

# IDENTIKIT DELLE IMPRESE E DELLE FILIERE DEL BELLO E BEN FATTO

**Giovanni Barbieri**

*Direttore statistiche strutturali su imprese ed istituzioni, commercio estero e prezzi al consumo*

**Stefano Menghinello**

*Dirigente il Servizio "Commercio estero ed attività internazionali delle imprese"*

Istituto Nazionale di statistica

Intervento al convegno su:

*"Esportare la dolce vita. Il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati: Ostacoli, punti di forza e focus Cina"*

*Milano, 06 maggio 2013, Assolombarda*

## Struttura della presentazione

---

### 1. Le esportazioni italiane di prodotti del Bello e Ben Fatto

- ✓ Criteri di misurazione e rilevanza per l'export nazionale

### 2. Il “motore” delle esportazioni italiane di prodotti *BBF*

- ✓ Analisi delle caratteristiche strutturali delle imprese esportatrici di prodotti BBF
- ✓ Performance all'export e strategie di prodotto e mercato

### 3. Verso un allargamento del “perimetro di analisi” del BBF? Le filiere produttive del BBF

- ✓ Dai beni finali ai beni intermedi ad “alto valore aggiunto”: rilevanza economica e criteri di classificazione “analitici”
- ✓ Due case studies: le filiere dell'abbigliamento e tessile casa e delle calzature
- ✓ I profili di internazionalizzazione delle imprese lungo le filiere

## 1) Il “paniere” dei beni BBF: criteri misurazione e rilevanza su export nazionale

- **Copertura settoriale:** alimentare, arredamento, abbigliamento e tessile casa, calzature, **occhialeria e oreficeria-gioielleria.**
- **Fonte dei dati:** statistiche nazionali ed internazionali sul commercio con l'estero secondo il massimo dettaglio di analisi (SH6)
- **Criteri per l'individuazione dei beni finali di fascia medio-alta:** A partire da una lista di prodotti destinati al consumo finale sono selezionati i soli prodotti che presentano una presenza dominante (oltre il 50% del valore dell'export nazionale) di imprese italiane esportatrici con un markup significativo (+20%) sui vmu (“prezzi”) rispetto ai valori medi dei principali concorrenti (base dati europea)
- **Numerosità dei prodotti BBF:** 470 prodotti SH6 riaggregati in 80 codici SH6 che alimentano i modelli CSC-Prometeia
- **Rilevanza BBF su export nazionale:** **61 miliardi di euro nel 2012, pari al 15,5% delle esportazioni manifatturiere italiane.**
- **Composizione settoriale BBF:** **32% prodotti alimentati, 27% abbigliamento e tessile casa, 16% beni d'arredo, 2% dalle calzature, l'8% dall'oreficeria-gioielleria e il 4% dall'occhialeria**

## 2) Analisi delle caratteristiche strutturali delle imprese esportatrici del BBF

- ✓ **Numerosità delle imprese BBF: 15.089 imprese**, pari a quasi l'80% delle imprese esportatrici dei settori considerati nell'analisi ed oltre un quinto (22,0%) del totale delle imprese manifatturiere esportatrici.
- **Occupazione BBF: 412 mila addetti**, pari al 16,7% del totale degli addetti delle imprese esportatrici
- **Dimensione delle imprese BBF: dimensione media** pari a **27,3 addetti**, inferiore a quella del complesso delle imprese esportatrici italiane (36 addetti).
- **Distribuzione dimensionale delle imprese BBF:** Il **90,3%** delle imprese ha una **dimensione micro o piccola** (1-49 addetti). Le **grandi imprese** sono **meno di 200** e quelle **medie** non superano le **1.300 unità**.
- **Dimensione prevalente per settore del BBF:** prevalenza di **micro-imprese in abbigliamento, alimentare e oreficeria**, prevalenza **piccole (10-49 addetti) nei settori arredamento, calzature e occhialeria**
- **Localizzazione prevalente delle imprese BBF per settore:** alimentare nel Mezzogiorno (34,5%), abbigliamento, calzature e oreficeria nel Centro, arredamento e occhialeria nel Nord-Est

## 2) Analisi delle caratteristiche strutturali delle imprese esportatrici del BBF

- **Intensità di export:** L'indicatore di intensità di export per le imprese-BBF (**95 mila euro per addetto**) è più elevato rispetto a quelle non BBF dello stesso settore. Nelle aziende orafe, delle calzature e dell'occhialeria BBF l'intensità di esportazione è > media nazionale
- **Propensione all'esportazione: 33%**, +15 punti rispetto alle imprese non-BBF classificate nei medesimi settori. **La propensione è molto alta nelle aziende-BBF orafe medio-grandi (oltre l'87%), nella grande impresa dell'occhialeria (74,6%)** e nelle imprese calzaturiere di piccola e media dimensione (oltre il 60%). Molto ridotta per alimentari
- **Differenziazione all'export dei prodotti:** le imprese del BBF, con una media di 12 "prodotti" esportati, presentano una capacità di differenziazione superiore a quelle delle imprese non BBF.
- **Diversificazione all'export per mercati:** simile con le altre imprese per il segmento micro e piccole, superiore alla media per medie e grandi imprese del BBF.
- **Orientamento geografico:** L'export di BBF è **maggiormente concentrato nei mercati maturi (60,3%)**. Solo il 17,2% è diretto verso i 30 nuovi mercati, - 9 punti rispetto alla media imprese esportatrici.

