

2 MERCATI ESTERI VOLANO PER LA CRESCITA. PER LE IMPRESE UNA ROTTA OBBLIGATA

Negli ultimi venti anni l'attività internazionale delle imprese è cresciuta a ritmi molto elevati: gli scambi mondiali sono stati pari al 31,8% del PIL nel 2012 (dal 19,6% nel 1990) e lo stock di investimenti diretti esteri (IDE) ammontava al 29,1% del PIL nel 2011 (dal 9,3% nel 1990). Questo incremento riflette sia l'affermazione industriale dei paesi emergenti, Cina in testa, i quali si sono imposti come importanti esportatori mondiali, sia la formazione di catene globali del valore.

Allo stesso tempo, i paesi emergenti rappresentano, oggi e sempre più nel prossimo futuro, dei grandi mercati di sbocco della produzione dei paesi avanzati. La debolezza della domanda interna delle economie avanzate rende urgente e necessario espandere la capacità di intercettare la domanda più dinamica nelle economie emergenti.

L'incremento delle esportazioni è comunque un volano della crescita, innanzitutto nel settore manifatturiero (da cui proviene la grande maggioranza dei beni esportati) e di conseguenza in tutti i settori produttivi. Secondo stime CSC, un aumento di un punto percentuale del tasso di crescita dell'export di merci è associato a un aumento di 0,21 punti percentuali del tasso di crescita del PIL nei paesi avanzati (0,24 in Italia). In particolare, se nei prossimi cinque anni l'export italiano replicasse la performance di quello tedesco nel decennio pre-crisi, aumentando di 1,6 punti percentuali di PIL all'anno, si avrebbe una crescita aggiuntiva del PIL italiano dello 0,7% annuo, ossia una crescita totale più che doppia di quella attualmente prevista (0,6% annuo secondo l'FMI).

L'export deve necessariamente puntare al nuovo baricentro della domanda globale di beni manifatturieri, in rapido spostamento verso l'Asia: nel 2012 la domanda interna asiatica ha superato quella complessiva negli Stati Uniti e nell'Unione europea e nel 2017 rappresenterà quasi la metà di quella mondiale. La Cina è già il primo mercato mondiale di manufatti, precedendo gli Stati Uniti. Gli Stati Uniti rimangono, comunque, il primo paese importatore, ma sale la quota mondiale delle importazioni cinesi. Sono in crescita anche le quote mondiali sia della domanda interna sia delle importazioni degli altri BRIC, mentre diminuiscono quelle delle principali economie europee.

Il capitolo è stato elaborato da Cristina Pensa, Matteo Pignatti (CSC) e Annalisa Bisson (Area Europa e Internazionalizzazione Confindustria). Hanno collaborato: Giovanna Labartino, Ciro Rapacciuolo e Fabrizio Traù (CSC), Annalisa Del Pia, Giovanni Dioguardi, Giovanni Maresca e Marica Nobile (Area Europa e Internazionalizzazione Confindustria), Maria Carla Moglia e Serena Tehini (Area Relazioni Esterne Confindustria), Francesca Sica (Area Politiche Territoriali, Innovazione e Education Confindustria), Ciro Ascione (RetImpresa Confindustria) e Susanna Armani (Federexport).

L'export italiano è ancora poco orientato verso le economie più dinamiche, specialmente in Asia. Ciò penalizza la sua performance sia rispetto ai paesi extra-europei, soprattutto quelli asiatici che beneficiano della sempre maggiore concentrazione degli scambi intra-area, sia nei confronti dei competitor vicini, come la Germania, in cui è maggiore la quota delle esportazioni dirette verso i mercati asiatici. Tuttavia, l'export italiano è anche meno orientato, rispetto a quello tedesco, verso gli altri paesi dell'Unione europea e quindi subisce in misura minore il ristagno della domanda interna europea.

La specializzazione settoriale delle esportazioni italiane ha, invece, favorito la loro performance nei confronti del resto del Mondo. La struttura dell'export italiano si è, infatti, ben adattata alla dinamica di quella mondiale: è aumentata la quota dell'export di prodotti in metallo, farmaceutici e petroliferi e si è ridotta la quota dell'export dei settori più tipici del made in Italy, nei quali comunque l'Italia mantiene un vantaggio comparato.

La rapida crescita degli IDE (+11,5% medio annuo dal 1990 al 2011) rappresenta l'altra faccia della medaglia della maggiore internazionalizzazione delle imprese. L'avanzata degli IDE riflette i cambiamenti intervenuti a livello internazionale nell'organizzazione della produzione, sotto forma di creazione di reti di produzione internazionali, attraverso operazioni di acquisizioni e progetti greenfield. Inoltre, l'emersione recente di nuovi mercati ha stimolato sempre più IDE market seeking, finalizzati a soddisfare la domanda locale.

