi e prestiti\*

#### Introduzione

Nel corso del 2014, il Governo, con specifici interventi normativi,<sup>26</sup> ha ampliato l'operatività della Cdp a sostegno dell'export e dell'internazionalizzazione delle imprese.

In particolare, la modalità di finanziamento *indiretto* (attraverso il canale bancario) e *diretto* (alle imprese) potrà essere effettuata da Cdp a condizione che le operazioni siano coperte da garanzie emesse da Sace o altre agenzie di credito all'esportazione, da banche di sviluppo nazionali e altri enti finanziari costituiti da accordi internazionali. Rispetto alla precedente normativa di riferimento, quindi, Cdp può intervenire anche in operazioni assistite da garanzie di altri operatori oltre che da Sace.<sup>27</sup> Resta la possibilità per Cdp di finanziare operazioni non rientranti nell'ambito di applicazione della convenzione ("operazioni fuori convenzione").

In considerazione della nuova e più ampia possibilità d'intervento, Cdp ha riorganizzato gli strumenti a supporto dell'export affiancando al sistema export banca, un nuovo *plafond* per il sostegno delle esportazioni che s'inserisce in una più ampia linea di strumenti rivolti alle imprese, denominata Piattaforma Imprese.<sup>28</sup> Il Plafond Esportazione ha una dotazione di 1 miliardo di euro e consente il finanziamento di esportazioni per forniture di merci, servizi e/o esecuzione di lavori da parte di imprese di qualsiasi dimensione operanti in Italia, effettuato sotto qualsiasi forma tecnica, di importo unitario non superiore a 15 milioni di euro. Questo nuovo strumento è quindi maggiormente orientato verso i piccoli e medi esportatori, mentre i grandi esportatori continuano a essere assistiti dal sistema Export banca.

#### Export banca: le operazioni effettuate

Tra il 2012 e il 2014 sono state sottoscritte da Cdp all'interno dell'operatività di Export banca 26 operazioni, di cui 20 sotto forma di *export credit* e 6 per l'internazionalizzazione. Complessivamente il flusso di finanziamenti erogati da Cdp è stato pari a 3.567 milioni di euro di cui circa 1.101 nel corso del 2014. L'evoluzione del sistema di Export banca ha comportato nell'ultimo anno un significativo aumento delle operazioni "fuori convenzione", soprattutto in termini di volumi finanziati, anche in virtù del miglioramento delle condizioni sui mercati finanziari internazionali che rendono necessari schemi di intervento più flessibili rispetto a quelli in convenzione (tavola 7.16).<sup>29</sup> Le operazioni effettuate hanno attivato finanziamenti complessivi per il sistema Italia per circa 5,8 miliardi di euro nel triennio 2012-14, di cui in media il 61 per cento erogato da Cdp e il restante 39 per cento dalle banche. Nel corso del 2014, il valore delle operazioni assistite da Cdp è aumentato passando da 2.240 miliardi di euro del 2013 a 2.369 miliardi di euro del 2014, grazie a un maggior coinvolgimento del sistema bancario che ha coperto in media il 54 per cento del finanziamento (a fronte del 19 per cento del 2013).

\* Redatto da Davide Ciferri e Annachiara Palazzo, Cassa depositi e prestiti Spa.

<sup>26</sup> Si veda decreto ministeriale del 23 dicembre 2014 (Mef) e art. 1 comma 44, legge di stabilità 2014.

<sup>27</sup> Nel precedente schema, infatti, l'unica garanzia prevista era quella offerta da Sace.

<sup>28</sup> La Piattaforma Imprese di Cdp, con dotazione di 5 miliardi di euro, include quattro fondi rivolti alle Pmi, alle Mid-Cap, all'export e ai progetti di Rete.

<sup>29</sup> Qualora si presentino operazioni di finanziamento non rientranti nell'ambito di applicazione della convenzione, le parti, nel rispetto della normativa, nonché dei propri statuti, possono valutare di ricorrere al sistema Export banca, secondo l'utilizzo di processi similari a quelli previsti nella convenzione. In tal caso i contratti vengono indicati come operazioni fuori convenzione. Per la descrizione delle caratteristiche della convenzione Export Banca si rimanda al box specifico presente nella precedente edizione del Rapporto.

**Tavola 7.16 - Contratti stipulati da Export banca<sup>(1)</sup>**

Unità e valori in milioni di euro

|                                   | 2012       | 2013 <sup>(2)</sup> | 2014         | Totale 2012-2014 |
|-----------------------------------|------------|---------------------|--------------|------------------|
| <b>Totale contratti stipulati</b> | <b>4</b>   | <b>15</b>           | <b>7</b>     | <b>26</b>        |
| <i>Export credit</i>              | 3          | 13                  | 4            | 20               |
| Internazionalizzazione            | 1          | 2                   | 3            | 6                |
| <b>Totale finanziato</b>          | <b>659</b> | <b>1.807</b>        | <b>1.101</b> | <b>3.567</b>     |
| <i>Export credit</i>              | 509        | 1.710               | 1.036        | 3.255            |
| Internazionalizzazione            | 150        | 97                  | 65           | 312              |

<sup>(1)</sup> Eventuali disallineamenti nei totali sono dovuti ad arrotondamenti.<sup>(2)</sup> Il dato aggregato dei volumi finanziati nel 2013 ha subito alcune rettifiche contabili e differisce da quello pubblicato nella precedente edizione del Rapporto

Fonte: Cassa depositi e prestiti

Delle 26 operazioni finanziate nel triennio 2012-2014, 20 sono state effettuate in modalità *diretta*, attraverso cioè un finanziamento al debitore finale, e le restanti 6 in modalità *indiretta*, con la fornitura di una provvista alla banca finanziatrice del debitore finale (tavola 7.17).<sup>30</sup>

L'importo medio dei finanziamenti di Cdp è stato pari a circa 175 milioni di euro, per quanto riguarda l'operatività *diretta*, e 10 milioni di euro per quanto riguarda quella *indiretta*.

**Tavola 7.17 - Caratteristiche dei contratti stipulati da Export banca<sup>(1)</sup>**

Unità e valori in milioni di euro

|                                       | 2012         | 2013         | 2014         |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Totale finanziato</b>              | <b>1.281</b> | <b>2.240</b> | <b>2.369</b> |
| Quota CDP                             | 54%          | 81%          | 46%          |
| Quota banche                          | 46%          | 19%          | 54%          |
| <b>Numero dei contratti stipulati</b> | <b>4</b>     | <b>15</b>    | <b>7</b>     |
| Finanziamento diretto                 | 4            | 10           | 6            |
| Finanziamento indiretto               | 0            | 5            | 1            |

<sup>(1)</sup> Eventuali disallineamenti nei totali sono dovuti ad arrotondamenti.

Fonte: Cassa depositi e prestiti

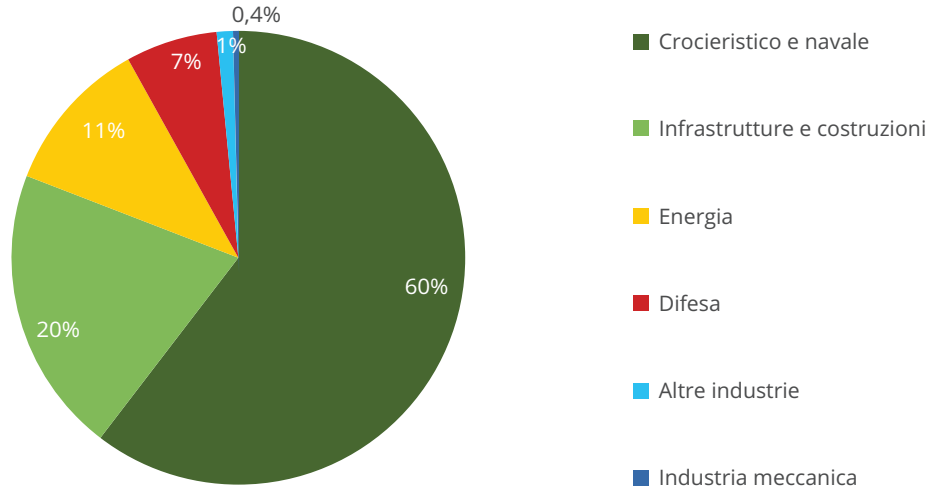
Da un punto di vista settoriale, la cantieristica navale è il segmento maggiormente interessato dagli interventi di Export banca e rappresenta circa il 60 per cento del totale dei finanziamenti per via del numero di operazioni e dell'importo medio significativamente superiore rispetto agli altri settori.

Il settore delle infrastrutture e costruzioni rappresenta invece il 20 per cento, mentre un ulteriore 11 per cento ha riguardato operazioni nel settore dell'energia. Un peso relativamente inferiore è quello ricoperto dalle operazioni negli altri settori, tra cui difesa e meccanica (grafico 7.9).

<sup>30</sup> L'intervento di Cdp può essere realizzato secondo modalità indiretta o diretta. Nel primo caso, Cdp fornisce alla banca la provvista necessaria affinché quest'ultima possa effettuare il finanziamento al debitore finale, a condizione che la provvista richiesta non sia inferiore a 1 milione di euro. Nel secondo caso, Cdp finanzia direttamente il debitore finale, anche in cofinanziamento con altri istituti di credito, purché la propria quota sia superiore a 25 milioni di euro. I finanziamenti possono essere concessi in euro o anche in altra valuta.

### Grafico 7.9 - Contratti stipulati da Export Banca per settore merceologico

Valori percentuali calcolati sugli importi finanziati da Cdp, anni 2012-2014

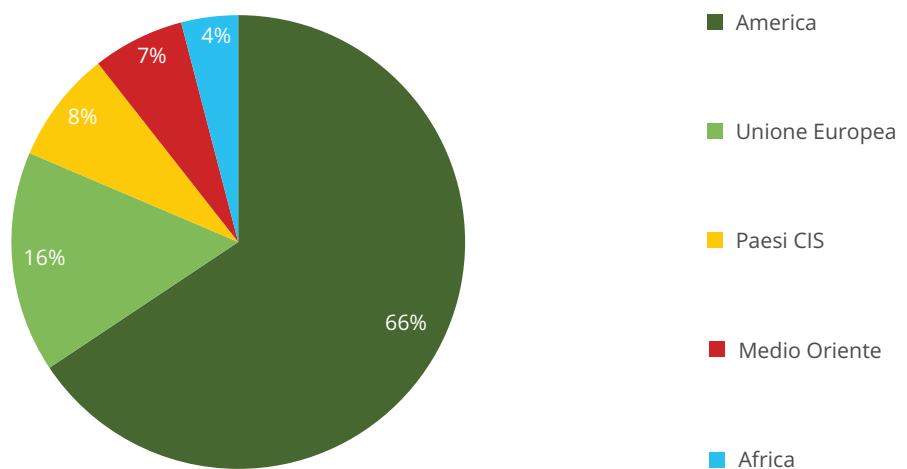


Fonte: Cassa depositi e prestiti

Con riferimento alla destinazione geografica degli interventi, le operazioni effettuate hanno riguardato 9 Paesi in quasi tutte le aree del mondo. Il 66 per cento dell'importo dei finanziamenti è stato erogato per operazioni che hanno coinvolto il continente americano, in particolare gli Stati Uniti. L'8 per cento ha riguardato paesi dell'ex Unione Sovietica, Russia e Bielorussia, un ulteriore 7 per cento il Medio Oriente, mentre il 4 per cento dei finanziamenti ha avuto come destinazione operazioni in Paesi africani. Infine, il restante 16 per cento ha riguardato paesi dell'Unione Europea, compresi i finanziamenti rivolti direttamente all'internazionalizzazione delle imprese italiane (grafico 7.10).

### Grafico 7.10 - Contratti stipulati da Export Banca per area di destinazione

Valori percentuali calcolati sugli importi finanziati da Cdp, anni 2012-2014



Fonte: Cassa depositi e prestiti

## Il ruolo di Cassa depositi e prestiti e del Fondo strategico italiano nell'attrazione degli investimenti esteri

Negli ultimi anni, il Gruppo Cdp è diventato un primario attore per l'attrazione d'investimenti esteri in Italia, contribuendo a far affluire, tra accordi siglati e operazioni concluse, capitali per circa 7 miliardi di euro per investimenti nel nostro sistema produttivo.

In particolare, tra le operazioni più rilevanti figura l'ingresso, a luglio 2014, di *State Grid of China* nel capitale di Cdp reti, società controllata al 59 per cento da Cdp che detiene partecipazioni nelle principali società proprietarie delle reti nel settore energetico (Snam e Terna). *State Grid of China* ha acquisito il 35 per cento di Cdp reti per un controvalore di 2,1 miliardi di euro. L'operazione è volta non solo a favorire l'ingresso di soci esteri, ma soprattutto a creare le basi per una maggiore penetrazione commerciale delle società coinvolte nei mercati internazionali, in particolare asiatici.

Anche il Fondo strategico italiano (Fsi), fondo di *equity* detenuto all'80 per cento da Cdp e per il restante 20 per cento da Banca d'Italia, è stato protagonista di alcuni importanti accordi d'investimento con operatori esteri.

Nato nel 2011 per promuovere lo sviluppo e l'economia nazionale, attraverso la partecipazione al capitale d'impresa strategiche per la struttura industriale del Paese, Fsi, a fronte di un capitale per investimenti pari a circa 5,1 miliardi di euro, ha attualmente investimenti per 2,7 miliardi di euro. Da un punto di vista strettamente industriale Fsi detiene partecipazioni per 1,5 miliardi di euro in 8 imprese che operano in settori rilevanti per l'economia italiana.<sup>1</sup>

Alla luce delle recenti evoluzioni, Fsi è sempre più lontano dall'idea originaria di strumento difensivo rispetto alle potenziali attenzioni degli investitori esteri nei confronti di aziende nazionali. Al contrario, rappresenta oggi un attore importante nell'attrazione di capitali esteri da investire nel tessuto imprenditoriale italiano.

Tra le varie operazioni effettuate figurano, in particolare, l'ingresso di *Kuwait Investment Authority* (Kia) nel capitale di Fsi investimenti, società che detiene in portafoglio la maggioranza degli investimenti fin ora effettuati da Fsi. La presenza di Kia in Fsi investimenti risponde all'obiettivo sia di incrementare le disponibilità finanziarie del fondo, sia di agevolare l'ingresso nel capitale delle imprese italiane di investitori istituzionali e privati nazionali ed esteri.

Fsi ha inoltre siglato accordi con altri con investitori istituzionali esteri tra cui: (i) *Qatar Holding LLC* (Qh), per la costituzione della *joint venture "Iq Made in Italy Company"* con un capitale totale di 2 miliardi di euro, che investe in società italiane che operano nei settori del *Made in Italy*; (ii) *Russian Direct Investment Fund* (Rdif), con un memorandum d'intesa finalizzato alla costituzione di una piattaforma di investimento congiunto fino a 1 miliardo di euro, per operazioni in Italia e in Russia. L'obiettivo è di individuare gli investimenti d'interesse strategico che, garantendo un buon livello di redditività, contribuiscano in modo significativo alla cooperazione, alla crescita e allo sviluppo economico dei due paesi; (iii) *China Investment Corporation* (Cic), con un memorandum d'intesa che prevede la possibilità di effettuare operazioni d'investimento comuni fino a un massimo di 500 milioni di euro; (iv) *Korea Investment Corporation* (Kic), con un accordo che prevede operazioni di co-investimento fino a 500 milioni di euro e che si propone di promuovere la cooperazione economica e lo scambio di *know-how* tra Italia e la Repubblica di Corea.

<sup>1</sup> Per una descrizione completa del ruolo di Fsi si rimanda a: Antellini Russo F., Ciferri D. e Palazzo A. (2015), "Crescere per competere. Il ruolo del Fondo strategico italiano", Quaderni Cdp, n.1, marzo.

Infine, tra le operazioni societarie di valorizzazione, si segnala la cessione del 40 per cento di Ansaldo Energia (per un controvalore di circa 400 milioni di euro) alla società cinese Shanghai Electric. L'operazione ha anche previsto la costituzione di due *joint venture* in Cina, per la realizzazione di un centro di ricerca e di uno stabilimento produttivo per la realizzazione di nuovi prodotti dedicati al mercato asiatico.

In questi suoi primi anni di operatività, complessivamente ha favorito l'afflusso di circa 3,4 miliardi di euro per investimenti in realtà produttive che operano in settori strategici per lo sviluppo del Paese.

### 7.2.2 Simest\*

Simest è una società per azioni controllata da Cassa depositi e prestiti (Cdp), azionista di maggioranza dal 9 novembre 2012 a seguito dell'acquisizione di circa il 76 per cento del capitale sociale dal Ministero dello Sviluppo economico, con un'ulteriore presenza azionaria privata, detenuta da banche e sistema imprenditoriale. Simest è stata costituita nel 1991 con lo scopo di promuovere e sostenere sotto il profilo tecnico e finanziario gli investimenti di imprese italiane all'estero.

Simest gestisce dal 1999 gli strumenti finanziari pubblici a sostegno delle attività di internazionalizzazione delle imprese italiane e costituisce un interlocutore cui le imprese italiane possono fare riferimento per tutte le tipologie di interventi all'estero e dal 2011 anche in Italia.

Di seguito si propone una rassegna dei principali risultati conseguiti nel 2014 in ciascuna delle principali linee di attività di Simest.