## 2) Performance all'export e strategie di prodotto e mercato

- **Metodo:** L'analisi è focalizzata sulle imprese BBF sempre attive sui mercati esteri nel periodo 2010-2012: **11.238 imprese pari al 75%** del totale imprese-BBF
- **Si ridimensiona notevolmente la crescita dell'export delle imprese del BBF: dal 10,7% del 2011 all'1,8% del 2012.**
- **Le imprese del BBF sono in difficoltà nella fase di rallentamento della crescita dell'export (2012 rispetto a 2011): solo il 50% ha registrato un aumento dell'export nel 2012**, performance inferiore alle imprese non-BBF ma comunque superiore alla media nazionale
- **Significative differenze tra settori nella dinamica delle imprese:** quasi il 60% delle imprese alimentari del BBF è risultato in espansione, mentre le imprese dell'abbigliamento (44,6%) e dello arredamento (46,3%) sono in maggiore difficoltà
- **Come hanno reagito le imprese del BBF al rallentamento della crescita sui mercati esteri?** Le imprese dell'**abbigliamento**, delle **calzature** e dell'**arredamento** hanno spinto verso una **maggiore differenziazione produttiva**, mentre le imprese dell'**oreficeria**, dell'**arredamento** e dell'**occhialeria** hanno puntato sulla diversificazione per mercati.

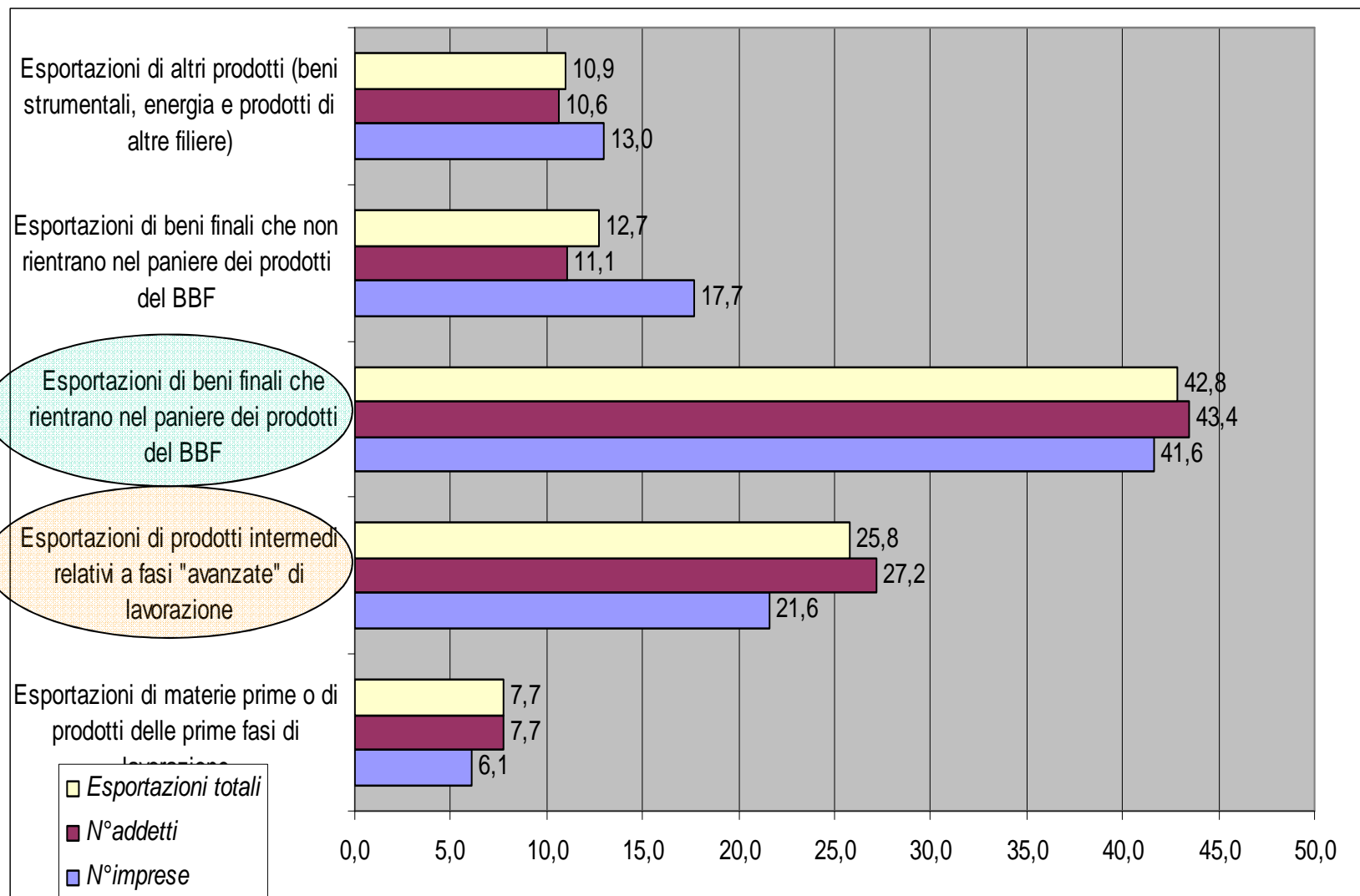
### 3) Verso un allargamento del “perimetro di analisi” del BBF? Le filiere produttive del BBF