Nel 2012, per la prima volta, le economie emergenti hanno ricevuto un flusso di IDE maggiore dei paesi avanzati. Nella graduatoria mondiale dei paesi attrattori di IDE, i BRIC sono destinazione di una quota crescente di capitali esteri e la Cina è seconda solo agli Stati Uniti. Inoltre, i paesi emergenti stanno diventando anche investitori internazionali, selezionando le aree di interesse non solo tra i paesi avanzati ma soprattutto tra le altre economie emergenti, in particolare quelle ricche di materie prime, strategiche per la loro industria.

Nell'internazionalizzazione l'Italia è ancora deficitaria rispetto ai principali paesi europei. Nel 2011 lo stock di IDE in uscita, in percentuale del PIL, era meno della metà di quello medio nell'Unione europea e molto inferiore a quello degli altri principali paesi come la Germania, la Francia e la Spagna. Tuttavia, il flusso degli IDE italiani in uscita è cresciuto rapidamente nel tempo e si sta orientando anche verso nuovi settori. In particolare, si è rafforzato il vantaggio comparato degli IDE italiani nei settori specialistici e nei servizi, che rappresentano una rete di sostegno per gli imprenditori che vanno all'estero. Stanno mutando anche le mete degli IDE italiani: oltre che nei vicini paesi europei e negli Stati Uniti si rafforza la presenza in Russia e, in misura minore, in Brasile e in Cile.

Il ritardo italiano negli IDE si evidenzia anche nelle forme di attività internazionale delle imprese italiane. Le imprese internazionalizzate svolgono prevalentemente attività commerciali, di import ed export, in un massimo di quattro aree extra-europee. Le imprese globali, che esportano in almeno cinque aree extra-europee, e quelle multinazionali sono meno di un quinto del totale; sono però quelle

che ottengono i migliori risultati in termini di produttività. I vincoli che frenano l'attività internazionale sono sia esterni, in particolare la stretta del credito, sia interni, legati soprattutto alla piccola dimensione media delle imprese.

In base all'Indagine Confindustria sull'internazionalizzazione delle imprese, le mete preferite dagli esportatori italiani sono le economie avanzate: Germania, Francia e Stati Uniti. Ma è in corso uno spostamento verso i BRIC, soprattutto verso la Russia, che già nel 2012 rappresenta il quarto paese di destinazione delle imprese.

Sempre secondo l'Indagine Confindustria, il sistema Italia manca ancora di una rete finanziaria, di capitale umano e di strutture tali da sostenere le imprese esportatrici, soprattutto medio-piccole, che vogliono costruire un'attività estera più strutturata attraverso fusioni, attività di acquisizione o greenfield. I principali ostacoli all'internazionalizzazione sono i vincoli burocratici e amministrativi e la mancanza di coordinamento tra le istituzioni. La maggiore difficoltà delle imprese rispetto ai competitor internazionali a investire all'estero rende difficile il consolidamento delle esportazioni dei prodotti (quali, ad esempio, i macchinari) che necessitano di una rete di assistenza e servizi post-vendita. In questo quadro, le Associazioni confindustriali si orientano sempre più verso servizi personalizzati in base alle esigenze delle singole imprese.

Gli enti italiani a sostegno dell'internazionalizzazione sono numerosi e svolgono attività, a diversi livelli territoriali, che spesso si sovrappongono. Complica il quadro il ruolo assunto dalle Regioni in base alla riforma del Titolo V. La guida incerta della Cabina di regia non ha finora risolto i problemi di coordinamento. I fondi pubblici si disperdono, quindi, in troppe iniziative di importo ridotto e non generano, così, una massa critica che accresca il loro impatto sull'attività internazionale delle imprese.

È urgente, data la caduta del credito bancario all'export, il rafforzamento dei finanziamenti da parte di enti pubblici, anche attraverso la creazione di un'unica "banca per l'export" che riunisca i vari soggetti attualmente coinvolti, secondo il modello dei principali paesi avanzati.

Occorre, inoltre, puntare sulle forme di aggregazione di imprese, sia quelle collaudate come i consorzi all'esportazione sia quelle innovative come le reti d'impresa. Per promuovere all'estero le eccellenze italiane le fiere devono essere maggiormente pubblicizzate e frequentate. È fondamentale sfruttare appieno le grandi potenzialità dell'Expo 2015 come vetrina per il manifatturiero e volano per l'intera economia italiana.

2.1. Una nuova articolazione degli scambi mondiali

Gli ultimi trent'anni hanno visto realizzarsi uno straordinario processo di riequilibrio nella distribuzione dell'attività manifatturiera a livello mondiale. Questo fenomeno – che ha ormai dato vita a un policentrismo industriale senza precedenti – è visibile nell'aumento della quota dell'output prodotto dalle economie emergenti e nella flessione di quella delle principali economie industrializzate.

Le dimensioni della crescita produttiva delle “nuove” economie industriali sono legate a quelle del loro mercato interno, tanto è vero che le più “visibili” sono proprio quelle più grandi. Ma svolge un ruolo importante la loro capacità di esportare, che è distribuita tutt'altro che uniformemente, e ciò contribuisce a spiegare la differenza nei loro risultati economici.