Tavola 7.18 - Dati riassuntivi delle attività di Simest

|   | Numero |      |      | Milioni di euro |         |         |
|---|--------|------|------|-----------------|---------|---------|
|   | 2011   | 2012 | 2013 | 2011            | 2012    | 2013    |
| <b>Partecipazioni Simest</b>  |        |      |      |                 |         |         |
| Progetti approvati  | 77     | 68   | 62   | 104,0           | 139,0   | 130,0   |
| <b>Partecipazioni fondo di Venture Capital</b>  |        |      |      |                 |         |         |
| Progetti approvati  | 45     | 30   | 36   | 23,0            | 17,0    | 24,0    |
| <b>Incentivi alle imprese</b>   |        |      |      |                 |         |         |
| Agevolazioni per l'esportazione (D. Lgs.143/1998, già L. 227/77)  | 124    | 156  | 85   | 4.348,0         | 4.683,0 | 2.337,0 |
| Agevolazioni per gli investimenti all'estero (L. 100/90 e 19/91)  | 45     | 39   | 34   | 115,0           | 241,0   | 78,0    |
| Programmi d'inserimento sui mercati esteri (L. 133/08, art. 6, comma 2, lett. b)  | 129    | 171  | 139  | 108,0           | 143,0   | 110,0   |
| Agevolazioni per gli studi di prefattibilità, fattibilità e programmi di assistenza tecnica (L. 133/08, art. 6, comma 2, lett. b) | 19     | 22   | 15   | 3,0             | 3,0     | 1,4     |
| Patrimonializzazione delle Pmi esportatrici (L. 133/08, art. 6, comma 2, lett. c)   | 184    | 0    | 13   | 85,0            | 0,0     | 3,0     |
| Agevolazioni per la prima partecipazione ad una fiera e/o mostra sui mercati extra UE (L. 133/08, art. 6, comma 2, lett. c)       | 0      | 0    | 5    | 0,0             | 0,0     | 0,2     |

Fonte: Simest

\* Redazione a cura di Simest Spa.

## Contributi per partecipazioni in società all'estero (legge 100 del 1990)

Simest può acquisire partecipazioni fino al 49 per cento del capitale sociale in investimenti di imprese italiane in paesi *extra* UE. La partecipazione di Simest consente alle imprese italiane l'accesso alle agevolazioni, sotto forma di contributi agli interessi, per il finanziamento dell'acquisizione della loro quota di capitale. Inoltre Simest può acquisire, a condizioni di mercato e senza agevolazioni, partecipazioni fino al 49 per cento del capitale sociale di imprese italiane o loro controllate nell'Unione Europea che sviluppino investimenti produttivi e di innovazione e ricerca; da tali acquisizioni sono esclusi i *salvataggi*.

Nel corso del 2014 il Consiglio di amministrazione Simest ha approvato 62 progetti. L'impegno finanziario previsto è di 129,6 milioni di euro, a fronte di un capitale sociale complessivo di 440,1 milioni di euro e investimenti complessivi a regime per 677,5 milioni di euro.

Anche nel 2014 si conferma la prevalente concentrazione degli investimenti accolti in un numero limitato di paesi, distribuiti nelle 4 principali aree geografiche di interesse.

Non considerando l'area riguardante i paesi appartenenti all'UE (per la quale si rinvia a quanto indicato successivamente), le 2 principali aree di destinazione per le iniziative partecipate da Simest risultano, come in passato, l'area Asiatica e l'area dell'America Centrale e Meridionale, con un numero complessivo di iniziative pari a 21 (circa il 40 per cento del totale dei nuovi progetti) e un impegno finanziario per Simest pari a 38 milioni di euro (poco meno del 30 per cento del totale impegni accolti).

Come già accaduto negli anni scorsi, Brasile e Cina rappresentano il 17 per cento degli impegni accolti, rivelandosi come mercati più attraenti con 13 iniziative (di cui 7 in Cina e 6 in Brasile) per impegni complessivi pari a 21 milioni di euro.

Con riferimento alle partecipazioni in ambito comunitario – attività svolta ai sensi del decreto del ministro dello Sviluppo economico del 2008 e operativamente avviata nel 2011 – si registra nel corso del 2014 un significativo sviluppo dei livelli di attività in Italia, determinato dalla sempre più forte percezione da parte delle imprese che investono sui mercati internazionali dell'opportunità di un rafforzamento patrimoniale con l'apporto di un *partner* istituzionale funzionale all'inserimento su nuovi mercati esteri.

In tale contesto, sono 11 le nuove iniziative accolte per investimenti da effettuarsi in paesi dell'UE per un impegno complessivo di 55,6 milioni di euro; del totale, 10 iniziative riguardano la partecipazione diretta in imprese italiane con un impegno pari a 52,8 milioni di euro.

Per quanto concerne infine la ripartizione settoriale, quest'ultima segue la prevalente specializzazione del sistema produttivo nazionale; pertanto, in linea con il *trend* registrato già nei precedenti anni, i nuovi impegni accolti si ripartiscono prevalentemente come segue.

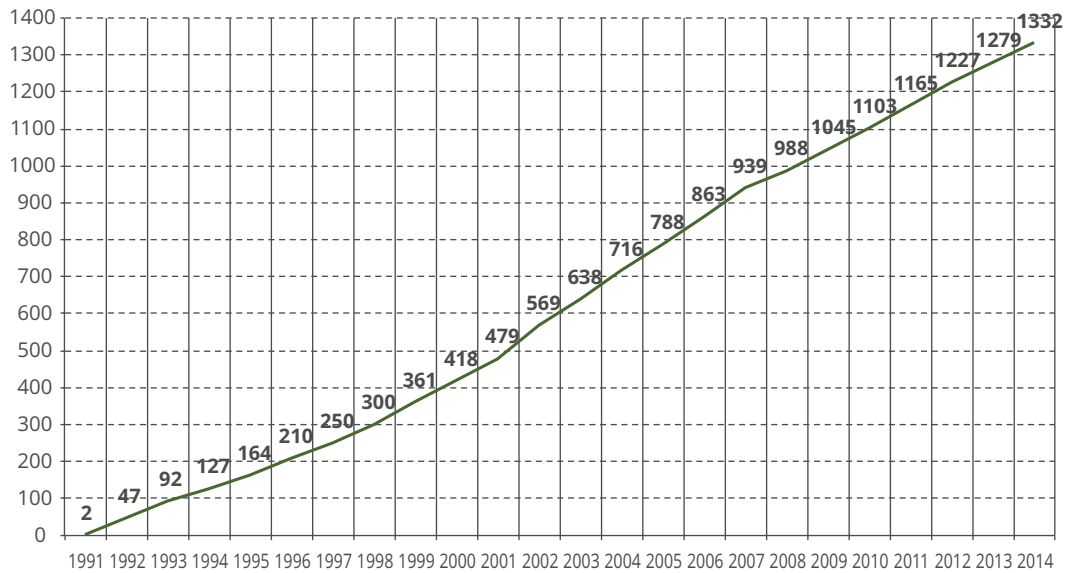
- Elettromeccanico e meccanico (con un impegno complessivo Simest di 56,6 milioni di euro, relativo a 18 nuove iniziative accolte e a 2 aumenti di capitale in società già partecipate)
- Agroalimentare (con un impegno per Simest di 23,6 milioni di euro, relativo a 8 nuove iniziative ed a 2 aumenti di capitale sociale)
- Gomma e plastica (7 nuovi progetti per un impegno Simest di circa 20,3 milioni di euro)
- Edilizia e costruzioni (5 nuovi progetti per un impegno Simest di 18 milioni di euro)
- Legno e arredamento (4 nuovi progetti per un impegno Simest di 1,2 milioni di euro).

Dall'inizio dell'attività al 31 dicembre 2014, il Consiglio di Amministrazione di Simest ha nel complesso approvato:

- 1.332 partecipazioni in nuovi progetti (di cui 43 in iniziative *intra* UE)
  - 92 aggiornamenti di piano (di cui 8 relativi ad iniziative *intra* UE)
  - 169 progetti per ampliamenti di società già partecipate (di cui 4 in iniziative *intra* UE)
- con un impegno complessivo della Società pari a 1.721,9 milioni di euro (190 milioni di euro per iniziative *intra* UE).

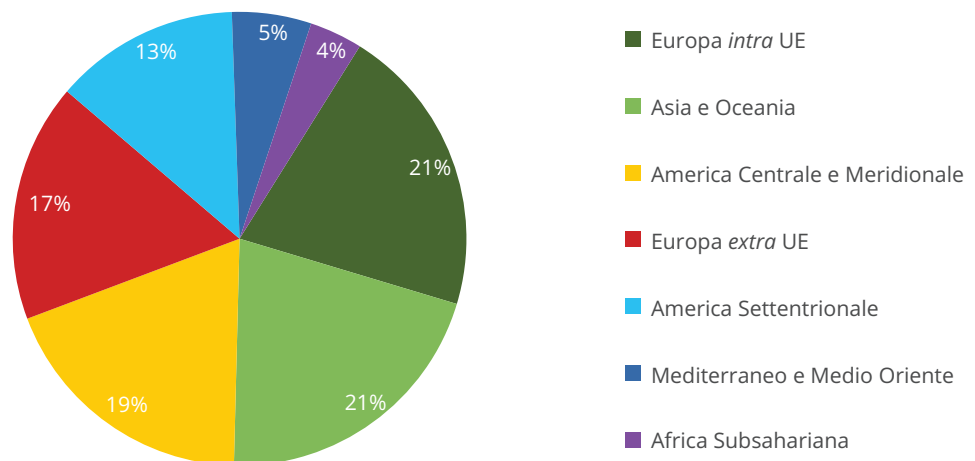
Il grafico 7.11 evidenzia il cumulato 1991/2014 dei progetti approvati, mentre il 7.12 riporta la disaggregazione per aree geografiche di destinazione delle operazioni di investimento realizzate da Simest nel 2014.

**Grafico 7.11 - Progetti di società approvati**  
Cumulato al 31 dicembre



Fonte: Simest

**Grafico 7.12 - Progetti di società approvati nell'esercizio 2014**  
Numero di progetti per area di investimento



Fonte: Simest





## Partecipazioni a valere sul Fondo unico di *venture capital* gestito da Simest per conto del Ministero dello Sviluppo economico

Il 2014 rappresenta il decimo anno di operatività del Fondo di *venture capital*, strumento avviato nel 2004 dal Ministero dello Sviluppo economico nell'ottica di offrire un sostegno finanziario, ma ancor prima istituzionale, alle imprese italiane impegnate in processi di internazionalizzazione delle proprie attività. Il 28 marzo 2014 è stata firmata la nuova Convenzione per la gestione del fondo, con il Ministero dello Sviluppo economico.

Come noto, l'attività del Fondo si sostanzia in una partecipazione di minoranza – aggiuntiva alla partecipazione diretta di Simest (e/o Finest) – nel capitale sociale di società costituite da imprese nazionali all'estero, (in paesi ed aree emergenti, di interesse per il nostro sistema imprenditoriale), per la realizzazione di investimenti di carattere produttivo e commerciale diretti all'inserimento sul mercato locale.

### Progetti approvati

Nel corso dell'esercizio 2014 le delibere di partecipazione assunte dal Comitato di Indirizzo e rendicontazione sono state in totale 36, di cui 33 concernenti la partecipazione a nuovi progetti di investimento e 3 ad aumenti di capitale sociale in società già partecipate (riconducibili pertanto all'attuazione di piani di ampliamento/sviluppo delle stesse).

Più in dettaglio, le delibere di partecipazione prevedono:

- un impegno complessivo a valere sulle disponibilità del Fondo unico di *venture capital* pari a 23,7 milioni di euro;
- investimenti cumulativi da parte delle società estere per 214 milioni di euro, coperti con capitale sociale per 172,4 milioni di euro.

L'importo degli impegni complessivamente accolti nel 2014 (23,7 milioni di euro) risulta in aumento rispetto all'analogo dato fatto registrare nel 2013 (17,0 milioni di euro), con un incremento prossimo al 40 per cento.

Guardando alla ripartizione geografica degli impegni accolti, si registra una marcata concentrazione su aree e paesi di tradizionale sbocco nell'ambito delle strategie di internazionalizzazione delle imprese.

Si tratta in particolare dell'area Asiatica, che raccoglie complessivamente 13 iniziative – praticamente interamente ripartite tra Cina (7 nuove iniziative) e India (5 iniziative, di cui 3 nuove e 2 aumenti di capitale sociale) con l'inserimento della Malaysia con 1 iniziativa – per un impegno del fondo pari a 7,6 milioni di euro.

Seguono l'area dell'America Centrale e Meridionale – con 9 progetti accolti (impegno per il fondo di 7,5 milioni di euro), in larga misura concentrati sul Brasile (6 iniziative per impegni complessivamente pari a 4,9 milioni di euro) cui si affiancano Argentina, Messico e Venezuela (1 iniziativa ciascuno) e l'area dell'Europa Orientale (10 iniziative, 6,2 milioni di euro gli impegni), con la Federazione Russa in evidenza (4 iniziative, stanziamento complessivo di 2,9 milioni di euro) seguita da Serbia (2 iniziative, 1,5 milioni di euro) e Moldavia (2 iniziative, 1,2 milioni di euro).

### Attività di gestione dei fondi agevolativi

A Simest è affidata la gestione degli interventi di sostegno finanziario, alle esportazioni e ad altre forme di internazionalizzazione del sistema produttivo italiano, volti a facilitare i processi di internazionalizzazione. La gestione degli interventi di agevolazione, trasferite a Simest dal 1 gennaio 1999, è disciplinata da convenzioni stipulate tra Simest ed il Ministero dello Sviluppo economico.

In base alle convenzioni l'amministrazione dei Fondi è affidata ad uno specifico Comitato ministeriale (Comitato Agevolazioni), istituito presso la Simest stessa.

### Fondo contribuiti (legge 295 del 1973)

Il Fondo contribuiti *ex lege* 295 del 1973 alimenta le seguenti due linee di attività.

#### a) Crediti all'esportazione (decreto legislativo 143 del 1998, capo II)

L'intervento è destinato al supporto dei settori produttivi di beni d'investimento (impianti, macchinari, infrastrutture, mezzi pubblici di trasporto, telecomunicazioni, ecc.) che offrono dilazioni di pagamento delle forniture a medio-lungo termine.

Gli schemi finanziari adottati sono quelli del *credito acquirente* e del *credito fornitore*, disegnati in modo da rispondere alle esigenze di differenti settori industriali.

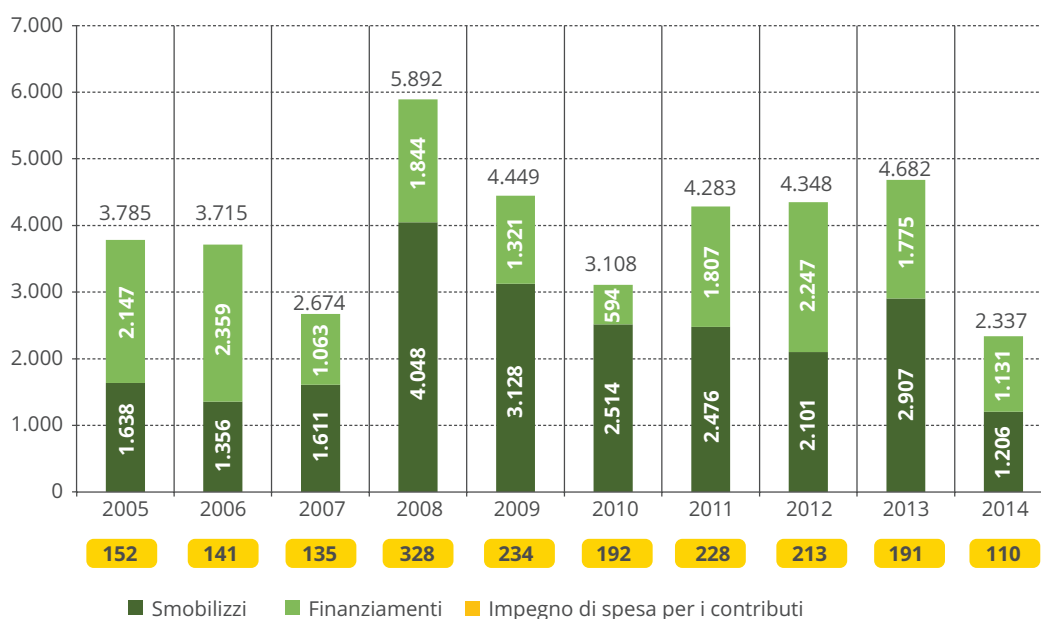
Nel 2014 il supporto pubblico al credito all'esportazione si è confrontato con i due maggiori problemi che influenzano negativamente la competitività dell'export di beni d'investimento, causati dal persistere di elementi di criticità nella percezione del "rischio Italia": 1) il maggior costo dei finanziamenti rispetto a quello dei concorrenti sostenuti da *export Credits Agency* con rating AAA/AA, 2) la difficoltà di ottenere finanziamenti dalle banche, in particolare oltre il medio termine.

Del totale di 2.337,2 milioni di euro di credito capitale dilazionato per il quale è stato approvato l'intervento, 1.206 milioni (51,6 per cento) hanno interessato il programma di credito fornitore (smobilizzi), per impianti di medie dimensioni, macchinari e componenti, il 30,2 per cento del quale a favore di piccole e medie imprese. I restanti 1.131,2 milioni di euro (48,4 per cento) dedicati al credito acquirente (finanziamenti) hanno interessato per il 99,1 per cento grandi imprese. In termini di valore, il settore cantieristico ha rappresentato il 90,9 per cento del totale, gli impianti siderurgici il 6,6 per cento e, infine, gli aeromobili il 2,5 per cento circa.