---

#### Dai beni finali ai beni intermedi ad “alto valore aggiunto”: rilevanza economica e criteri di classificazione

- **Scenario internazionale:** crescente frammentazione dei processi di produzione su scala globale, i beni finali sono una componente rilevante ma decrescente degli scambi. I beni intermedi stanno assumendo un ruolo “strategico” nelle catene globali del valore (elevato valore aggiunto).
- **L’ipotesi di fondo:** un paese con elevato costo del lavoro che esporta beni intermedi “avanzati” deve necessariamente incorporare un valore aggiunto elevato (qualità, innovazione, know how specifico)
- **Metodo:** A partire dagli stessi settori oggetto di analisi e considerando il medesimo dettaglio merceologico (SH6) impiegato per individuare i beni di consumo finali, poi suddivisi in beni BBF e non BBF, è stata individuata una nuova tipologia di beni: **beni intermedi avanzati** distinti da **materie prime e prodotti delle prime fasi di lavorazione**.
- **Principali risultati di due case study settoriali:** riclassificazione dei prodotti (SH6) delle **filiere dell’abbigliamento e tessile casa e delle calzature** e **analisi dei profili di internazionalizzazione delle imprese**

### 3) Le imprese esportatrici della filiera abbigliamento e tessile casa





### 3) I profili di internazionalizzazione delle imprese esportatrici lungo le filiere produttive (=100% per ogni profilo all'export)

Tipologia di attività all'import	Tessile abbigliamento	Calzature
<b>Imprese che esportano beni intermedi avanzati</b>		
Non importano o importano prodotti diversi da intermedi avanzati e finali	62,3	60,9
Importano beni intermedi avanzati	23,3	34,8
Importano beni finali	14,5	4,3
<b>Imprese che esportano beni finali BBF</b>		
Non importano o importano prodotti diversi da intermedi avanzati e finali	57,8	70,7
Importano beni intermedi avanzati	14,6	11,2
Importano beni finali	27,6	18,0
<b>Imprese che esportano beni finali non BBF</b>		
Non importano o importano prodotti diversi da intermedi avanzati e finali	58,0	71,2
Importano beni intermedi avanzati	16,3	13,7
Importano beni finali	25,7	15,1

## Considerazioni conclusive

---

- Le metodologie e elaborazioni realizzate dall'ISTAT consentono di approfondire, alcuni aspetti cruciali per comprendere meglio il **potenziale competitivo delle imprese del BBF sui mercati internazionali**
- Il primo aspetto riguarda la struttura e la recente performance delle imprese del BBF sui mercati internazionali: da questa analisi emergono come **punti di forza un tessuto produttivo frammentato ma molto dinamico sui mercati internazionali. La limitata capacità di diversificazione sui mercati, specie emergenti, appare un punto di debolezza non solo di carattere “dimensionale” ma anche manageriale-organizzativo che rappresenta al tempo stesso una rilevante opportunità**
- Il secondo aspetto riguarda il **posizionamento competitivo delle imprese italiane del BBF lungo le filiere internazionali di produzione (*Global value chains*)**. Il crescente ruolo dei beni intermedi ad alto valore aggiunto sembra attribuire un ruolo strategico anche alle imprese italiane specializzate nella produzione e vendita di beni intermedi (**2° tipologia di imprese per contributo all'export settoriale dopo quelle del BBF**)
- Più in generale, **il sistema delle imprese esportatrici appare sempre più internazionalizzato ed inserito nelle GVC. Quali strategie e politiche?**