L'affermazione industriale degli emergenti documentata dal CSC¹ si è realizzata quando l'area industrializzata e quella emergente sono entrate in relazione tra loro attraverso il sistema degli scambi internazionali. L'integrazione tra le due aree è stata favorita dal graduale abbattimento delle barriere tariffarie e dall'innovazione nei sistemi di elaborazione e comunicazione delle informazioni e nei trasporti, che hanno reso possibile l'organizzazione della produzione su scala globale. Ma, soprattutto, è stata guidata dall'abbassamento delle barriere all'accesso nelle attività produttive conseguente alla frammentazione dei processi manifatturieri, che ha permesso a molte economie in ritardo di essere coinvolte – attraverso l'inclusione in catene di fornitura a livello internazionale – nella realizzazione di specifiche componenti o fasi di lavorazione.

L'avvento negli scambi mondiali dei nuovi produttori si è tradotto in una contrazione del surplus commerciale manifatturiero detenuto da sempre dalle economie avanzate verso il resto del mondo: s'è ridotto il grado di integrazione commerciale tra le singole economie appartenenti all'area sviluppata e sono strutturalmente aumentate le loro importazioni dall'area emergente; parallelamente si è accresciuta l'interdipendenza commerciale tra le stesse economie emergenti.

Questo processo ha in ogni caso comportato una considerevole espansione del commercio internazionale di beni e servizi, cresciuto tra il 1990 e il 2012 di quasi l'8% medio annuo in valore e, di riflesso, anche una crescita del peso degli scambi mondiali sul PIL, che dal 1990 al 2012 è passato dal 19,6% al 31,8%. Proprio perché legata alla frammentazione dei processi produttivi e alla creazione di catene del valore globali, una quota crescente del commercio mondiale è stata occupata dagli scambi di beni intermedi. Il riorganizzarsi delle catene di offerta a scala internazionale è mostrato anche dal forte aumento dello stock di investi-

¹ Si veda CSC, *Scenari industriali* n. 4, giugno 2013.

menti diretti esteri (IDE) nel mondo (Grafico 2.1). Gli IDE hanno registrato una crescita ancora più forte (+11,5% medio annuo dal 1990 al 2011) di quella del commercio mondiale, più che triplicando la propria quota sul PIL (dal 9,3% del 1990 al 29,1% nel 2011).

La domanda mondiale è meno concentrata Il punto è che chi è emerso è, nel frat-

tempo, diventato anche un mercato (e tanto più in quanto l'emersione è guidata da colossi). I paesi emergenti rappresentano dunque dei nuovi *competitor* nei mercati internazionali; ma allo stesso tempo, e sempre di più, anche nuovi mercati di sbocco per le economie avanzate. Soprattutto per quelle europee, e l'Italia in particolare, in cui la domanda interna ristagna. Si tratta dunque di uno stimolo esogeno esterno che può offrire ossigeno alla produzione interna, e – conseguentemente – anche alla domanda.

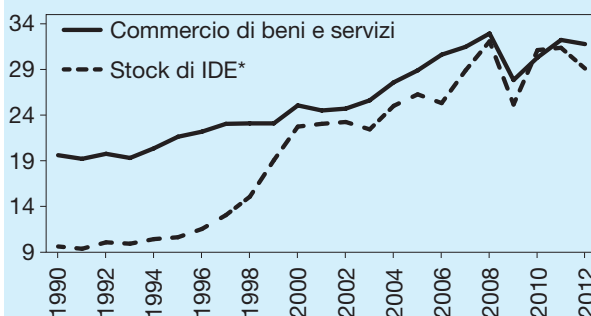
Dal punto di vista dell'Italia, il cambiamento rappresentato dalla crescita delle aree emergenti ha comportato che gli esportatori abbiano dovuto affrontare una ridislocazione dei loro flussi commerciali, soprattutto nell'ambito manifatturiero². Tra il 2002 e il 2012 il baricentro della domanda mondiale di beni manufatti si è infatti spostato bruscamente, allontanandosi dai paesi avanzati, in particolare dagli Stati Uniti e dalle economie dell'Area euro, e avvicinandosi a quelli emergenti, soprattutto alla Cina.

La domanda di beni, sia finali sia intermedi, espressa in ogni paese è pari alla somma dei beni prodotti internamente e di quelli importati, al netto dei beni esportati verso il resto del mondo. Questa misura è detta domanda apparente, perché comprende il valore di tutti i prodotti che rimangono dentro i confini nazionali, indipendentemente dal loro utilizzo: per consumi e investimenti, all'interno di altri processi produttivi o anche come scorte.

In termini di domanda apparente, la Cina è diventata il primo mercato di beni manifatturieri nel mondo, rappresentando un quinto (20,3%) della domanda mondiale nel 2012, con un guadagno di 11,6 punti percentuali di quota nel decennio 2002-2012 (Tabella 2.1). Gli Stati Uniti, la cui domanda era pari al 17,4% del totale mondiale, sono scesi in seconda po-

Grafico 2.1

**Gli scambi mondiali mettono il turbo:
gli IDE alimentano la corsa**
(Dollari correnti, in % del PIL, Mondo)



* Stock di IDE spostato avanti di un anno.