Le percentuali finora riportate si riferiscono ai fornitori che sottoscrivono i contratti di esportazione. È caratteristico di tutte le forniture di beni d'investimento il coinvolgimento, in varia misura, di imprese minori di vario tipo in qualità di subfornitori.

**Grafico 7.13 - Programmi Simest per il finanziamento del credito all'export**

Importi e impegni di spesa in milioni di euro (2005-2014)



Fonte: Simest



*b) Contributi per investimenti in società o imprese all'estero (leggi 100 del 1990, articolo 4, e legge 19 del 1991, articolo 2)*

L'agevolazione ai sensi dell'art. 4 della legge 100 del 1990 prevede la concessione di contributi agli interessi alle imprese italiane a fronte di crediti ottenuti per il parziale finanziamento della loro quota di capitale di rischio in imprese all'estero, partecipate dalla Simest, in paesi non appartenenti all'Unione Europea.

Analogo intervento riguarda gli investimenti in imprese all'estero, partecipate dalla Finest ai sensi dell'art. 2, comma 7 della legge 19 del 1991, relativamente alle aziende localizzate nel Triveneto a fronte di crediti ottenuti per il parziale finanziamento della loro quota di capitale di rischio in imprese in paesi dell'Europa Centro Orientale e C.S.I.

Nel 2014 sono state accolte 34 operazioni per un importo di 78,3 milioni di euro.

*Fondo rotativo normato dalla legge 394 del 1981*

Alla Simest è affidata la gestione degli interventi di sostegno finanziario all'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano con riferimento al Fondo rotativo di cui all'art. 2 della legge 394 del 1981, in base alla legge 133 del 6 Agosto 2008 e successive modificazioni e in base al decreto ministeriale del 21 dicembre 2012.

Nel corso del 2014 i risultati dell'attività hanno mostrato una contrazione delle domande di finanziamento accolte per i programmi di inserimento sui mercati esteri ed una tendenziale tenuta per gli studi di fattibilità. Con riferimento alla riattivazione dell'intervento destinato alla patrimonializzazione delle Pmi esportatrici, dopo la sua sospensione deliberata nel dicembre 2011, ed all'attivazione del nuovo finanziamento per la partecipazione a fiere e/o mostre, si è dovuta attendere la pubblicazione delle delibere applicative del Comitato Agevolazioni relative alle modifiche ed integrazioni apportate con il decreto Ministeriale del 21 Dicembre 2012, avvenuta il 21 Luglio 2014. Al riguardo si osserva che le imprese italiane hanno continuato ad attivare, seppure ad un ritmo lievemente ridotto e nonostante il perdurare della crisi, processi di internazionalizzazione che erano appannaggio quasi esclusivamente delle grandi imprese. L'affermarsi di tale tendenza ha portato soprattutto le Pmi italiane a prendere parte in modo più estensivo ai processi di internazionalizzazione e infatti, nel 2014, il loro peso percentuale come beneficiarie dei finanziamenti agevolati a valere sul Fondo *ex lege* 394 del 1981 si è attestato intorno al 90 per cento.

Il fondo rotativo è destinato alla concessione delle agevolazioni di seguito analizzate.

*a) Finanziamenti a tasso agevolato per programmi di inserimento sui mercati esteri (legge 133 del 2008, art. 6, comma 2, lettera a - decreto ministeriale 21.12.2012, art. 3, comma 1, lett.a)*

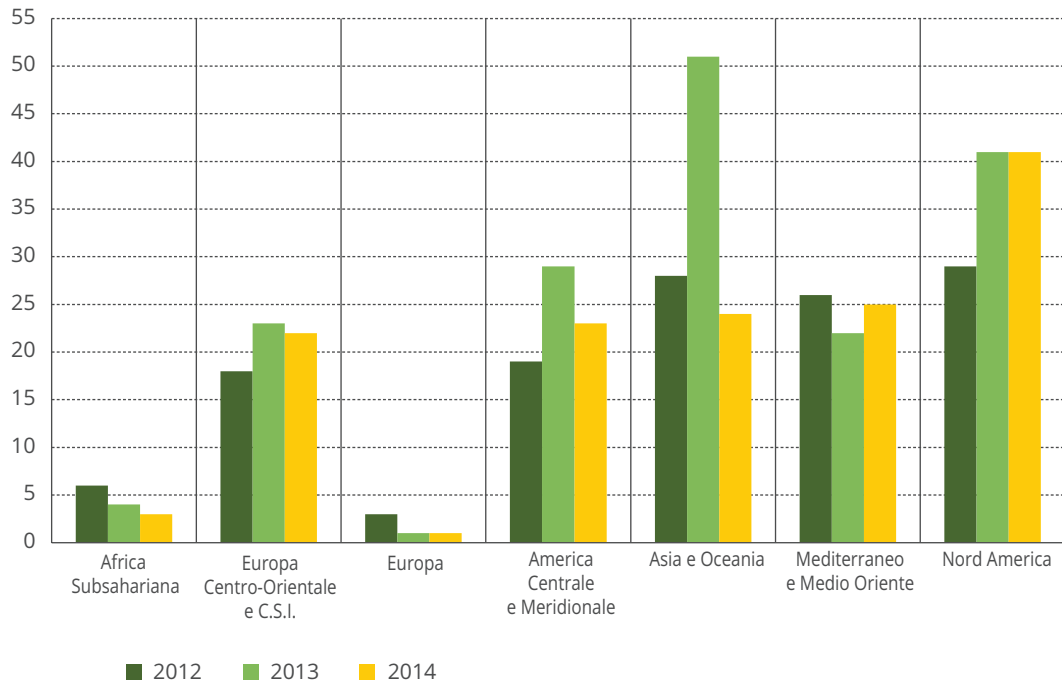
Nel 2014 le operazioni accolte sono state 139 per 110,1 milioni di euro, in contrazione del 20 per cento circa sia in termini di numero che di importo rispetto all'anno precedente (171 accoglimenti per 142,9 milioni di euro).

La ripartizione per aree geografiche delle operazioni accolte nel 2014, mostra come l'area di prevalente interesse sia il Nord America (30 per cento), seguita dai Paesi del Mediterraneo e Medio Oriente dall'Asia e dall'America Centrale e Meridionale.

A livello di singoli Paesi, gli Stati Uniti si riconfermano saldamente al primo posto con il più elevato numero di insediamenti (37 operazioni accolte), come negli anni precedenti, seguiti dalla Cina e dal Brasile (15 operazioni accolte), dalla Russia (10) e dagli Emirati Arabi Uniti (Eau) (7).

In relazione alla dimensione delle imprese che realizzano programmi di inserimento sui mercati esteri, la percentuale degli accoglimenti del 2014 riguarda per l'86 per cento piccole e medie imprese, +6 per cento rispetto al 2013.

**Grafico 7.14 - Programmi di inserimento sui mercati esteri nel triennio 2012 - 2014**  
 Numero operazioni - area geografica



Fonte: Simest

*b) Finanziamenti a tasso agevolato per studi di prefattibilità e fattibilità e programmi di assistenza tecnica (legge 133 del 2008, art. 6, comma 2, lettera b - decreto Ministeriale del 21 Dicembre 2012, art. 3, comma 1, lett.b)*

Nel 2014 il Comitato ha accolto complessivamente 15 operazioni (14 studi e 1 programma di assistenza tecnica) per circa 1,4 milioni di euro, in diminuzione rispetto al 2013 (22 domande accolte, di cui 20 per studi e 2 per assistenza tecnica, per 2,8 milioni di euro).

La ripartizione per aree geografiche delle operazioni accolte vede l'Europa Centro orientale e CSI e l'Asia in prima posizione con 4 operazioni accolte, seguite dal Nord America e dall'America Centrale e Meridionale con 3 operazioni ciascuna, e infine dai Paesi del mediterraneo e Medio Oriente con un finanziamento accolto.

Tra i singoli Paesi di destinazione dei progetti nel 2014, hanno totalizzato 2 progetti ciascuno Stati Uniti, Brasile e Albania.

Con riferimento, infine, alle dimensioni delle imprese che hanno effettuato studi di fattibilità e programmi di assistenza tecnica, nel 2014 rispetto al 2013 il dato si presenta più favorevole alle Pmi con il 100 per cento degli accoglimenti, rispetto all'82 per cento del 2013.

*c) Finanziamenti agevolati a favore delle Pmi esportatrici per il miglioramento e la salvaguardia della loro solidità patrimoniale al fine di accrescerne la competitività sui mercati esteri (legge 133 del 2008, art. 6, comma 2, lettera c - decreto Ministeriale del 21 Dicembre 2012, art. 3, comma 1, lett. c1.*

La sospensione dello strumento, disposta a dicembre 2011 dal Comitato Agevolazioni per arginare la riduzione delle disponibilità non impegnate del Fondo *ex lege* 394 del 1981 e per modificare i termini e le condizioni dell'intervento agevolativo, ha raggiunto il suo obiettivo con le nuove disposizioni del decreto ministeriale del 21 dicembre 2012.

Con specifico riferimento all'attività del 2014, si fa presente che la ricettività delle nuove domande di finanziamento è stata possibile solo a partire dal 22 luglio del 2014, e il Comitato Agevolazioni ha accolto 13 finanziamenti per 3 milioni di euro.

*d) Finanziamenti agevolati a favore delle Pmi per la realizzazione di iniziative promozionali per la prima partecipazione ad una fiera e/o mostra sui mercati extra UE - marketing e/o promozione del marchio italiano - (legge 133 del 2008, art. 6, comma 2, lettera c - decreto ministeriale del 21/2012, art. 3, comma 1, lett. c2)*

Secondo il nuovo intervento agevolativo destinato alle Pmi per la prima partecipazione a fiere o mostre in uno o più mercati *extra* UE, nel 2014 il Comitato Agevolazioni ha accolto complessivamente 5 operazioni per circa 0,2 milioni di euro.

Le fiere per le quali è stato richiesto l'intervento hanno interessato gli EAU, gli Stati Uniti, il Giappone, la Russia, il Brasile ed il Marocco

## Novità introdotte a valere sul Fondo *ex lege* 394 del 1981

Nel luglio 2014 sono stati introdotti i nuovi strumenti agevolativi di Simest in favore delle Pmi. Per quanto riguarda gli strumenti già operativi a valere sul Fondo *ex lege* 394 del 1981, ovvero inserimento sui mercati esteri, studi di prefattibilità, fattibilità e assistenza tecnica, sono state apportate alcune modifiche.

Torna infatti a essere attiva con nuove modalità la patrimonializzazione ed è entrato in vigore il finanziamento agevolato per la prima partecipazione a manifestazioni fieristiche sui mercati *extra* UE.

Per tutti i finanziamenti qui descritti il tasso di interesse è pari al 15% del tasso di riferimento previsto dalla normativa comunitaria, che non può in ogni caso essere inferiore allo 0,50% annuo.

### *Finanziamenti agevolati per programmi di inserimento sui mercati esteri extra UE*

Le modifiche si riferiscono all'ammissibilità delle spese per interventi vari, che passano dal 25% al 30% della somma delle spese per funzionamento e attività promozionali e all'importo del finanziamento che non può essere superiore al 25% della media del fatturato degli ultimi 3 esercizi. La durata complessiva è di 6 anni di cui 2 di preammortamento e 4 di rimborso del capitale. Infine le garanzie rilasciate dalle Pmi devono coprire almeno il 40% dell'importo del finanziamento, laddove soddisfino i criteri valutativi individuati ed approvati dal Comitato Agevolazioni.

### *Finanziamenti agevolati per studi di prefattibilità e fattibilità e programmi di assistenza tecnica collegati a investimenti italiani in paesi extra UE*

Le principali modifiche riguardano l'importo finanziabile, che non può eccedere il 12,5% della media del fatturato degli ultimi tre anni, e le garanzie rilasciate dalle Pmi, che devono coprire

almeno il 40% dell'importo del finanziamento, laddove soddisfino i criteri valutativi individuati ed approvati dal Comitato Agevolazioni.

#### *Finanziamenti agevolati per la patrimonializzazione delle Pmi esportatrici*

Finalità del finanziamento è migliorare la solidità patrimoniale delle Pmi esportatrici, per accrescere la loro capacità competitiva sui mercati esteri. Per usufruire del finanziamento, le imprese costituite in forma di società per azioni al momento dell'erogazione devono presentare il loro piano di sviluppo sui mercati esteri.

A seguito delle modifiche attuative introdotte nel 2014 possono richiedere il finanziamento tutte le Pmi, che abbiano realizzato in ciascuno dei tre esercizi finanziari precedenti la presentazione della domanda, un fatturato estero pari, in media, ad almeno il 35% del fatturato aziendale totale. L'importo massimo finanziabile è di 300.000 euro, calcolato nel rispetto della normativa comunitaria *de minimis* e nel limite del 25% del patrimonio netto dell'impresa richiedente.

Ai fini del finanziamento è individuato un livello di solidità patrimoniale di riferimento, o livello soglia, costituito dal rapporto tra patrimonio netto e attività immobilizzate nette. Il livello soglia, posto uguale a 0,80 per le imprese industriali e/o manifatturiere e a 1,00 per le imprese commerciali e di servizi, è calcolato sull'ultimo bilancio approvato dall'impresa prima dell'esame della domanda di finanziamento ed è definito livello d'ingresso. L'impresa può presentare domanda qualunque sia il suo livello d'ingresso rispetto al livello soglia (inferiore, uguale o superiore). Non sono ammissibili al finanziamento domande di imprese con un livello soglia superiore a 2,00. L'obiettivo del finanziamento è quello di raggiungere, superare, mantenere o migliorare il livello di solidità patrimoniale, o livello soglia, calcolato sull'ultimo bilancio depositato.

L'erogazione del 100% del finanziamento concesso avviene in un'unica *tranche*, entro 6 mesi dalla data di stipula del contratto di finanziamento.

#### *Finanziamenti agevolati a favore delle Pmi per la realizzazione di iniziative promozionali per la prima partecipazione a manifestazioni fieristiche o mostre in mercati extra UE*

Il finanziamento, destinato alle Pmi, ha la finalità di incentivare la prima partecipazione ad una manifestazione fieristica o mostra sui mercati *extra UE*. Ogni singola domanda deve riguardare uno o più eventi da realizzarsi al massimo in tre paesi di destinazione.

Le spese ammissibili al finanziamento sono le seguenti.

- Spese di funzionamento, come ad esempio affitto spazio espositivo e suo allestimento e personale esterno
- Spese per attività promozionali, come ad esempio consulenze, materiale pubblicitario, *workshop* e similari riconducibili alla fiera/mostra
- Spese per interventi vari.

L'importo massimo finanziabile è di 100.000 euro per ciascuna Pmi o aggregazione di Pmi riconducibili alla stessa proprietà e 300.000 euro per aggregazioni di Pmi non riconducibili alla stessa proprietà. Il finanziamento può coprire fino a un massimo dell'85% dell'importo delle spese indicate nella scheda programma e può essere concesso per un importo non superiore a quello consentito dall'applicazione della normativa comunitaria *de minimis*. In ogni caso, il finanziamento non può superare il limite del 12,5% della media del fatturato degli ultimi 3 esercizi. La durata complessiva è di 4 anni di cui 2 di preammortamento, per soli interessi, e 2 di rimborso del capitale.

## 7.2.3 Sace\*

### Introduzione

Nonostante diversi elementi di fragilità e rischi al ribasso che permangono nel contesto internazionale, la ripresa economica si sta rafforzando in diversi paesi.

Anche a causa di queste incertezze le previsioni sulla crescita mondiale per il 2015 sono state riviste al ribasso.<sup>31</sup>

In questo contesto le società del credito all'esportazione come Sace continuano a supportare la domanda globale e gli investimenti esteri, favorendo gli scambi internazionali.<sup>32</sup> La funzione di garanzia del credito è rilevante per l'operatività degli istituti bancari, soprattutto nell'ottica degli accordi di Basilea III e dei requisiti di capitale previsti dall'Unione bancaria europea.

Nel 2014, in un contesto di crescita del valore del commercio mondiale di beni in valore dello 0,7 per cento, a 18.950 miliardi di dollari, i nuovi impegni assunti dai membri della Berne Union<sup>33</sup> sono aumentati del 3,8 per cento, sfiorando 2.000 miliardi di dollari, tra supporto a esportazioni, con dilazioni a breve e medio-lungo termine, e a investimenti diretti esteri (Ide). L'assicurazione a breve termine continua a rappresentare la voce principale (circa l'85 per cento), in crescita del 4,1 per cento.

L'assicurazione per il rischio di credito di medio-lungo periodo è cresciuta del 3,4 per cento, passando a 166,3 miliardi di dollari. I principali paesi per cui sono state richieste coperture sono Stati Uniti, Argentina, Turchia e Arabia Saudita: insieme contano per 37,5 miliardi di dollari di esportazioni assicurate da membri della Berne Union. Sono diminuiti dell'1 per cento gli indennizzi associati a queste coperture pagati dalle società di assicurazione dell'export (circa 2,4 miliardi di dollari); Iran, Russia e Ucraina sono i tre paesi con i volumi maggiori di insolvenza.

L'assicurazione dei rischi politici per gli investimenti all'estero è l'unica voce che ha registrato nel corso dell'anno una riduzione nelle nuove richieste per coperture (-0,7 per cento), fermandosi a 99 miliardi di dollari.<sup>34</sup> Le nuove coperture per rischi politici hanno in particolare interessato Kazakistan, Cina e Brasile, per il 23 per cento del totale.

### Attività e risultati del Gruppo Sace nel 2014

Anche nel 2014, in un contesto macroeconomico caratterizzato da una crescita ancora debole e da numerose crisi geopolitiche, Sace ha rafforzato il proprio ruolo. A livello consolidato, Sace ha sostenuto nuove operazioni per circa 24,7 miliardi di euro, registrando 390,4 milioni di euro di premi lordi e un utile netto di 470,5 milioni di euro (+36,3 per cento rispetto al 2013). Gli indennizzi liquidati, al netto della riassicurazione, ammontano a livello consolidato a 378,3 milioni di euro, in lieve aumento rispetto all'anno precedente (grafici 7.15 e 7.16).

\* Redatto da Ivano Gioia e Stefano Gorissen, Sace.

<sup>31</sup> Vedi Capitolo 1, *supra*.

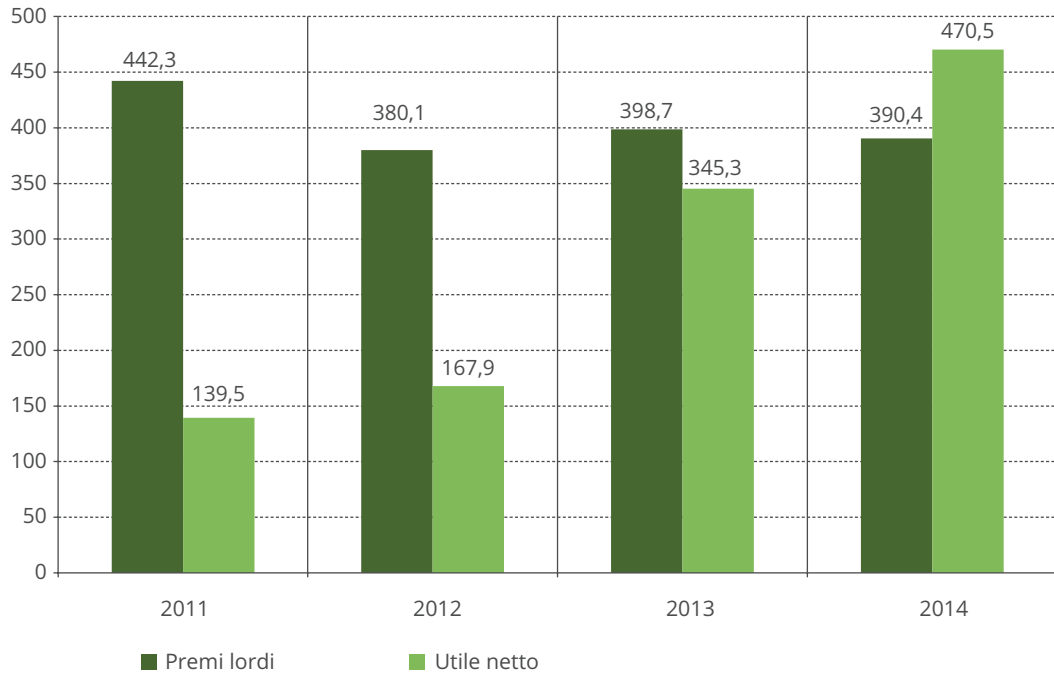
<sup>32</sup> L'assicurazione del credito all'esportazione consente a esportatori e banche di concedere linee di credito ad acquirenti in paesi stranieri, favorendo in questo modo le transazioni internazionali.

<sup>33</sup> Organizzazione internazionale che riunisce le principali società per il credito all'esportazione del mondo e articolata in tre comitati: Breve Termine, Medio-Lungo Termine e Investimenti. Per copertura a breve termine si intende l'assicurazione per una durata inferiore ai 2 anni.

<sup>34</sup> In questo caso i rischi coperti sono quelli politici associati all'esproprio, agli atti violenti e alle restrizioni nell'accesso alla valuta.

**Grafico 7.15 - Premi lordi e utile netto consolidati del Gruppo Sace**

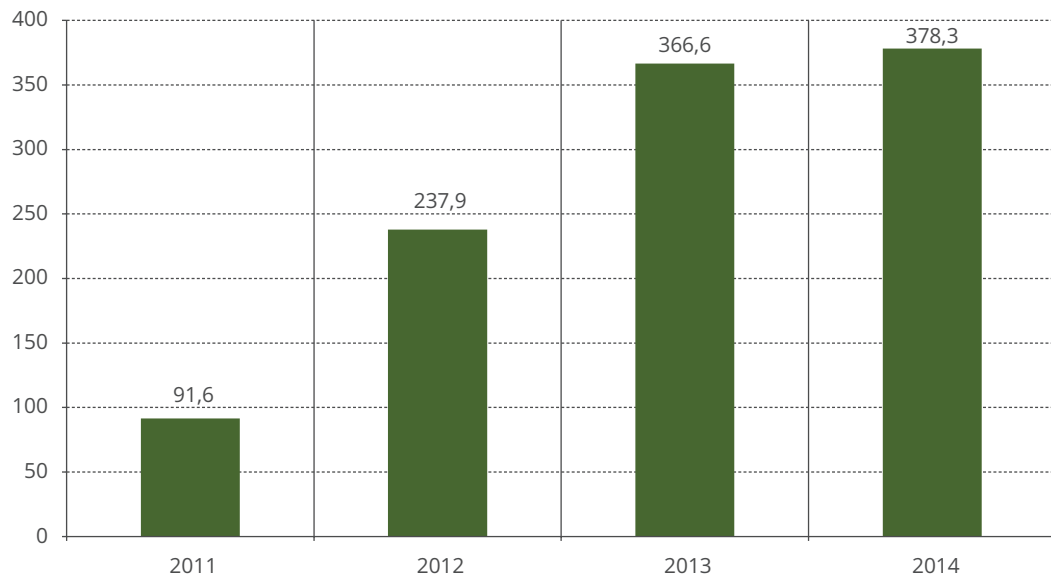
Milioni di euro



Fonte: Sace

**Grafico 7.16 - Sinistri liquidati consolidati del Gruppo Sace<sup>(1)</sup>**

Milioni di euro



<sup>(1)</sup> Al netto della riassicurazione

Fonte: Sace





La capogruppo Sace Spa ha deliberato nuove garanzie per 10,9 miliardi di euro, in aumento del 25,7 per cento rispetto al 2013. Queste attività hanno generato 312,6 milioni di euro di premi lordi, riconducibili principalmente agli strumenti del credito acquirente, delle garanzie finanziarie e della polizza credito fornitore, con un rafforzamento dell'attività più tradizionale, quella del credito alle esportazioni, sopra al 76 per cento del totale (tavola 7.19). L'utile netto è stato pari a 383,1 milioni di euro, in crescita del 38 per cento, mentre il patrimonio netto si è attestato a circa 5 miliardi di euro, in lieve aumento rispetto all'anno precedente.

#### Tavola 7.19 - Operazioni Sace per settore di attività

Valori in milioni di euro e pesi percentuali

|                             | Valori       |              |               | Pesi percentuali |              |              |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|------------------|--------------|--------------|
|                             | 2012         | 2013         | 2014          | 2012             | 2013         | 2014         |
| Credito all'esportazione    | 5.365        | 6.247        | 8.333         | 63,0             | 71,8         | 76,2         |
| Investimenti diretti esteri | 8            | 1            | 225           | 0,1              | 0,0          | 2,1          |
| Internazionalizzazione      | 1.009        | 775          | 1.575         | 11,8             | 8,9          | 14,4         |
| <i>Market window</i>        | 2.137        | 1.680        | 804           | 25,1             | 19,3         | 7,4          |
| <b>Totale</b>               | <b>8.520</b> | <b>8.704</b> | <b>10.937</b> | <b>100,0</b>     | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Fonte: Sace

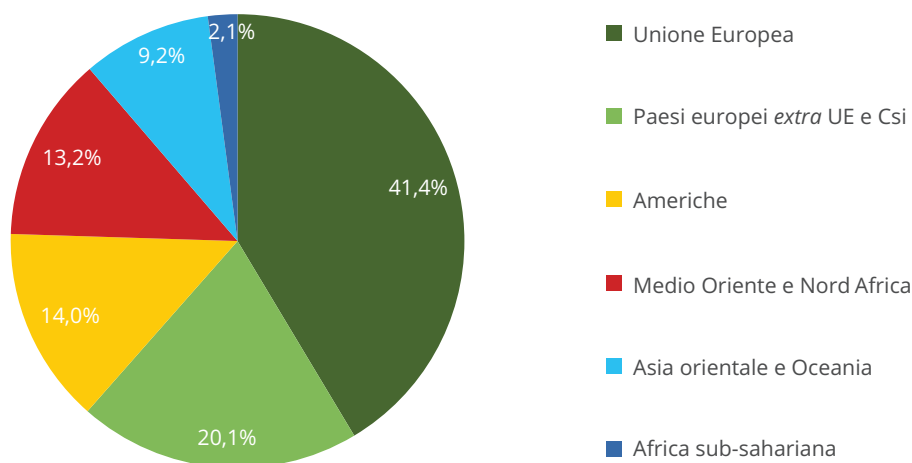
I nuovi impegni assunti nel 2014 dalla capogruppo si riferiscono principalmente a controparti in Unione Europea (54,1 per cento) e Americhe (22,8 per cento). Questa esposizione è rivolta in particolare al settore crocieristico, che rappresenta il 20,7 per cento delle nuove garanzie deliberate, seguito dai settori infrastrutture e costruzioni (16,8 per cento), *oil and gas* (10,2 per cento) ed elettrico (8,7 per cento). La meccanica strumentale è al primo posto tra i settori sostenuti, dal punto di vista della numerosità delle operazioni assicurate e garantite.

Nel corso del 2014 la capogruppo Sace ha liquidato sinistri per 339,1 milioni di euro (+8,6 per cento), relativi principalmente a indennizzi corrisposti per operazioni assicurate in Iran, a seguito delle difficoltà delle controparti locali a onorare i pagamenti a causa delle sanzioni imposte da Onu e Ue. I sinistri di natura commerciale hanno interessato soprattutto i settori siderurgico e meccanico e si riferiscono principalmente a debitori ucraini, polacchi e iraniani. Gli incassi registrati da Sace per recuperi politici ammontano invece a 152,4 milioni di euro, in linea con il 2013, e si riferiscono principalmente a crediti vantati nei confronti di Iraq, Egitto, Cuba e Argentina. I recuperi commerciali sono pari a 21,6 milioni di euro, in aumento dai 7,8 milioni dell'esercizio precedente.

L'esposizione totale della capogruppo ammonta, a fine 2014, a 37,7 miliardi di euro (+6,4 per cento rispetto a fine 2013).<sup>35</sup> L'analisi per area geo-economica evidenzia una maggiore esposizione verso i paesi dell'Unione Europea (41,4 per cento), e in particolare verso l'Italia, al primo posto in termini di concentrazione con un peso relativo del 28,6 per cento, in virtù delle operazioni di garanzia per i finanziamenti volti a favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane. L'esposizione diminuisce dal 21 per cento al 20,1 per cento nei Paesi europei *extra* UE e della Comunità degli Stati Indipendenti, mentre resta stabile nelle altre aree geografiche. L'analisi per settore continua a registrare la prevalenza dell'*oil and gas*; aumenta l'esposizione nelle infrastrutture e costruzioni (dal 15,4 per cento al 15,9 per cento) e nel crocieristico (dal 10,6 per cento al 13,1 per cento).

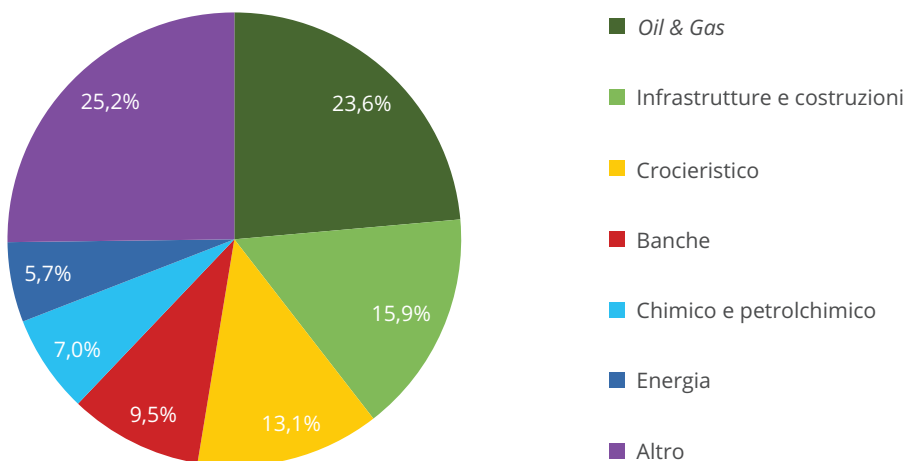
<sup>35</sup> L'esposizione è calcolata come somma dei crediti e delle garanzie perfezionate in quota capitale e interessi.

**Grafico 7.17 - Esposizione totale di Sace per area geo-economica al 31 dicembre 2014**



Fonte: Sace

**Grafico 7.18 - Portafoglio garanzie di Sace per settore industriale al 31 dicembre 2014**



Fonte: Sace

Sace Bt, società-prodotto specializzata in assicurazione del credito, cauzioni e rischi della costruzione, ha registrato un'esposizione complessiva di 36,4 miliardi al 31 dicembre 2014. Nel corso dell'anno ha assicurato circa 13,1 miliardi di euro, tra ramo credito (Italia ed estero) e ramo cauzioni, e totalizzato complessivamente 79 milioni di euro in premi lordi. Sace Bt ha chiuso l'esercizio in utile per circa 1 milione di euro, in miglioramento rispetto al risultato negativo del 2013, in linea con il forte miglioramento della sinistrosità dovuto sia all'adozione di politiche prudenziali di assunzione e gestione dei rischi sia di graduale ripresa della congiuntura. Il risultato consolida il contributo positivo di Sace Srv, attiva nella gestione dei *dossier* informativi strumentali alla valutazione del rischio controparte e nelle attività di recupero crediti, che ha registrato un utile netto di 400 mila euro.



Sace Fct, la società di *factoring* del gruppo, ha registrato un monte crediti di 1,5 miliardi di euro a fine 2014.<sup>36</sup> Il fatturato sviluppato nel 2014 è pari a 2,7 miliardi di euro, in aumento del 46,1 per cento, in linea con una ripresa particolarmente positiva del mercato nella prima parte dell'anno. Sono stati maggiormente interessati dalle attività di smobilizzo dei crediti i settori energia, edilizia e pubblico. Relativamente ai debitori, il settore maggiormente interessato è quello della Pubblica Amministrazione, che rappresenta il 62 per cento del totale; la quota delle controparti private, pari al restante 38 per cento, risulta tuttavia in crescita. Sace Fct ha chiuso il suo quinto anno di esercizio con un utile di 15,8 milioni di euro (+4,4 per cento rispetto al 2013).

### Risultati e novità nel 2014 e 2015

Con il 2014 si sono chiusi i primi dieci anni dalla trasformazione di Sace in società per azioni. In questi anni Sace ha assistito oltre 25 mila aziende, in prevalenza Pmi, ha esteso il perimetro di attività da 89 a 189 paesi, ha incrementato il portafoglio di operazioni assicurate da 14 a 74 miliardi di euro, e smobilizzato oltre 9 miliardi di euro di crediti vantati dalle imprese in prevalenza verso la Pubblica Amministrazione. Oltre ai 13 uffici e alle 42 agenzie distribuite su tutto il territorio italiano, Sace ha costruito in questi anni un *network* internazionale, che presidia i mercati a maggior potenziale (Brics, Romania, Turchia, Messico e, a breve, Emirati Arabi Uniti) e consolida rapporti strategici e *partnership* con banche, controparti e istituzioni locali.

In uno scenario caratterizzato da cambiamenti strutturali nelle dinamiche del commercio internazionale e dei mercati finanziari, Sace ha riconfigurato la propria offerta e introdotto strumenti innovativi destinati all'intera filiera dell'internazionalizzazione. Oltre ai prodotti più tradizionali, come credito all'esportazione, *project finance*, assicurazione del credito, assicurazione del rischio politico, cauzioni, garanzie finanziarie, protezione dei rischi della costruzione e *factoring*, nel corso del 2014 l'offerta Sace è stata integrata da importanti novità per coprire tutta la *value chain*.

Per aiutare le aziende a superare l'impasse della crisi di liquidità, Sace ha valorizzato le sinergie con le sue società-prodotto: Trade Finance è il nuovo servizio che lega direttamente l'assicurazione dei crediti (sia a breve che a medio-lungo termine) ai vantaggi dell'anticipazione dei crediti del *factoring*. Con l'obiettivo di proporre fonti di finanziamento alternative al sistema bancario, è nato Fondo sviluppo export, il nuovo fondo dalla capacità complessiva di 350 milioni di euro dedicato alla sottoscrizione di titoli obbligazionari emessi da imprese italiane non quotate – soprattutto Pmi – con vocazione all'export e all'internazionalizzazione e garantito da Sace.