Fonte: elaborazioni CSC su dati UNCTAD e FMI.

² La competitività dell'economia italiana negli scambi internazionali di merci coincide, di fatto, con quella del suo settore manifatturiero: nel 2012 il 97,1% delle esportazioni italiane di merci è costituita di beni manifatturieri, la stessa quota che nel 2002.

sizione, perdendo nello stesso periodo di tempo 9,8 punti percentuali. Il ribaltamento delle posizioni relative delle due principali economie mondiali è dovuto alla maggiore velocità di crescita dell'economia emergente cinese rispetto a quella statunitense ed è stato favorito dal deprezzamento del dollaro rispetto allo yuan. La tendenza è attesa proseguire anche nei prossimi anni: secondo le previsioni Global Insight, la domanda cinese guadagnerà 6,3 punti percentuali tra il 2012 e il 2017 e quella statunitense ne perderà 2,9.

Perdono quote di domanda mondiale di manufatti anche altre economie avanzate: il Giappone (-2,9 punti percentuali dal 2002 al 2012), la Germania (-0,8), la Francia (-1,2), il Regno Unito (-1,7), la Spagna (-0,9). Tra queste, la quota italiana, insieme a quella inglese, è quella che arretra di più, perdendo 1,8 punti percentuali tra il 2002 e il 2012 (2,6% la quota mondiale nel 2012); si prevede che nel 2017 sarà pari alla metà di quella nel 2002.

Avanzano, invece, gli altri BRICS: l'India (+1,2 punti), il Brasile (+1,2), la Russia (+1,6) e, in misura minore, il Sud Africa (+0,2). Sono in aumento, infine, le quote dell'Indonesia (+0,9), della Turchia (+0,4) e della Polonia (+0,3). La Cina traina l'emergere del continente asiatico come baricentro della domanda globale di manufatti: nel 2012 la domanda asiatica supera quella complessiva negli Stati Uniti e nell'Unione europea e nel 2017 essa rappresenterà quasi la metà di quella mondiale.

Più domanda interna significa più importazioni

La dinamica mondiale della domanda si riflette in una nuova mappa geografica degli sbocchi della produzione manifatturiera. Infatti, le variazioni delle quote mondiali di domanda apparente e di import dei principali paesi tra il 2002 e il 2012 sono fortemente correlate (coefficiente di correlazione pari a 0,89; Grafico 2.2).

Tabella 2.1

Il baricentro della domanda si sposta verso la Cina (Manifatturiero, domanda apparente¹ in dollari correnti, quote sul totale mondiale², % e punti percentuali)

		Quote 2012	Differenze	
			2002-12	2012-17
1	Cina	20,3	11,4	6,3
2	Stati Uniti	17,4	-9,8	-2,9
3	Giappone	8,9	-2,9	-2,3
4	Germania	5,2	-0,8	-0,3
5	Corea del Sud	3,5	0,5	0,4
6	India	3,1	1,2	0,7
7	Francia	2,9	-1,2	-0,4
8	Brasile	2,8	1,2	-0,3
9	Italia	2,6	-1,8	-0,4
10	Russia	2,4	1,6	0,2
11	Regno Unito	2,2	-1,7	-0,2
12	Canada	2,1	-0,1	-0,4
13	Messico	2,0	-0,3	0,0
14	Indonesia	1,8	0,9	0,4
15	Spagna	1,6	-0,9	-0,3
16	Australia	1,4	0,4	-0,2
17	Turchia	1,2	0,4	0,2
18	Taiwan	1,1	-0,1	-0,2
19	Polonia	1,0	0,3	0,2
20	Svizzera	0,9	0,0	-0,1

¹ Produzione interna meno esportazioni nette.

² L'aggregato Mondo comprende 75 paesi che producono la quasi totalità del PIL mondiale (97% nel 2011).

Fonte: elaborazioni CSC su dati e previsioni Global Insight.

Ciò è vero anche perché la domanda apparente è una misura indiretta degli acquisti interni di beni manifatturieri, finali e intermedi, e rappresenta quindi il bacino potenziale delle importazioni dall'estero. Il nesso tra le due variabili è più stretto nei paesi più aperti agli scambi internazionali, perché il grado di penetrazione dei beni esteri nel mercato interno è maggiore.

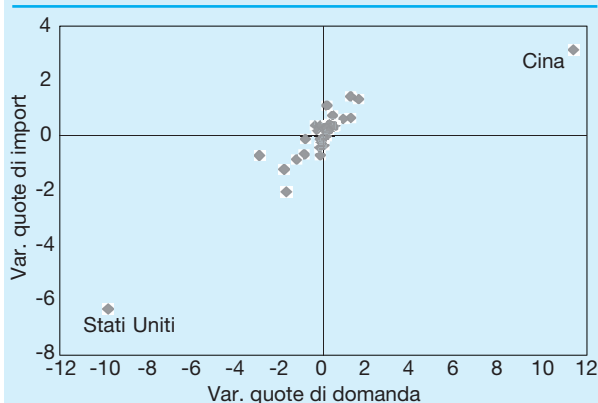
La relazione appare meno stretta per le due maggiori economie, gli Stati Uniti e la Cina, che sono caratterizzate da variazioni molto più ampie della media di entrambe le variabili. L'aumento della quota mondiale della domanda apparente cinese è maggiore di quello della quota delle sue importazioni e, specularmente, la caduta della quota della domanda statunitense è maggiore di quella della quota dell'import. L'incremento della quota mondiale della domanda cinese, infatti, riflette anche il veloce aumento della produzione nazionale, che ha comportato un maggiore grado di copertura della domanda attraverso l'offerta interna. Al contrario, negli Stati Uniti è aumentata la penetrazione dei manufatti esteri sul mercato interno e quindi la quota mondiale dell'import statunitense è diminuita meno di quella della domanda.

Stati Uniti e Cina sono comunque i primi due paesi importatori di beni manifatturieri, assorbendo rispettivamente il 12,4% e l'8,1% delle importazioni mondiali nel 2012 (Tabella 2.2).

Grafico 2.2

Domanda interna e importazioni si muovono insieme

(Paesi¹, domanda apparente e importazioni nel manifatturiero, variazioni della quota mondiale tra il 2002 e il 2012, punti percentuali)



¹ Primi trenta paesi mondiali per domanda interna o per importazioni.
Fonte: elaborazioni CSC su dati Global Insight.

Tabella 2.2

Gli Stati Uniti rimangono il primo paese importatore

(Manifatturiero, importazioni in dollari correnti, quote sul totale mondiale¹, % e punti percentuali)

		Quote 2012	Differenze	
			2002-12	2012-17
1	Stati Uniti	12,4	-6,3	-0,8
2	Cina	8,1	3,1	0,7
3	Germania	7,6	-0,1	-0,2
4	Francia	4,2	-0,9	-0,4
5	Regno Unito	3,8	-2,1	-0,1
6	Giappone	3,6	-0,7	-0,2
7	Hong Kong	3,4	-0,3	0,1
8	Paesi Bassi	3,2	0,4	-0,2
9	Canada	3,0	-0,7	-0,1
10	Belgio	2,8	-0,4	-0,2
11	Italia	2,7	-1,2	-0,3
12	Messico	2,5	0,2	0,0
13	Corea del Sud	2,4	0,4	0,6
14	Emirati Arabi	2,3	1,1	0,3
15	Russia	2,3	1,3	0,2
16	Singapore	2,3	0,4	0,1
17	India	2,1	1,4	0,7
18	Spagna	2,0	-0,7	-0,2
19	Taiwan	1,6	-0,2	0,0
20	Australia	1,5	0,4	0,0

¹ L'aggregato Mondo comprende 75 paesi che rappresentano il 97% del PIL mondiale nel 2011.

Fonte: elaborazioni CSC su dati e previsioni Global Insight.

Nel confronto con la graduatoria mondiale della domanda apparente, il peso dell'import dei principali paesi europei sull'import mondiale è maggiore, proprio perché più aperti con l'estero: Germania (7,6%), Francia (4,2%) e Regno Unito (3,8%), anche se tra il 2000 e il 2012 il trend è decrescente. La quota delle importazioni italiane (2,7%) è pressoché uguale a quella della domanda (2,6%), ma si è ridotta meno nel tempo (-1,2 punti percentuali rispetto a -1,8).

La regionalizzazione degli scambi...

In questi anni si è anche verificata una maggiore regionalizzazione degli scambi all'interno di aree fortemente integrate, ossia tra paesi appartenenti a un unico polo commerciale e produttivo, spesso rafforzato da specifici accordi di libero scambio, come nel caso dell'Unione europea, del NAFTA fra Stati Uniti, Canada e Messico e dell'ASEAN fra i principali paesi del Sud-Est asiatico. Di conseguenza, le esportazioni dei paesi appartenenti a una determinata area dipendono in modo più che proporzionale dalla domanda interna all'area stessa.

L'Unione europea costituisce un'area fortemente integrata: il 64,3% delle importazioni di manufatti nel 2011 provenivano da altri paesi dell'Unione, una quota però in calo di 3,1 punti percentuali rispetto al 1995 (Grafico 2.3).

Ma, soprattutto, è aumentata l'integrazione commerciale tra i paesi emergenti asiatici: la quota delle importazioni intra-area su quelle totali si è incrementata di 19,5 punti percentuali tra il 1995 e il 2011 (al 55,3%). Suddividendo l'area asiatica in macro-regioni, l'incremento dell'*intra-trade* ha interessato soprattutto gli emergenti est-asiatici che gravitano intorno alla Cina (42,1% la quota intra-area di questa macro-regione nel 2011, +10,8 punti percentuali dal 1995) ma anche quelli del Sud-Est asiatico (che comprendono, tra gli altri, Indonesia, Malesia e Singapore; 21,5% la quota intra-area nel 2011, +5,1 punti dal 1995).