Agli inizi del 2015 Sace ha collocato con successo la sua prima emissione obbligazionaria subordinata perpetua, pari a 500 milioni di euro, riscontrando l'interesse di 280 investitori istituzionali internazionali, con ordini per circa 3 miliardi di euro, pari a 6 volte l'offerta. Due terzi dei titoli sono stati allocati a investitori esteri.

È stato attivato il servizio di *Advisory*, per accompagnare le Pmi meno esperte nella loro avventura sui mercati internazionali. In questa direzione, Sace ha lanciato la prima edizione del Programma Frontier Markets, dedicata ai paesi dell'Africa sub-Sahariana. Il Programma ha l'obiettivo di individuare e far conoscere mercati emergenti ad alto potenziale e aprire nuove destinazioni di riferimento per export e investimenti italiani. Si propone inoltre di offrire alle imprese un percorso di crescita attraverso sessioni formative, accesso al *network* di Sace e conoscenza degli strumenti per la gestione dei rischi.

<sup>36</sup> Il monte crediti è inteso come l'ammontare complessivo dei crediti acquistati al netto dei crediti incassati e delle note di credito.

Nei primi mesi del 2015, a seguito di un *tender* internazionale indetto dal governo della Georgia, Sace si è aggiudicata il contratto di *advisory* per la costituzione e l'avvio delle attività della nuova agenzia di *export credit* del Paese caucasico. L'aggiudicazione del contratto di *advisory* rappresenta un nuovo riconoscimento dell'esperienza maturata da Sace in dieci anni nel campo dell'*advisory* e dell'assistenza tecnica rivolta ai nuovi operatori dei mercati emergenti. Sace ha fornito assistenza per la creazione e lo sviluppo di Agenzie di *export credit* e altre istituzioni finanziarie in diversi mercati emergenti in Medio Oriente, Nord Africa, Europa dell'Est e Asia. Altre iniziative sono attualmente allo studio in nuove geografie, tra cui l'Africa sub-sahariana.

Sace ha infine rinnovato la sua immagine digitale con un nuovo sito *web* con contenuti multimediali interattivi, in cui il protagonista è l'impresa e le sue storie di successo. Il sito offre un accesso all'offerta di Sace, consentendo di richiedere coperture assicurative e pareri preliminari direttamente *on line*. Sul nuovo sito sono anche fruibili strumenti informativi e operativi a supporto delle strategie aziendali come i Country Risk Update, Frontiers, la Country Risk Map, il Rapporto Export e la nuova Export Map – la mappa delle opportunità per le esportazioni italiane nel mondo.

## Export Opportunity Index: su quali mercati puntare?<sup>1</sup>

di Stefano Gorissen\*

*In un mondo sempre più aperto agli scambi commerciali e soggetto a una volatilità superiore al passato, occorre disporre di strumenti che consentano alle imprese di individuare le opportunità di internazionalizzazione e vendita all'estero con prontezza e rapidità. Per agevolarle in questo compito, Sace ha sviluppato l'Export Opportunity Index, un nuovo indicatore che individua i Paesi che presentano le migliori opportunità per l'export italiano. Il punteggio assegnato a ciascun Paese varia da 0 a 100 (rispettivamente opportunità nulla e massima).*

*Le opportunità per l'export italiano sono numerose: trentanove Paesi di tutti i continenti presentano un punteggio superiore a 65. Si tratta di mercati che già rappresentano il 73 per cento dell'export della penisola, e che possono essere meglio presidiati dalle nostre imprese. Tra le economie avanzate troviamo Stati Uniti, Regno Unito, Germania e Belgio. Le aree da approcciare con più decisione sono il Medio Oriente (Emirati Arabi, Qatar e Arabia Saudita) e l'Asia (dalla Corea del Sud alla Malaysia, passando per Cina e India).<sup>2</sup>*

**Tavola 1 - Export Opportunity Index**

Paesi con punteggio superiore a 70

| Paese                 | Punteggio |
|-----------------------|-----------|
| Arabia Saudita        | 85        |
| Regno Unito           | 79        |
| Emirati Arabi Uniti   | 78        |
| Germania              | 78        |
| Belgio                | 77        |
| Algeria               | 76        |
| Corea del Sud         | 75        |
| Qatar                 | 74        |
| Australia             | 74        |
| Paesi Bassi           | 74        |
| Cina                  | 74        |
| Stati Uniti d'America | 72        |
| Indonesia             | 71        |
| India                 | 71        |
| Norvegia              | 71        |
| Singapore             | 70        |
| Turchia               | 70        |
| Spagna                | 70        |
| Marocco               | 70        |
| Francia               | 70        |
| Repubblica Slovacca   | 70        |

Fonte: Sace.

\* Studi Economici, Sace Spa.

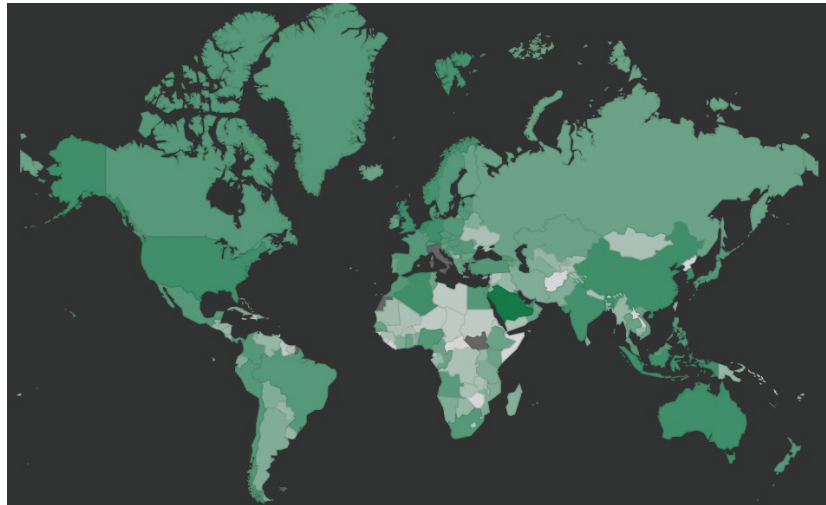
<sup>1</sup> Contributo basato su Re-start Rapporto Export 2015/2018, presentato dall'Ufficio Studi di Sace Spa a maggio 2015.

<sup>2</sup> I punteggi sui singoli paesi sono disponibili alla pagina web [www.Sace.it/#exportmap](http://www.Sace.it/#exportmap).



Questo nuovo indice è stato incluso in uno strumento interattivo: l'Export Map. L'intenzione è di mettere a disposizione delle imprese informazioni per agevolare il processo di internazionalizzazione. Oltre all'Export Opportunity Index, sono disponibili due anni di storico e le previsioni del Rapporto Export per tutti i settori;<sup>3</sup> il potenziale export aggiuntivo e le quote nel Paese dell'Italia e dei suoi principali concorrenti. Per rendere da un punto di vista grafico il differente grado di opportunità si è scelto di usare dieci diverse tonalità di verde; all'aumentare del punteggio del paese, aumenta l'intensità del colore (Cartogramma 1).

**Cartogramma 1 - Export Map**



Fonte: Sace

### Nota metodologica

L'indice è calcolato attraverso la ponderazione di quattro variabili, come indicato di seguito:

**Tavola 2 - Variabili utilizzate per il calcolo dell'Export Opportunity Index**

| Variabile  | Anno di riferimento             | Fonte                               |
|--|---------------------------------|-------------------------------------|
| Totale beni esportati dall'Italia nel paese in valore                      | 2014                            | Istat                               |
| Tasso di crescita medio dell'export italiano verso il paese <sup>(1)</sup> | 2011-2018                       | Istat e previsioni Oxford Economics |
| Concentrazione delle importazioni del Paese <sup>(2)</sup>                 | 2013                            | Nazioni Unite                       |
| Quota dell'Italia sull'import del Paese <sup>(3)</sup>                     | Ultimo disponibile per il Paese | UN Comtrade                         |

<sup>(1)</sup> Il tasso di crescita medio dell'export italiano considerato è: i) fino al 2018 per le destinazioni di cui Sace dispone di previsioni (63 paesi, inclusi nel Rapporto Export); ii) fino al 2014 per i restanti paesi.

<sup>(2)</sup> La variabile in esame è il *Partner concentration of trade* (dato sull'import) delle Nazioni Unite.

<sup>(3)</sup> Il punteggio per la quota dell'Italia sull'import del paese dal mondo è calcolato dando maggiore rilevanza alle quote di mercato intermedie (comprese tra 2% e 4%), che indicano sia una buona presenza italiana sia il potenziale di acquisire una quota maggiore.

In una minoranza di casi, riferita peraltro a paesi marginali, il punteggio ottenuto è ulteriormente aggiustato da una valutazione qualitativa, in modo da tenere conto degli eventi politici ed economici.

Fonte: Sace.

<sup>3</sup> I settori per cui Sace produce delle previsioni sono: Alimentari e bevande, Altra agricoltura, Prodotti in legno, Tessile e abbigliamento, Altri consumi, Estrattiva, Chimica, Gomma e plastica, Metalli, Meccanica strumentale, Apparecchi elettrici, Mezzi di trasporto, Altri investimenti.

## 7.3 Monitoraggio e valutazione

### 7.3.1 Valutazione e *customer satisfaction* all'Ice\*

Da qualche anno l'Ice rileva e valuta in modo sistematico, in ottemperanza al dettato della legge 150 del 2009, la *performance* della struttura. Tale attività si basa su un piano annuale che fissa gli obiettivi e i metodi dell'esercizio. Nel 2014 sono stati 100 gli indicatori misurati dalla Struttura tecnica permanente (Stp), in collaborazione con 85 unità organizzative dell'Agenzia, 23 a Roma, 1 a Milano e 61 all'estero.<sup>37</sup> La Stp ha misurato sia la *performance* degli obiettivi strategici, sia quella dei piani operativi di ciascuna unità organizzativa, comparando i valori registrati ai *target* stabiliti *ex ante*. Gli obiettivi strategici per il 2014, in ordine decrescente di importanza nella ponderazione, erano i seguenti.

- Accrescere il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane migliorando l'offerta di servizi e ampliando l'utenza dell'Agenzia
- Semplificare i processi di lavoro, garantendo la trasparenza e l'economicità dell'azione amministrativa
- Promuovere l'immagine dell'Ice potenziando la comunicazione e favorire l'integrazione del Sistema Italia

In una scala da 0 a 100 il risultato complessivo dell'Ice nel 2014 è stato di 94,77.

Sembra opportuno in questa sede dare conto in maniera sintetica anche di tre delle principali rilevazioni di *customer satisfaction* (Cs) effettuate dall'Ice e dal Mse su aspetti particolari delle attività non solo dell'Agenzia ma, nel caso del Mse, anche di Sace e Simest (si veda riquadro in merito, *infra*). Peraltro le prime due rilevazioni di seguito schematicamente illustrate fanno parte integrante del processo di valutazione della *performance*.

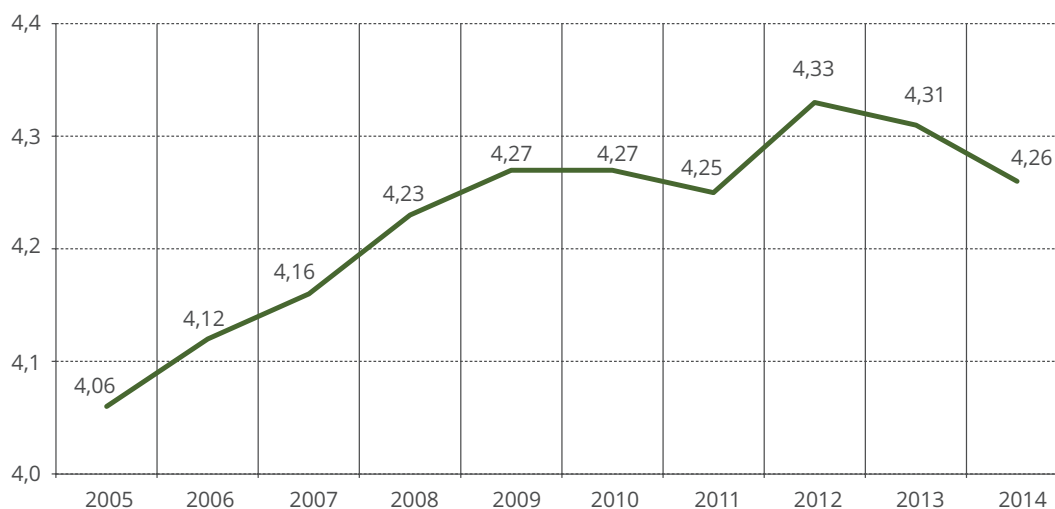
I risultati delle rilevazioni di Cs eseguite attraverso la somministrazione di questionari *ad hoc* in occasione degli eventi promozionali realizzati nel corso del 2014 hanno testimoniato il gradimento delle imprese nei confronti dell'attività messa in campo dall'Ice per supportare il *Made in Italy* sui mercati esteri. Il giudizio complessivo espresso dalle imprese partecipanti sui servizi offerti ha fatto registrare anche nel 2014 un livello elevato, pari a 4,26 punti in una scala da 1 a 5, con un lieve calo, il secondo consecutivo, che l'ha riportato attorno al livello del 2011 (grafico 7.19). Le imprese hanno inoltre espresso, in grande maggioranza (oltre l'80 per cento), l'intenzione di continuare a prendere parte a edizioni successive degli eventi oggetto di rilevazione.

\* Redatto da Marco Saladini, Ice.

<sup>37</sup> Per visionare la documentazione completa relativa al processo di valutazione si consulti la sezione *Amministrazione trasparente* del sito [www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it).

**Grafico 7.19 - Soddisfazione complessiva dei partecipanti alle attività promozionali dell'Ice**

Media semplice, scala da un minimo di 1 a un massimo di 5



Fonte: Ice

La seconda edizione della rilevazione di Cs sui servizi a corrispettivo erogati dalla rete estera dell'Ice nel 2014 ha evidenziato un lieve miglioramento del giudizio complessivo, salito a 4,06 punti in una scala da 1 a 5, rispetto a 3,95 nel 2013 (tavola 7.20).<sup>38</sup> Le imprese clienti hanno particolarmente apprezzato la prestazione degli uffici siti nei paesi *maturi lontani* ed *emergenti lontani*. La soddisfazione complessiva, misurata come somma delle percentuali dei clienti che hanno espresso un voto pari a 4 o 5, è aumentata anch'essa, da 77 a 80,1, mentre in leggero calo si sono mostrate alcune delle sue principali componenti, come professionalità e riservatezza (da 88,6 a 86,9) e tempi di organizzazione ed erogazione (da 82,7 a 78,5); stazionaria è apparsa la valutazione sulla risposta alle esigenze e adeguatezza della proposta di servizio (73,7). L'indagine offre molti spunti di riflessione ai fini del migliore impiego delle risorse date.

**Tavola 7.20 - Indagine di customer satisfaction sui clienti dei servizi Ice**

Percentuale dei partecipanti che ha espresso un voto pari a 4 o 5, salvo ove altrimenti indicato

| Cluster geo-economici | Servizio e sue caratteristiche |                              |                   |   |                           | Ufficio e organizzazione       |  |                                       |  |                           |
|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|-------------------|---|---------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------------|--|---------------------------|
|                       | Accuratezza e completezza      | Attendibilità e affidabilità | Personalizzazione | Servizio utile per crescita business nel mercato <sup>(1)</sup> | Soddisfazione complessiva | Professionalità e riservatezza | Risposta a esigenze e adeguatezza proposta | Tempi di organizzazione ed erogazione | Performance ufficio: voto medio <sup>(2)</sup> | Soddisfazione complessiva |
| Maturi vicini         | 70,2                           | 64,9                         | 54,4              | 30,7  | 69,3                      | 82,6                           | 68,0                                       | 77,5                                  | 4,0  | 77,6                      |
| Emergenti vicini      | 65,8                           | 68,8                         | 65,0              | 35,0  | 71,4                      | 86,9                           | 73,1                                       | 75,8                                  | 3,9  | 76,8                      |
| Maturi lontani        | 81,5                           | 81,0                         | 70,1              | 51,6  | 84,8                      | 90,4                           | 81,4                                       | 83,9                                  | 4,3  | 87,2                      |
| Emergenti lontani     | 67,1                           | 66,5                         | 63,9              | 32,3  | 73,4                      | 85,7                           | 69,4                                       | 77,2                                  | 4,0  | 77,4                      |
| Media generale 2014   | 71,4                           | 71,3                         | 64,5              | 38,6  | 75,5                      | 86,9                           | 73,7                                       | 78,5                                  | 4,1  | 80,1                      |
| Media generale 2013   | 74,9                           | 70,2                         | 60,7              | 35,9  | 69,5                      | 88,6                           | 73,7                                       | 82,7                                  | 4,0  | 77,0                      |

(1) Somma risposte abbastanza, molto e moltissimo.

(2) Da 1 a 5.

Fonte: rilevazione Pragma

<sup>38</sup> Per un'illustrazione della metodologia seguita per la rilevazione sui servizi a corrispettivo dell'Ice si veda il riquadro in merito nella precedente edizione di questo *Rapporto*, a pagina 483.



Il giudizio complessivo di Cs in merito ai servizi di formazione erogati dall'Ice nel 2014 è stato elevato, pari a 4,3 in una scala da 1 a 5, testimoniando tra l'altro il gradimento verso le iniziative di tipo innovativo messe in atto, cui ha partecipato circa il 40 per cento delle imprese servite.