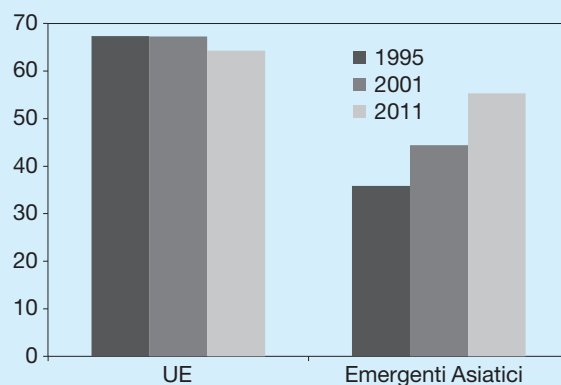
...favorisce l'export dei paesi asiatici

La maggiore regionalizzazione degli scambi ha, quindi, amplificato gli effetti sulle esportazioni dei paesi appartenenti alle diverse aree dello spostamento geografico delle importazioni mondiali di manufatti dai paesi dell'Unione europea (-5,1 punti percentuali la quota mondiale dal 1995 al 2011) verso quelli asiatici (+6,3 punti nello stesso periodo).

Grafico 2.3

In aumento gli scambi intra-area tra i paesi emergenti asiatici

(Importazioni, scambi intra-area su totale area, quote %)



Fonte: elaborazioni CSC su dati UNCTAD.

Inoltre, la scalata dei paesi emergenti, Cina in testa, nel commercio mondiale ha provocato una riduzione fisiologica della quota mondiale dell'export dei paesi avanzati. La quota delle esportazioni cinesi è aumentata di 5,7 punti percentuali dal 2002 al 2012 (al 13,8% mondiale), mentre la quota di quelle degli Stati Uniti è diminuita di 1,5 punti (all'8,9%) e di quelle del Giappone di 2,0 punti (al 5,5%). Le esportazioni dei paesi membri dell'Unione europea a 15 hanno perso 6,5 punti percentuali sul totale mondiale (al 32,7% nel 2012): in particolare, l'export tedesco e quello francese si sono entrambi ridotti di 1,4 punti (rispettivamente, al 9,2% e al 3,9%), quello italiano di 0,9 punti (al 3,3%); quello olandese, al contrario, ha guadagnato 0,9 punti percentuali (al 3,7%).

Tuttavia, l'incremento della domanda mondiale trainato dagli emergenti ha contribuito a rendere l'export la componente più dinamica del PIL italiano. Tra il 2002 e il 2012 le esportazioni italiane di manufatti sono aumentate, in termini reali, del 2,3% medio annuo e la loro quota in rapporto al PIL si è incrementata di 4,1 punti percentuali (al 24,8% del PIL nel 2012).

La specializzazione geografica aiuta poco l'export italiano...

La specializzazione geografica dell'export italiano rispetto a quella dei principali paesi *competitor* europei presenta sia vantaggi sia svantaggi: esso, infatti, è relativamente meno orientato sia verso gli altri paesi dell'Unione europea sia verso quelli emergenti asiatici, la Cina in particolare. Di conseguenza, la performance italiana è colpita in misura minore dal ristagno della domanda interna europea e, allo stesso tempo, beneficia meno dell'incremento di quella asiatica.

In particolare, nel 2011 i paesi UE hanno assorbito il 54,6% dell'export manifatturiero italiano (-6,1 punti percentuali rispetto al 2002) e il 58,1% di quello tedesco (-4,8 punti). Tuttavia, la Cina è stata la destinazione solo del 3,8% delle esportazioni italiane (+1,8 punti percentuali rispetto al 2002) e la Corea del Sud dello 0,9% (-0,1 punti). Le esportazioni manifatturiere tedesche vanno, invece, per il 7,0% verso la Cina, con un incremento di 4,0 punti percentuali dal 2002, e per l'1,3% verso la Corea del Sud (+0,3 punti).

La specializzazione geografica dell'export manifatturiero italiano e tedesco, comunque, è necessariamente più dipendente dalla domanda europea e meno da quella asiatica rispetto a quella dell'export dei principali paesi extra-europei e, di conseguenza, penalizza la loro performance relativa. Inoltre, le esportazioni di questi due paesi hanno perso quote di mercato, a favore dei paesi emergenti, in quasi tutti i paesi di destinazione e quindi indipendentemente dalla specializzazione geografica: questo calo generalizzato spiega la maggior parte dell'arretramento complessivo delle quote mondiali italiana e tedesca.

Più precisamente, è possibile scomporre la variazione complessiva delle quote mondiali in tre componenti, secondo un'analisi *Constant Market Share*. La prima componente è costituita dall'effetto della variazione della quota dell'export di un paese sui mercati di sbocco (dunque sulle importazioni dei vari paesi), tenendo fissa l'importanza di ciascun singolo

mercato sul mercato mondiale³. La seconda componente, invece, considera il fatto che nel frattempo è cambiata la rilevanza di ciascun mercato di sbocco (quindi delle importazioni di ogni singolo paese) sul mercato mondiale e calcola l'impatto di questo cambiamento sull'export di quello stesso paese, tenendo ferma la composizione geografica delle esportazioni del medesimo paese⁴. In altre parole, la prima componente dipende dalla performance dell'export di quel paese sui singoli mercati, mentre la seconda dipende dal rimescolamento dei mercati stessi. Infine, c'è una terza componente che è la capacità di un paese di adattarsi a questo rimescolamento mutando la composizione geografica del suo export⁵.

In base a questa analisi, nel periodo 2002-2011 la perdita di quota delle esportazioni italiane è dovuta per 0,8 punti percentuali all'arretramento tendenziale dell'export in tutti i mercati di sbocco e per 0,1 punti all'effetto combinato della inadeguata specializzazione geografica iniziale e dell'insufficiente adattamento nel periodo di tempo considerato. Un risultato simile si ha per l'export tedesco: un calo di 1,0 punti dovuto al fattore tendenziale e -0,1 punti a causa della specializzazione geografica, soprattutto all'inizio del periodo considerato.

Una riallocazione dell'export manifatturiero italiano verso le economie asiatiche più dinamiche avrebbe un effetto significativo sulla sua performance complessiva. Per esempio, un aumento delle esportazioni italiane verso la Cina e la Corea del Sud tale da eguagliare la specializzazione tedesca in questi due paesi necessiterebbe, a parità di valori esportati negli altri paesi, di un incremento del 3,9% del totale dell'export e successivamente causerebbe una maggiore crescita nominale annua dello 0,3%, grazie al maggior peso di questi due paesi che hanno una domanda più dinamica.

...quella settoriale di più

Una seconda dimensione per analizzare la dinamica degli scambi manifatturieri mondiali è costituita dalla scomposizione per settore produttivo.

La metà delle esportazioni mondiali di beni manufatti riguarda le macchine e gli impianti, i prodotti chimici, gli autoveicoli, gli impianti di comunicazione e i prodotti in metallo (Tabella 2.3). Questi ultimi hanno aumentato la loro quota di mercato nel periodo 2002-2012 (+1,3 punti percentuali), mentre ne hanno perse gli autoveicoli (-2,2), gli impianti di comunicazione (-1,0) e i computer e le macchine da ufficio (-2,4). L'esplosione delle quotazioni petrolifere mondiali (+11,0% medio annuo in più del valore medio unitario delle esportazioni) ha accresciuto la quota degli scambi dei prodotti della raffinazione (+4,5 punti percentuali), che però è attesa diminuire nei prossimi cinque anni (-1,4 punti, previsioni Global Insight).

³ Statisticamente è calcolata come somma delle variazioni delle quote di mercato dell'export del paese nei singoli paesi importatori, pesate per la quota mondiale delle importazioni dei paesi stessi all'inizio del periodo considerato.

⁴ Calcolata come somma delle variazioni delle quote mondiali dell'import di ciascun paese, pesate per la quota iniziale all'interno dei paesi stessi detenuta dall'export del paese sotto osservazione.

⁵ Calcolata come somma delle interazioni tra le due variazioni, ossia di quella della quota dell'export del paese sui mercati di sbocco, da un lato, e di quella della quota di ciascun singolo mercato sul mercato mondiale, dall'altro.

Tabella 2.3

Aumentati gli scambi petroliferi, ridotti quelli di autoveicoli e computer (Settori manifatturieri*, esportazioni mondiali in dollari correnti, quote sul totale, % e punti percentuali)			
	Quote 2012	Differenze	
		2002-12	2012-17
Macchinari e impianti	11,3	0,2	0,6
Prodotti chimici	10,4	0,8	0,8
Autoveicoli	10,1	-2,2	-0,1
Impianti di comunicazione	9,2	-1,0	-0,3
Metallurgia e prodotti in metallo	8,4	1,3	0,1
Prodotti della raffinazione del petrolio	7,2	4,5	-1,4
Alimentari e bevande	5,8	0,2	-0,5
Macchine elettriche	5,2	0,1	0,3
Computer e macchine da ufficio	3,9	-2,4	-0,2
Altri mezzi di trasporto	3,7	0,1	0,3
Altri manifatturieri	3,6	0,3	0,2
Macchine ottiche e mediche	3,5	0,1	0,1
Farmaceutici	3,5	0,7	-0,1
Abbigliamento	2,9	-0,2	0,0
Gomma e plastica	2,4	0,2	0,1
Tessile	2,1	-1,1	0,0
Carta	1,7	-0,6	0,0
Pelli e calzature	1,5	-0,2	-0,1
Minerali non metallici	1,4	-0,2	0,1
Mobili	1,1	-0,1	0,1
Legno	0,5	-0,2	0,0
Stampa	0,3	-0,2	0,0
Tabacchi	0,3	-0,1	-0,1

* Escluso il settore del riciclo.
 Fonte: elaborazioni CSC su dati e previsioni Global Insight.