## Indagine per la valutazione della qualità dei servizi offerti da Ice, Sace e Simest

di Paolo Bulleri e Fabio Giorgio\*

Lo scorso gennaio sono stati resi noti i risultati dell'indagine qualitativa, commissionata dal Ministero dello Sviluppo economico e condotta dalla società Swg, concernente la valutazione da parte degli utenti dei servizi offerti dall'Ice, da Sace e da Simest. A tal fine sono stati intervistati, su base campionaria, imprenditori e/o *manager* responsabili di imprese che hanno usufruito dei servizi delle tre società. I colloqui sono serviti da un lato per comprendere meglio i punti di forza e debolezza dei servizi offerti, dall'altro per individuare le aree di miglioramento attese dagli utenti e/o le aree cosiddette *bianche di mercato*, ossia servizi non attualmente presidiati nell'ambito del perimetro di attività dei tre soggetti.

Le variabili considerate sono state le seguenti.

- Conoscenza e fruizione dei prodotti
- Aspetti di *customer satisfaction*, quali ad esempio competenza del personale, flessibilità delle soluzioni proposte, soddisfazione delle aspettative del cliente, accessibilità
- Costi dei servizi
- Rapporti e flusso delle informazioni, come, ad esempio, chiarezza, facilità di accesso, qualità ed esaustività
- Tempi di risposta ed evasione

La valutazione media emersa dall'utenza è stata abbastanza o molto positiva per tutte e tre le società: in particolare Simest è quella che ha ottenuto il punteggio più elevato (7,8, in una scala da 1 a 10), seguita da Sace (7,4) e Ice (6,8).

Dal punto di vista della valutazione più strettamente qualitativa ed organizzativa da parte dell'utenza, riportiamo di seguito una breve sinossi dei giudizi espressi per ciascun ente, ponendo in risalto sia le caratteristiche positive che le aree di possibile miglioramento.

### Simest

Dal campione è emersa una valutazione complessiva molto positiva. I rapporti con i clienti risultano, infatti, buoni. Tra i punti di forza sono stati evidenziati la competenza del personale, la

\* Ministero dello Sviluppo economico.

capacità di fornire soluzioni aderenti alle esigenze delle imprese clienti e la competitività dei tassi applicati rispetto all'offerta di mercato. Le aree di miglioramento segnalate sono state l'accessibilità, la flessibilità e la semplicità delle procedure.

### Sace

Anche in questo caso è emersa una valutazione globale più che positiva. I rapporti con i clienti risultano buoni, anche con chi ha visto respingere la propria domanda. Come per Simest, tra i punti di forza vengono segnalate la competenza del personale e la capacità di fornire soluzioni adeguate rispetto alle esigenze di assicurazione e riassicurazione presentate dalle imprese. In questo caso, tra le aree di miglioramento sono stati posti in rilievo i lunghi tempi di risposta e di evasione delle pratiche, il costo elevato concernente l'entità dei premi e la complessità delle procedure da affrontare.

### Ice

In questo caso, il giudizio dell'utenza è stato di larga sufficienza. Si tratta di un risultato positivo, tenendo conto di alcuni elementi di contesto obiettivi, come la prolungata fase di radicale riorganizzazione in cui l'Agenzia si è trovata negli ultimi anni a operare, ma anche del profilo notevolmente diverso d'utenza rispetto ai clienti di Sace e di Simest. Si rivolgono infatti all'Ice aziende mediamente più piccole, spesso neofite rispetto ai mercati internazionali o con una presenza all'estero ancora da consolidare e strutturare. Tra i punti di forza segnalati rispetto dalle imprese in questo caso vi è la competenza del personale, la chiarezza delle condizioni contrattuali e l'accessibilità multicanale alle informazioni. Viceversa, vengono segnalati come migliorabili la qualità della rete dei contatti all'estero forniti alle imprese e la capacità di assicurare un adeguato *follow-up* alle iniziative promozionali.

## Il sostegno all'internazionalizzazione: le caratteristiche strutturali dell'utenza Ice e la sua distribuzione per tipo di servizi

di Cristina Castelli\*, Laura Esposito\*\*, Renan Sacilotto\* e Lorenzo Soriani\*\*

*Il rapporto Efim (2007) ricorda, in apertura, che i protagonisti del commercio estero non sono i paesi ma le imprese, per cui solo approfondendo i diversi aspetti a livello aziendale è possibile disegnare delle buone politiche.<sup>1</sup> Le elaborazioni presentate in questo contributo si propongono di fornire un'ulteriore approfondimento<sup>2</sup> sulle caratteristiche delle imprese che, nel 2014, hanno richiesto all'Ice servizi di supporto nelle diverse fasi del processo di internazionalizzazione. La platea degli utenti Ice è infatti alquanto ampia tra imprese che ancora non esportano, imprese che vogliono ampliare i volumi esportati, imprese già presenti in alcuni mercati ma che desiderano esplorarne di nuovi. Le loro caratteristiche sono alquanto eterogenee e una più approfondita conoscenza costituisce un elemento essenziale per la definizione di strumenti sempre più efficaci e mirati a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese.*

*Rispetto all'anno precedente è stato quindi ampliato l'esercizio di integrazione tra le banche dati Ice e l'archivio statistico delle imprese esportatrici dell'Istat, in modo da includere i molti utenti che beneficiano di servizi erogati a titolo gratuito,<sup>3</sup> una parte considerevole delle attività di sostegno dell'ente. Restano escluse, anche in questa seconda analisi, quelle imprese che hanno usufruito di servizi informativi di tipo generale, resi dagli uffici in Italia o all'estero, o gli utenti che hanno consultato il sito Ice senza scaricare documentazione, nonché le imprese beneficiarie di servizi di formazione e di cooperazione industriale, realizzati su fondi promozionali. Infine, sono comprese solo in parte le aziende rappresentate da clienti di tipo istituzionale - enti regionali, camere di commercio, associazioni e altre istituzioni - che operano spesso come intermediari e moltiplicatori dei servizi offerti dall'Agenzia.<sup>4</sup> Va anche ricordato che, poiché la banca dati Istat include le imprese esportatrici al 2013, i risultati non comprendono i clienti Ice che non abbiano effettuato vendite estere in tale anno.<sup>5</sup>*

*L'obiettivo del contributo è quello di fornire un quadro più completo dell'utenza Ice e dei servizi usufruiti: da un lato si intende monitorare il posizionamento dei clienti rispetto alla distribuzione nazionale, in ordine alla dimensione e al loro peso sulle esportazioni; dall'altro, verificare se - in linea con gli studi sull'eterogeneità delle imprese - emerga un legame tra le caratteristiche dimensionali degli utenti e il tipo di supporto richiesto, che rifletta il loro grado di internazionalizzazione.*

\* Ice

\*\* Istat, Servizio Commercio con l'estero ed attività internazionali delle imprese, Dcsp.

- 1 Ottaviano G.I.P e Mayer T. (2007) *The Happy Few: The Internationalisation of European Firms-New Facts based on Firm Level Evidence*, Efim - European Firms & International Markets, Cepr, Brügel Blueprint Series 3.
- 2 La prima analisi di questo tipo è oggetto dell'approfondimento *Il sostegno all'internazionalizzazione: le caratteristiche strutturali delle imprese esportatrici che hanno usufruito dei servizi Ice*, Rapporto Ice 2013-2014 p. 475-482
- 3 Complessivamente, le imprese oggetto di questa analisi per le quali è riuscito il *matching* con le banche dati Istat sono circa 7.000, senza duplicazioni. Con riguardo ai singoli servizi, le imprese risultano duplicate nella misura in cui hanno fatto ricorso a diversi tipi di servizi.
- 4 Su questo punto si rinvia all'approfondimento sui clienti promozionali pubblicato nel Rapporto Ice-Istat 2012-2013, pag. 288.
- 5 In complesso, il *matching* tra le due banche dati è riuscito nel 60 per cento dei casi. Con riferimento alle sole imprese esportatrici, tra le quattro tipologie di servizi si sono rilevate percentuali diverse, decisamente più basse per i servizi gratuiti online (38 per cento) e di primo orientamento (53 per cento), mentre nel caso dei clienti di servizi promozionali la percentuale è stata pari al 74 per cento.



*Gli studi che trattano il tema dell'eterogeneità delle imprese indicano, come noto, che le imprese esportatrici sono in genere più grandi, più produttive, più innovative, più dotate di manodopera qualificata (le happy few).<sup>6</sup> Tra le stesse imprese esportatrici vi sono poi differenze considerevoli a seconda del grado di internazionalizzazione, più o meno complesso. L'importanza delle barriere all'entrata sui mercati esteri, sia di tipo informativo che di costo (costi fissi aggiuntivi per essere presenti in maniera più o meno radicata, rapporti con sistema distributivo, contratti incompleti, mercati del credito imperfetti), risulta infatti inversamente proporzionale alla dimensione dell'impresa. Questi aspetti si riflettono, in qualche misura, anche sulla distribuzione della clientela per dimensione e per tipo di servizio erogato dall'Agenzia. L'utenza Ice è stata quindi ripartita in quattro categorie:<sup>7</sup>*

- 1. imprese esportatrici che usufruiscono, gratuitamente, di servizi informativi cosiddetti di primo orientamento, erogati dalla rete di uffici esteri*
- 2. imprese esportatrici che usufruiscono, gratuitamente, di servizi informativi tramite il sito Ice (notizie su opportunità commerciali, partecipazione a gare, note di settore e altro), scaricando della documentazione*
- 3. imprese esportatrici che usufruiscono di servizi di assistenza personalizzata, erogati a pagamento dalla rete di uffici presenti all'estero*
- 4. imprese esportatrici che usufruiscono di servizi promozionali, partecipando a iniziative ed eventi, organizzati prevalentemente sui mercati esteri (partecipazione a fiere, missioni internazionali, seminari di presentazione, azioni di comunicazione e altro).*

*Va anche rilevato che questi quattro gruppi di utenti sono, in larga parte, distinti, come emerge dalle informazioni estratte dalle basi dati Ice, elaborate prima dell'integrazione con la banca dati Istat. Nelle prossime sezioni si riportano i risultati di alcune elaborazioni, rese possibili dall'integrazione dei dati Ice-Istat, utilizzati in forma aggregata e tutelati per la riservatezza, aventi per oggetto le seguenti variabili: tipologia di servizio usufruito, attività economica principale, dimensione media misurata in termini di addetti, fatturato realizzato sui mercati esteri.*

### **I settori di attività economica**

*La maggior parte degli utenti dell'Ice appartiene al comparto manifatturiero, cui si aggiunge una quota di imprese che svolge attività di intermediazione commerciale (tavola 1). Queste ultime si concentrano principalmente tra i clienti dei servizi di informazione e di assistenza, sia gratuiti che non, con percentuali che variano tra 21 e 22 per cento sul numero totale delle imprese utenti, rispetto al 15,6 per cento riferibile ai clienti promozionali.*

*Guardando ai singoli settori di attività, si osserva che fra gli utenti prevalgono le imprese esportatrici di macchinari e di prodotti agroalimentari. Ciò è particolarmente evidente nel caso dei servizi promozionali (17,2 e il 15,2 per cento, rispettivamente), ma anche rispetto ad altri tipi di servizi, dove la percentuale di imprese appartenenti al settore alimentare (bevande incluse) è relativamente elevata, e soprattutto tra quelle che usufruiscono di assistenza personalizzata (16,5 per cento). Le imprese del settore tessile-abbigliamento e pelletteria sembrano invece ricorrere in*

<sup>6</sup> Ottaviano G.I.P, Mayer T. (2007), op. cit.

<sup>7</sup> Per maggiori informazioni sui servizi offerti dall'Ice, si rimanda al paragrafo 7.1.3 del presente capitolo

maggior misura a servizi di tipo promozionale e, in secondo luogo, a quelli gratuiti di primo orientamento; per contro ricorrono meno frequentemente ai servizi di assistenza ad hoc. Con riguardo alle imprese di beni intermedi, gli esportatori di prodotti in metallo, prodotti chimici, prodotti in legno, articoli in gomma e plastica entrano in contatto con l'Ice soprattutto per richiedere servizi informativi e di assistenza personalizzata, piuttosto che la partecipazione a eventi promozionali.

**Tavola 1 - Le imprese esportatrici e clienti dell'Ice per settore di attività economica - 2013**  
Composizione percentuale

| Settori di attività  | Numero di clienti dei servizi promozionali <sup>(1)</sup> | Numero di clienti dei servizi di informazione e assistenza <sup>(1)</sup> | Numero di clienti dei servizi gratuiti di primo orientamento <sup>(1)</sup> | N. di clienti dei servizi gratuiti online <sup>(1)</sup> |
|--|---|---|---|--|
| <b>Attività manifatturiere</b>   | <b>79,2</b>   | <b>71,5</b>   | <b>70,7</b>   | <b>68,8</b>  |
| Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco  | 15,2  | 16,5  | 8,0   | 10,0   |
| Industrie tessili  | 3,4   | 1,5   | 3,8   | 2,3  |
| Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia   | 7,5   | 2,8   | 6,8   | 4,3  |
| Fabbricazione di articoli in pelle e simili  | 6,0   | 2,4   | 4,8   | 1,8  |
| Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio | 0,6   | 1,2   | 1,7   | 1,6  |
| Fabbricazione di carta e di prodotti di carta; stampa e riproduzione di supporti registrati  | 1,0   | 1,0   | 1,7   | 1,0  |
| Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio   | 0,0   | 0,2   | 0,0   | 0,1  |
| Fabbricazione di prodotti chimici  | 1,9   | 4,5   | 3,3   | 2,9  |
| Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici   | 0,4   | 0,1   | 0,2   | 0,1  |
| Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche   | 2,1   | 3,2   | 2,9   | 3,8  |
| Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi  | 3,2   | 4,2   | 2,5   | 3,3  |
| Metallurgia; fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)  | 5,0   | 8,0   | 8,2   | 8,2  |
| Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi       | 1,8   | 2,0   | 1,6   | 1,8  |
| Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche  | 1,9   | 3,1   | 3,1   | 4,1  |
| Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature n.c.a.  | 17,2  | 13,3  | 13,9  | 13,3   |
| Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi  | 0,4   | 0,8   | 0,8   | 0,5  |
| Fabbricazione di altri mezzi di trasporto  | 1,0   | 0,3   | 0,4   | 0,3  |
| Fabbricazione di mobili  | 1,9   | 2,5   | 2,6   | 4,9  |
| Altre industrie manifatturiere; riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature                              | 8,7   | 3,9   | 4,3   | 4,5  |
| <b>Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli</b>   | <b>15,6</b>   | <b>21,3</b>   | <b>21,4</b>   | <b>21,8</b>  |
| <b>Altre attività</b>  | <b>5,2</b>  | <b>7,2</b>  | <b>8,0</b>  | <b>9,4</b>   |
| <b>Totale</b>  | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b>   |

<sup>(1)</sup> Imprese esportatrici risultanti dal collegamento tra la banca dati dei clienti Ice (2014) e l'archivio integrato Istat AsiaCoe (2013)  
Fonte: elaborazioni Ice e Istat



### La dimensione delle imprese e la domanda di servizi

*Analizzando il posizionamento dell'utenza dal punto di vista dimensionale, appare confermato che le imprese sostenute dall'Agenzia presentano una distribuzione piuttosto differente rispetto alle imprese esportatrici italiane, che sono - in larga maggioranza - di dimensioni molto ridotte (cfr. capitolo 6). Difatti, anche se gli utenti si concentrano nelle prime tre classi di addetti (fino a 50 dipendenti), le micro-imprese sono presenti in percentuale molto inferiore rispetto alla media. Guardando poi alle classi di fatturato export, il posizionamento dei clienti Ice appare relativamente spostato verso le classi medie e medio-alte (grafici 1 e 2).*

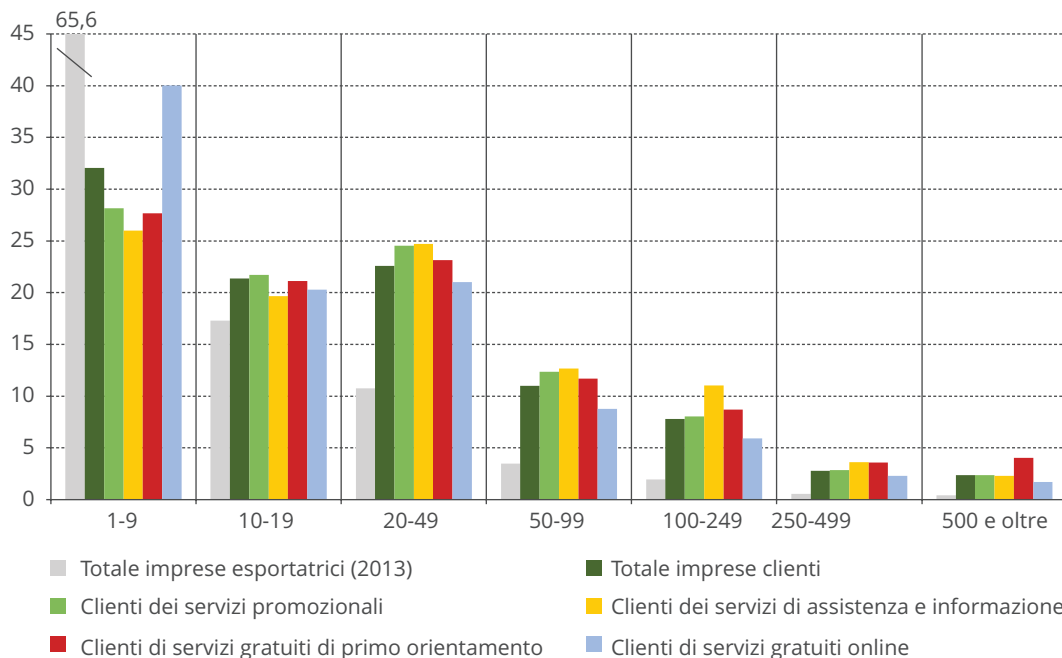
*Tornando ad osservare la distribuzione per numero di addetti, si nota che la domanda di servizi di sostegno sembra effettivamente diminuire al crescere della dimensione aziendale, a conferma del fatto che le barriere in entrata, da superare per operare sui mercati esteri, sono particolarmente significative per le imprese di dimensioni più contenute. Tuttavia, analizzando come si distribuiscono gli esportatori in base al loro fatturato estero, il quadro appare -almeno in parte- diverso, in quanto percentuali più elevate di utenti si concentrano sia tra le microimprese (fino a 75 mila euro) che nella classe dimensionale media (750 mila-2,5 milioni di euro).*

*Nel secondo grafico si rilevano anche delle differenze nette con riguardo alla tipologia di servizi usufruiti: mentre le micro-imprese, che spesso sono esportatori occasionali, accedono soprattutto ai servizi informativi online, seguiti dai servizi di primo orientamento, dall'assistenza personalizzata e infine dal promozionale, nelle classi di fatturato superiori ai 250 mila euro si osserva la situazione inversa. Infatti, in quest'ultimo caso una quota relativamente alta di utenti richiede di partecipare a eventi promozionali, il che implica costi e azioni più impegnative anche da parte dell'impresa e quindi un'adeguata struttura organizzativa. Per contro, una percentuale molto più bassa di queste imprese ricerca informazioni online, servizio decisamente meno richiesto dalle imprese di dimensioni maggiori.*

*Riguardo agli altri due tipi di servizi erogati (primo orientamento e assistenza personalizzata, a pagamento), le imprese di dimensioni maggiori mostrano una maggiore tendenza a richiedere i servizi personalizzati, mentre il contrario avviene per le imprese di dimensioni minori, confermando che tra queste ultime sono incluse imprese che ricorrono all'Agenzia per un contatto iniziale, magari occasionale, o per reperire informazioni disponibili gratuitamente.*

**Grafico 1 - Imprese esportatrici clienti dell'Agenzia Ice nel 2014, per classi di addetti<sup>(1)</sup>**

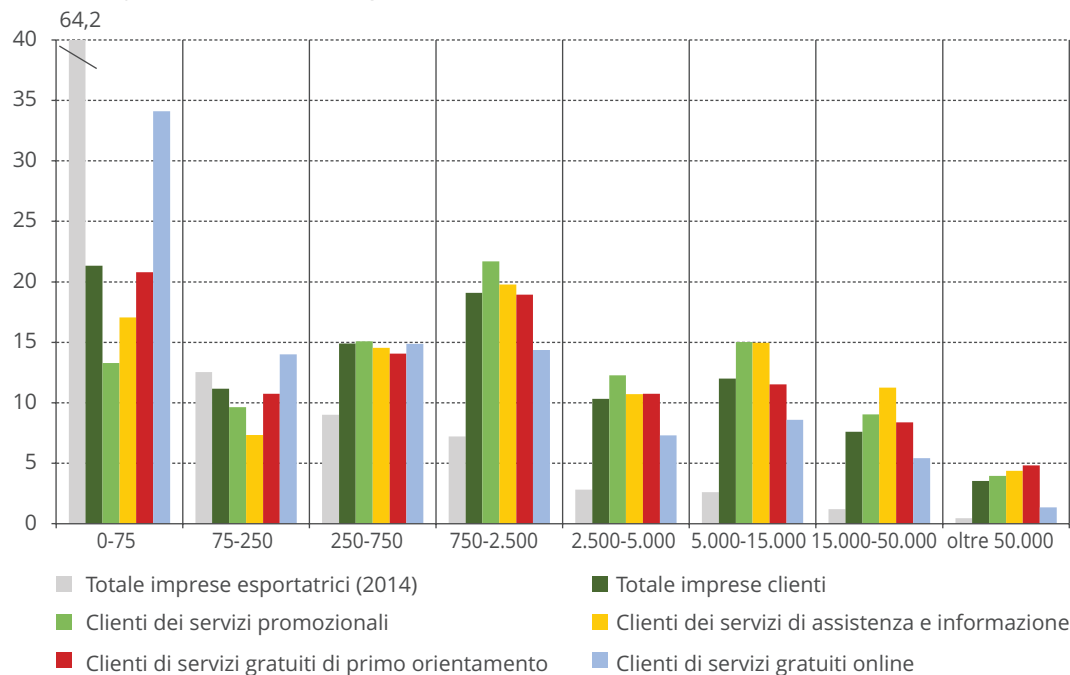
Quote percentuali



Fonte: elaborazioni Ice e Istat

**Grafico 2 - Imprese esportatrici clienti dell'Agenzia Ice nel 2014, per classi di valore delle esportazioni<sup>(1)</sup>**

Quote percentuali e classi in migliaia di euro



Fonte: elaborazioni Ice e Istat

<sup>(1)</sup> Imprese esportatrici risultanti dal collegamento tra la banca dati dei clienti Ice (2014) e l'archivio integrato Istat AsiaCoe (2013)



### La capacità esportativa delle imprese utenti Ice

*Passando infine ad analizzare come si distribuiscono le esportazioni, effettuate dalle imprese utenti, suddivise per tipo di servizi e per classi di valore delle esportazioni, si osserva che in media la maggior parte delle vendite estere (60 per cento) è realizzata da un numero limitato (3,5 per cento) appartenente alla classe dimensionale più alta, sostanzialmente in linea con quanto avviene a livello nazionale.*

*Tra i vari tipi di servizi si osserva tuttavia qualche differenza: in particolare si conferma che molte delle imprese che accedono ai servizi online operano in maniera marginale sui mercati esteri, e così anche molti utenti dei servizi di primo orientamento. Va però rilevato che, per quest'ultima tipologia, si nota una forte concentrazione delle esportazioni nella classe più elevata (il 4,8 per cento dei clienti determina il 72 per cento delle vendite estere del gruppo di imprese): il dato può sembrare anomalo, ma in realtà segnala il ruolo talvolta svolto dall'Ice nei confronti delle grandi imprese, che possono rivolgersi all'ente per informazioni specifiche prima di affrontare mercati nuovi. Per quanto riguarda le imprese che partecipano agli eventi promozionali, le esportazioni sono sempre molto concentrate nelle classi dimensionali maggiori, anche se in misura inferiore ai servizi di primo orientamento, e la distribuzione è più vicina a quella degli operatori che si avvalgono dell'assistenza ad hoc (tavola 2).*



**Tavola 2 - Imprese esportatrici clienti dell'Ice, per classi di valore e peso sulle esportazioni - 2014**

Quote percentuali

| Classi di valore delle esportazioni (migliaia di euro) | Quota % delle imprese clienti | Quota % cumulata | Quota % sulle esportazioni <sup>(1)</sup> | Quota% cumulata <sup>(1)</sup> |
|--|-------------------------------|------------------|---|--------------------------------|
| <b>Servizi promozionali</b>                            |                               |                  |   |                                |
| 0-75   | 13,3                          | 13,3             | 0,0                                       | 0,0                            |
| 75-250   | 9,6                           | 22,9             | 0,1                                       | 0,2                            |
| 250-750  | 15,1                          | 38,0             | 0,6                                       | 0,8                            |
| 750-2.500  | 21,7                          | 59,7             | 3,0                                       | 3,8                            |
| 2.500-5.000  | 12,3                          | 72,0             | 4,1                                       | 7,9                            |
| 5.000-15.000   | 15,0                          | 87,0             | 12,5                                      | 20,4                           |
| 15.000-50.000  | 9,0                           | 96,0             | 22,8                                      | 43,2                           |
| oltre 50.000   | 4,0                           | 100,0            | 56,8                                      | 100,0                          |
| <b>Totale</b>  | <b>100,0</b>                  |                  | <b>100,0</b>                              |                                |
| <b>Servizi di assistenza e informazione</b>            |                               |                  |   |                                |
| 0-75   | 17,0                          | 17,0             | 0,0                                       | 0,0                            |
| 75-250   | 7,3                           | 24,4             | 0,1                                       | 0,1                            |
| 250-750  | 14,5                          | 38,9             | 0,7                                       | 0,8                            |
| 750-2.500  | 19,8                          | 58,7             | 2,9                                       | 3,7                            |
| 2.500-5.000  | 10,7                          | 69,4             | 3,7                                       | 7,5                            |
| 5.000-15.000   | 15,0                          | 84,4             | 13,2                                      | 20,7                           |
| 15.000-50.000  | 11,3                          | 95,6             | 30,2                                      | 50,9                           |
| oltre 50.000   | 4,4                           | 100,0            | 49,1                                      | 100,0                          |
| <b>Totale</b>  | <b>100,</b>                   |                  | <b>100,0</b>                              |                                |
| <b>Servizi gratuiti di primo orientamento</b>          |                               |                  |   |                                |
| 0-75   | 20,8                          | 20,8             | 0,0                                       | 0,0                            |
| 75-250   | 10,7                          | 31,5             | 0,1                                       | 0,1                            |
| 250-750  | 14,1                          | 45,6             | 0,5                                       | 0,6                            |
| 750-2.500  | 18,9                          | 64,5             | 1,9                                       | 2,5                            |
| 2.500-5.000  | 10,7                          | 75,3             | 2,7                                       | 5,2                            |
| 5.000-15.000   | 11,5                          | 86,8             | 7,0                                       | 12,2                           |
| 15.000-50.000  | 8,4                           | 95,2             | 15,6                                      | 27,7                           |
| oltre 50.000   | 4,8                           | 100,0            | 72,3                                      | 100,0                          |
| <b>Totale</b>  | <b>100,0</b>                  |                  | <b>100,0</b>                              |                                |
| <b>Servizi gratuiti online</b>                         |                               |                  |   |                                |
| 0-75   | 34,1                          | 34,1             | 0,1                                       | 0,1                            |
| 75-250   | 14,0                          | 48,1             | 0,4                                       | 0,5                            |
| 250-750  | 14,9                          | 63,0             | 1,3                                       | 1,8                            |
| 750-2.500  | 14,4                          | 77,3             | 3,9                                       | 5,7                            |
| 2.500-5.000  | 7,3                           | 84,7             | 5,0                                       | 10,7                           |
| 5.000-15.000   | 8,6                           | 93,2             | 14,5                                      | 25,2                           |
| 15.000-50.000  | 5,4                           | 98,7             | 27,9                                      | 53,1                           |
| oltre 50.000   | 1,3                           | 100,0            | 46,9                                      | 100,0                          |
| <b>Totale</b>  | <b>100,0</b>                  |                  | <b>100,0</b>                              |                                |

(1) Percentuale calcolata sul valore delle esportazioni effettuate dai clienti Ice nel 2013

Fonte: elaborazioni Ice e Istat



### Conclusione e ulteriori approfondimenti

*Dalle elaborazioni effettuate grazie all'integrazione delle due basi di dati emerge in primo luogo la conferma della diversa distribuzione della clientela Ice, per classi di addetti e per valore delle esportazioni, rispetto alla media nazionale. In secondo luogo si riscontra il fatto che, in linea di massima, le imprese di dimensioni più ampie ricorrono a servizi di sostegno più complessi, tra cui la partecipazione ad eventi promozionali, che comportano costi maggiori. Inoltre, se ne possono trarre delle indicazioni utili con riguardo ai servizi di sostegno offerti dall'Ice. Per esempio:*

- appare interessante considerare le differenze settoriali e, tra l'altro, valutare se effettuare un maggior numero di azioni promozionali per le imprese subfornitrici, in modo da agevolare la loro partecipazione alle global value chains
- nel proporre i servizi personalizzati, potrebbe essere utile effettuare azioni mirate soprattutto nei confronti delle imprese di maggiori dimensioni
- si ha conferma che, nel predisporre i servizi online, occorre avere a mente soprattutto le micro-imprese, gli esportatori occasionali, i non-esportatori.

*Infine, appare opportuno rivolgere una particolare attenzione all'integrazione dei vari tipi di servizi, in quanto i quattro gruppi di utenti usufruiscono prevalentemente di un unico tipo di servizio.<sup>6</sup>*

*In prospettiva, il collegamento tra i dati sulla clientela Ice e gli archivi Istat consentirebbe molti altri interessanti approfondimenti: si potrebbero analizzare le informazioni relative ai mercati di sbocco dei clienti e al grado di diversificazione geografica e merceologica, alle diverse modalità operative adottate per l'internazionalizzazione, e verificare il posizionamento delle imprese clienti in relazione alla loro performance. Queste informazioni possono aiutare ad individuare dei segmenti di imprese per disegnare, eventualmente, forme di sostegno differenziate, anche in coordinamento con gli altri enti preposti al sostegno all'internazionalizzazione.*

<sup>6</sup> Per esempio, il 10,4 per cento dei clienti di servizi promozionali usufruisce anche di servizi di primo orientamento, il 3,8 per cento anche di servizi *online* e il 3,4 per cento di assistenza personalizzata.

## La performance della rete estera Ice: i risultati del biennio 2013-2014

di Cristina Castelli e Renan Sacilotto\*

*Per rispondere alle esigenze dei vari stakeholder in termini di qualità delle politiche e dei servizi, a fronte di scarse risorse, le pubbliche amministrazioni devono individuare modalità e opportunità per raggiungere i propri obiettivi strategici e politici. È necessario quindi assicurare la qualità dei servizi e l'efficacia delle azioni messe in atto, rendendo al contempo più trasparenti le attività, le risorse pubbliche utilizzate, i risultati conseguiti. Ciò si traduce nella necessità di sviluppare sistemi di misurazione e di analisi delle performance, capaci di indirizzare le iniziative di miglioramento definendo metodologie utili a valutare l'efficacia di una politica, la qualità di un servizio, la propria capacità organizzativa.<sup>1</sup>*

*Come altri enti, anche l'Agenzia Ice è chiamata a dare seguito alle normative volte a rendere più efficiente l'operato della pubblica amministrazione e a predisporre, a inizio anno, un documento programmatico, il Piano triennale della performance. Il documento rende espliciti gli obiettivi strategici dell'ente, da misurare attraverso i rispettivi indicatori e target. A cascata – in linea con le strategie definite dai vertici dell'ente e tenendo conto delle risorse assegnate, umane e finanziarie – sono individuati gli obiettivi, gli indicatori e i target per ciascuna unità organizzativa, in Italia e all'estero. Il ciclo annuale della performance si conclude poi con il processo di monitoraggio e di misurazione e con la pubblicazione del grado di raggiungimento degli obiettivi nella Relazione sulla performance, validata dall'Organismo indipendente di valutazione (Oiv).<sup>2</sup>*

*Il processo di misurazione della performance ha per oggetto l'intera attività dell'ente. In questa sede riportiamo alcuni risultati riguardanti la rete estera dell'Ice, alla quale è stata rivolta una particolare attenzione - dopo l'avvio operativo dell'Agenzia Ice nel 2013 -, in quanto snodo fondamentale per l'erogazione dei diversi servizi reali alle imprese (informazione, specialmente di primo orientamento, assistenza personalizzata e organizzazione di eventi promozionali).<sup>3</sup>*

*In base alla metodologia adottata, la performance della rete estera viene misurata attraverso una serie di indicatori<sup>4</sup> rispetto ai quali sono assegnati, ogni anno, degli obiettivi numerici da raggiungere. Pur con qualche variazione negli indicatori individuati,<sup>5</sup> nell'ultimo biennio la priorità*

\* Ice.

- <sup>1</sup> Per maggiori approfondimenti sulla misurazione delle performance nella pubblica amministrazione si veda: *Misurare per decidere - la misurazione delle performance per migliorare le politiche pubbliche e i servizi*, Dipartimento della Funzione Pubblica, 2006.
- <sup>2</sup> Decreto legislativo 150/2009 in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni e successive delibere dell'Anac.
- <sup>3</sup> Piano Triennale 2013-2015 e Piano Triennale 2014-2016
- <sup>4</sup> Ricavi da servizi resi alle imprese italiane, grado di soddisfazione dei clienti/utenti, numero di iniziative promozionali realizzate al di fuori dei programmi di sostegno istituzionali, numero di iniziative realizzate con altri soggetti istituzionali, numero di informazioni sui mercati esteri, percentuale di reclami sui servizi resi alle imprese; cfr. Piano Triennale 2014-2016.
- <sup>5</sup> Il piano della performance per il 2015 ha introdotto qualche cambiamento e riporta, come indicatori per misurare la performance della rete estera, oltre ai ricavi da servizi: il grado di soddisfazione dei clienti/utenti, separatamente per i servizi promozionali e per l'assistenza, il numero di servizi gratuiti resi alle imprese, il numero di informazioni sui mercati esteri.



## APPROFONDIMENTI

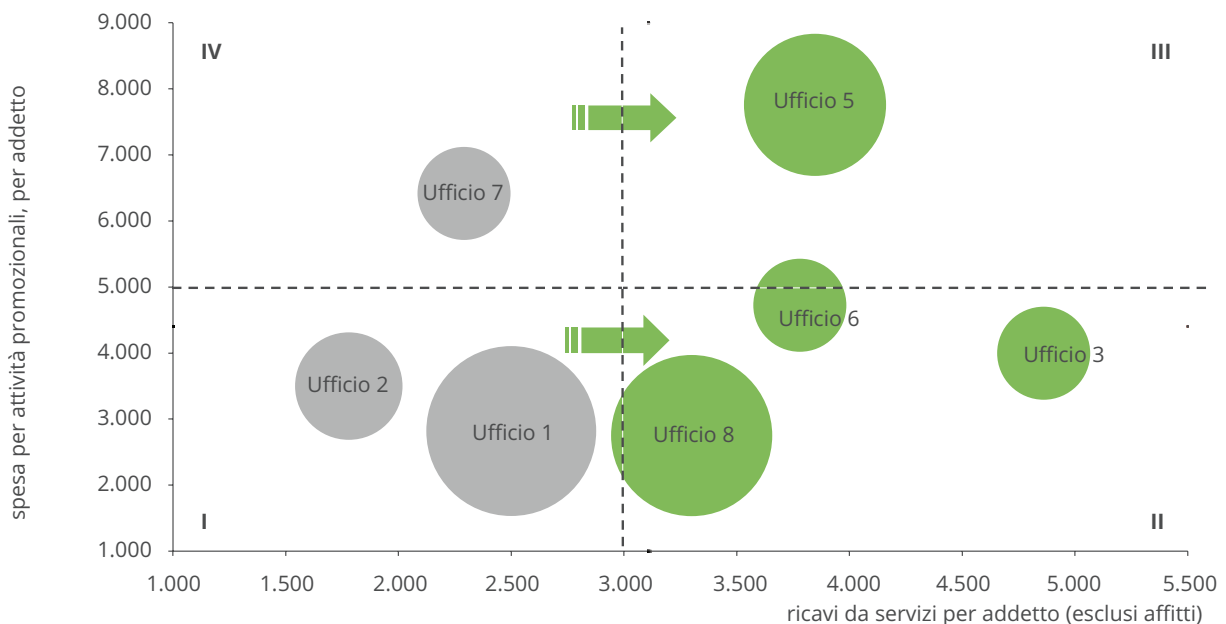
è stata rivolta a conseguire un incremento delle entrate derivanti dall'erogazione di servizi di assistenza alle imprese, puntando allo stesso tempo a garantire una elevata qualità dei servizi offerti. Di conseguenza, gli indicatori principali riportati nei Piani triennali riguardano il valore dei ricavi da servizi e il livello della customer satisfaction, sia per i servizi di assistenza che per i servizi promozionali.

Un incremento dei ricavi è stato richiesto soprattutto agli uffici della rete in cui l'attività promozionale risulta, in proporzione, relativamente meno concentrata. L'ammontare della spesa per attività di tipo promozionale dipende, in genere, da quanto assegnato centralmente da parte dell'Agenzia (in accordo con Mise, Mae e gli altri stakeholder) ed è quindi da considerarsi un dato esogeno; per contro, gli incassi dipendono - almeno in parte - dall'azione degli uffici e dalla loro capacità di acquisire e servire i clienti.

Tuttavia, a fronte di un dato numero di risorse umane assegnate agli uffici, in gran parte assunte con contratto locale, esiste evidentemente un trade-off tra l'impegno necessario per svolgere le attività di tipo promozionale e l'impegno profuso per erogare servizi di assistenza personalizzata: l'obiettivo è pertanto quello di indurre, in primo luogo, gli uffici che si trovino nel primo quadrante a posizionarsi nel secondo o nel quarto. In quest'ultimo caso, il posizionamento è reso possibile attraverso l'assegnazione di fondi per svolgere attività di promozione che, a loro volta, possono rappresentare una leva per la successiva attivazione di servizi personalizzati (grafico 1).

Idealmente, attraverso un'adeguata dotazione di fondi e di personale, gli uffici dovrebbero tendere a collocarsi, progressivamente, nel terzo quadrante.

**Grafico 1 - Posizionamento degli uffici della rete estera nei cluster geo-economici**



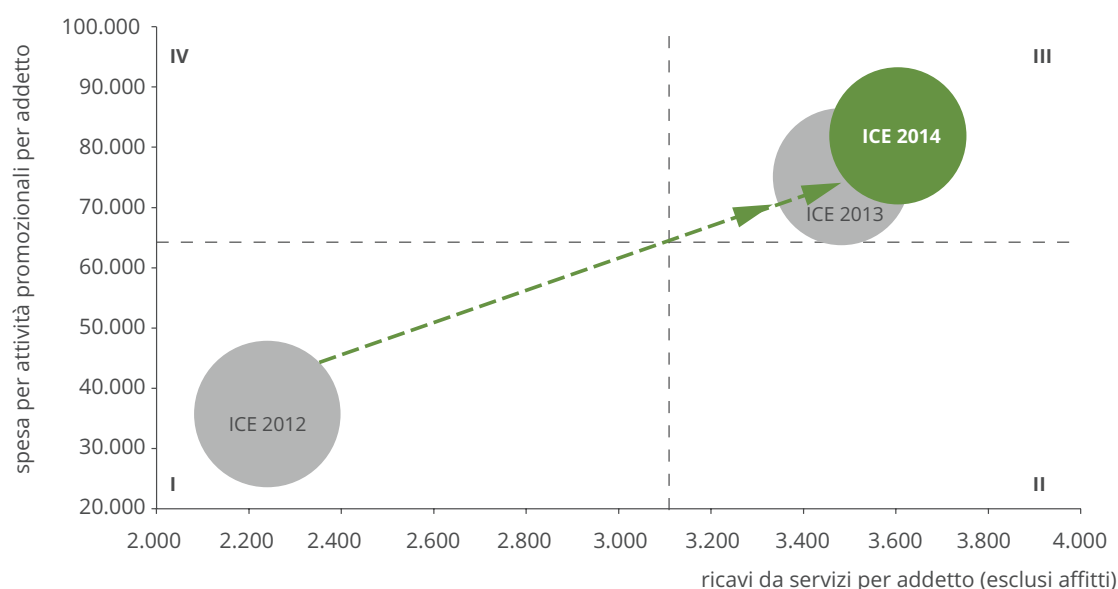
Dal punto di vista metodologico, per attribuire i target degli uffici nel primo anno (2013) sono stati considerati i ricavi relativi ai tre anni precedenti, e preso come riferimento di base il dato medio del cluster geo-economico di appartenenza (mercati maturi vicini, maturi lontani, emergenti vicini, emergenti lontani); inoltre è stato considerato l'impegno per addetto in termini di attività promozionale. L'anno successivo (2014), i target dei ricavi sono stati definiti tenendo conto dei risultati conseguiti dai singoli uffici nell'anno precedente, del loro posizionamento in ordine ai ricavi e alla spesa per ciascun addetto per attività di tipo promozionale, oltre che delle caratteristiche del mercato e dei singoli uffici.

Le elaborazioni successive mostrano quindi i risultati conseguiti dalla rete estera Ice nel biennio 2013-2014, con riguardo alla spesa promozionale e alle entrate per servizi di assistenza,<sup>6</sup> sia in complesso che per cluster geoeconomici.

Dai grafici emerge il miglioramento della performance degli uffici esteri conseguito nel 2013 e proseguito nel 2014. Guardando ai singoli cluster, mentre nel 2013 il miglioramento è stato generale, nel 2014 si nota un andamento differenziato nei ricavi per addetto relativi ai due cluster maturi vicini ed emergenti vicini. Questi due gruppi mostrano infatti un aumento della spesa per attività promozionali e, al contempo, una diminuzione dei ricavi da servizi.

L'andamento dipende, oltre che da possibili difficoltà congiunturali nei singoli mercati, dal fatto che alcune attività che generavano delle entrate nel 2012-2013 sono state successivamente incluse nei programmi promozionali e sono state quindi attuate grazie ai nuovi fondi allocati. Inoltre, può rappresentare, almeno in parte, un'evidenza del trade-off cui si è accennato prima, tra un impegno crescente derivante dal moltiplicarsi delle attività promozionali e la possibilità di prestare assistenza alle imprese, a parità di risorse umane e di struttura organizzativa.

**Grafico 2- Rete estera Ice: spesa per attività promozionali e incassi derivanti dall'erogazione di servizi di assistenza, per addetto. Valori in euro.**



Fonte: elaborazioni su dati Ice

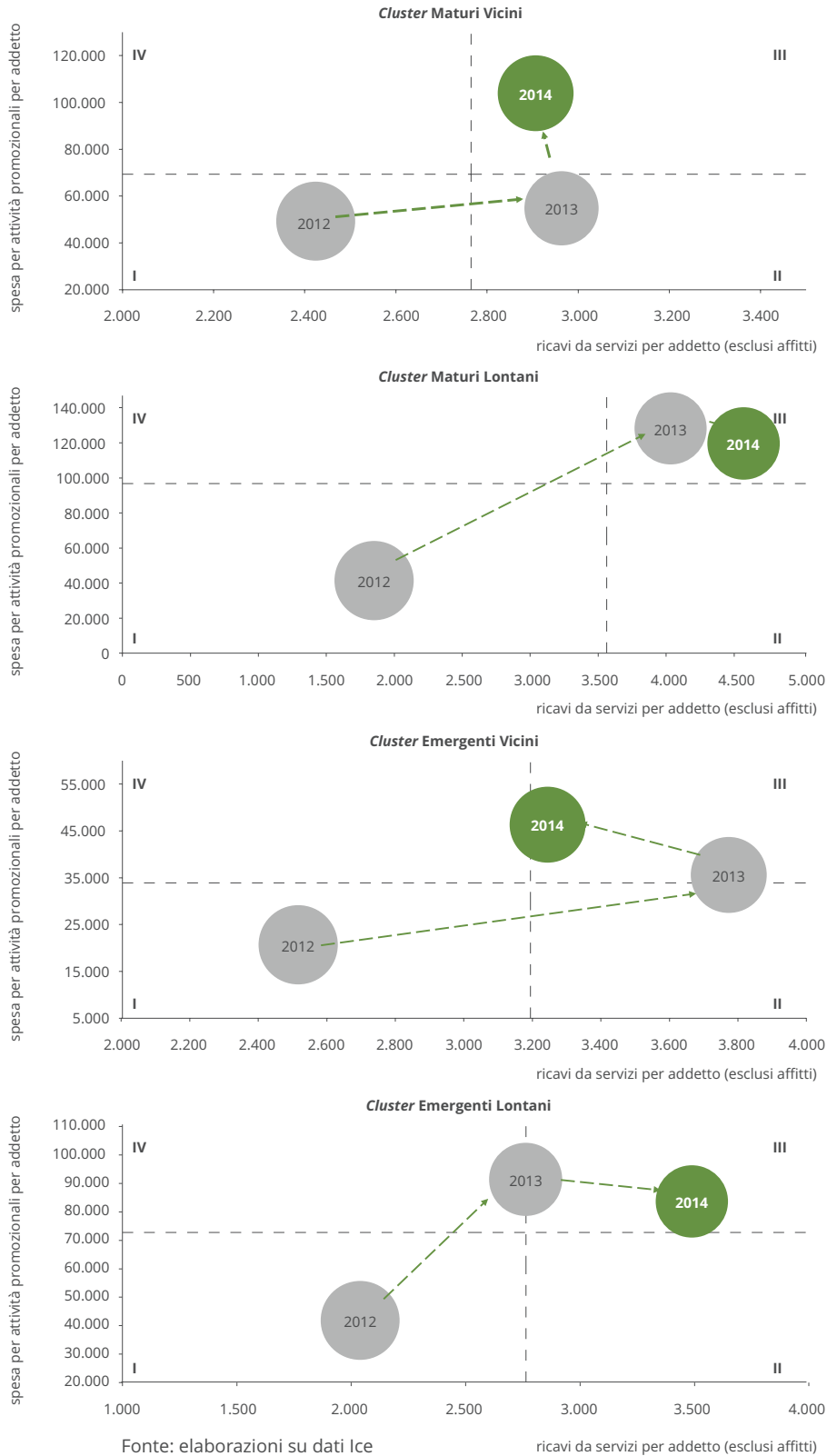
<sup>6</sup> Dal calcolo dei ricavi *per addetto* è esclusa la parte derivante dallo svolgimento di alcune commesse istituzionali (attività svolte per conto di ministeri o di piani promozionali quali l'Export Sud e il Piano straordinario per il Made in Italy), in modo da restringere la misurazione alle entrate effettivamente provenienti dalle imprese. Sono inoltre escluse le entrate derivanti dall'affitto di strutture Ice in quanto dipendenti dalla disponibilità di spazio negli uffici, con situazioni molto differenziate.



## APPROFONDIMENTI

**Grafico 3 - Rete estera Ice: spesa per attività promozionali e incassi derivanti dall'erogazione di servizi di assistenza, per addetto e per cluster geo-economico**

Valori in euro.



Fonte: elaborazioni su dati Ice

ricavi da servizi per addetto (esclusi affitti)





|   |     |
|---|-----|
| <i>Strategie di investimento dei fondi sovrani nel nuovo scenario mondiale: opportunità per l'Europa e l'Italia<br/>(Roberto Pasca di Magliano e Daniele Terriaca)</i>                  | 37  |
| <i>Il negoziato Ttip: un'opportunità da cogliere<br/>(Amedeo Teti)</i>  | 75  |
| <i>Geografia e benessere nei nuovi modelli quantitativi del commercio internazionale<br/>(Gianmarco I.P. Ottaviano)</i>   | 78  |
| <i>Le quote di mercato dei principali paesi europei: aggiornamento e articolazione della constant-market-shares analysis<br/>(Alessia Proietti e Michele Repole)</i>                    | 102 |
| <i>Gli scambi con l'estero alla luce del Sec 2010: i servizi di lavorazione<br/>(Paolo Forestieri e Carla Sciuillo)</i>   | 107 |
| <i>Le esportazioni e la geografia della domanda estera: un confronto tra l'Italia e i principali paesi dell'Unione Europea<br/>(Donata Dionisi)</i>                                     | 132 |
| <i>Il ruolo degli imprenditori immigrati per l'interscambio commerciale dell'Italia<br/>(Patrizia Cella, Isabella Corvino, Daniele Frigeri, Mariagloria Narilli, Andrea Stocchiero)</i> | 138 |
| <i>L'Italia e i mercati di esportazione: un'analisi comparata delle barriere tariffarie<br/>(Luca Salvatici)</i>  | 167 |
| <i>Gli esportatori di prodotti alimentari nelle catene globali del valore<br/>(Enrico Marvasi)</i>  | 174 |
| <i>L'accordo Ttip e il suo impatto sulle esportazioni dei settori italiani<br/>(Alessandra Lanza)</i>   | 188 |
| <i>Manifattura, servizi alle imprese e grado di attivazione dell'export<br/>(Stefano Costa, Federico Sallusti, Claudio Vicarelli)</i>   | 193 |
| <i>Distretti industriali e sistemi urbani: l'articolazione territoriale di esportazioni e partecipazioni estere<br/>(Sara Paulone)</i>  | 211 |
| <i>Lo scambio internazionale di servizi e gli investimenti diretti nelle macroaree italiane<br/>(Chiara Bentivogli e Paola Monti)</i>   | 215 |
| <i> Mercati del lavoro locali e competizione delle importazioni negli anni della crisi<br/>(Giulio Bosio, Alessia Demichelis e Anna M. Falzoni)</i>                                     | 223 |



# INDICE DEGLI APPROFONDIMENTI

|   |     |
|---|-----|
| <i>Innovazione ed internazionalizzazione: dalle imprese affermate alle nuove imprese internazionali<br/>(Antonella Zucchella)</i>   | 250 |
| <i>Piccole imprese globali crescono. Nuovo manifatturiero, tecnologie di rete e e-commerce a sostegno del Made in Italy<br/>(Giancarlo Corò, Stefano Micelli e Gianluca Toschi)</i>                                 | 256 |
| <i>Propensione all'export e performance interna ed estera delle imprese manifatturiere italiane nel 2012-2014<br/>(Stefano Costa, Francesca Luchetti, Davide Zurlo)</i>   | 263 |
| <i>L'esperienza delle agenzie nazionali di promozione degli investimenti esteri in Europa<br/>(Marco Mutinelli e Laurent Sansoucy)</i>  | 315 |
| <i>Le importazioni e il ruolo delle Trade promotion organisation<br/>(Cristina Castelli e Leopoldo Gudas)</i>   | 322 |
| <i>I rapporti tra stato e regioni nelle politiche di sostegno all'internazionalizzazione<br/>(Leopoldo Gudas e Marco Saladini)</i>  | 334 |
| <i>Export Opportunity Index: su quali mercati puntare?<br/>(Stefano Gorissen)</i>   | 363 |
| <i>Il sostegno all'internazionalizzazione: le caratteristiche strutturali dell'utenza Ice e la sua distribuzione per tipo di servizi<br/>(Cristina Castelli, Laura Esposito, Renan Sacilotto e Lorenzo Soriani)</i> | 369 |
| <i>La performance della rete estera Ice: i risultati del biennio 2013-2014<br/>(Cristina Castelli e Renan Sacilotto)</i>  | 377 |





ISSN 2282-6858



9 772282 685008

ISBN 978-88-98597-02-4



9 788898 597024