La specializzazione dell'export italiano è misurata dall'indice di vantaggio comparato rivelato, definito dal rapporto tra la quota di ciascun settore sul totale delle esportazioni dell'Italia e la quota di ciascun settore sul totale delle esportazioni mondiali: un valore maggiore dell'unità segnala un vantaggio relativo italiano. Nel 2012 i settori in cui l'Italia presentava un vantaggio erano i macchinari e gli impianti, i prodotti minerari non metallici e, in misura minore, quelli metallici, le pelli e le calzature, i mobili, i prodotti farmaceutici, il tessile e l'abbigliamento.

Tra il 2002 e il 2012 la struttura dell'export italiano si è ben adattata alla dinamica delle esportazioni settoriali mondiali, essendosi ridotte le quote sul totale nazionale nei settori tradizionali

(tessile e abbigliamento, pelli e calzature), nei quali comunque l'Italia mantiene un vantaggio, ed essendo aumentate quelle nei prodotti in metallo, farmaceutici e petroliferi (Grafico 2.4).

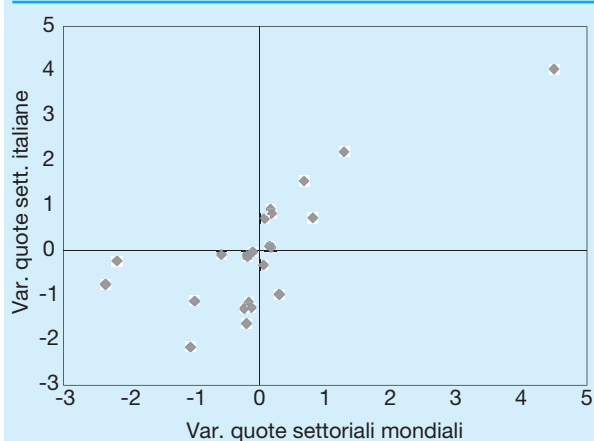
Di conseguenza, la struttura e la dinamica settoriale dell'export manifatturiero italiano hanno favorito la performance complessiva delle esportazioni italiane nel decennio 2002-2012. Utilizzando la metodologia *Constant Market Share*, la perdita della quota italiana sul totale mondiale (-0,9 punti percentuali) risulta dovuta alla riduzione tendenziale della quota dell'export italiano comune a tutti i settori (a eccezione della carta) per 1,0 punti percentuali, mentre la specializzazione settoriale italiana, sia iniziale sia nel corso del periodo di tempo considerato, ha permesso un recupero di 0,1 punti percentuali nella quota degli scambi mondiali.

Più export, più PIL Nonostante l'apporto positivo della specializzazione settoriale dell'export italiano, dunque, questo ha perso quota sul totale mondiale. Tale discesa è stata determinata dall'avanzata dell'export dei paesi emergenti, ma non è un dato ineluttabile: lo dimostra, per esempio, la performance positiva delle esportazioni olandesi, sostenute dalla elevata concentrazione di imprese multinazionali. Una spinta all'export italiano può essere fornita da una specializzazione geografica più ambiziosa, proiettata verso le economie emergenti più dinamiche, Cina in testa. Allo stesso tempo, è necessario accrescere la competitività dell'export italiano in ogni paese e settore di destinazione.

L'incremento delle esportazioni è un motore di crescita per i settori produttivi coinvolti, soprattutto quello manifatturiero, e attiva la creazione di valore aggiunto in tutta l'economia. Ciò è vero sia per i paesi emergenti, che, soprattutto all'inizio del processo di *catching up*, dipendevano dalla domanda mondiale per trovare sbocco alla propria produzione, sia per i paesi avanzati, che devono sempre più cercare aumenti di domanda nelle economie più dinamiche. Questo nesso è diventato ancora più importante, perché il grado di apertura delle principali economie, e quindi il peso del settore estero, è cresciuto nel tempo, per quanto riguarda sia la domanda finale sia quella di beni e servizi intermedi connessa al processo di frammentazione internazionale dei processi produttivi.

Grafico 2.4

Export settoriale: dinamica simile in Italia e nel Mondo
(Var. delle quote settoriali nel Mondo e in Italia, punti percentuali, 2002-2012)



Fonte: elaborazioni CSC su dati Global Insight.

Infatti, la crescita del PIL e quella dell'export di merci, in termini reali, sono correlate, ossia si muovono insieme nel tempo nei vari paesi. In particolare, nel periodo 1980-2012 l'indice di correlazione è pari a 0,49 in media nei paesi avanzati (secondo la classificazione dell'FMI). La correlazione, inoltre, è aumentata negli anni Duemila (a 0,64), sia perché è aumentato, in media, il grado di apertura dei paesi, sia perché tutte le principali economie, e quindi anche la domanda mondiale, hanno espresso dinamiche parallele durante la crisi.

La correlazione tra le due variabili non è dovuta, semplicemente, al fatto che le esportazioni contribuiscono, al netto delle importazioni, alla determinazione del PIL. Infatti, export e import si muovono insieme, cosicché variazioni dell'export non sono correlate a variazioni dell'export netto (in percentuale del PIL).

Interpretando in modo causale il rapporto tra dinamica reale di export e PIL in una regressione panel per l'insieme dei paesi avanzati nel ventennio 1993-2012, a un aumento di un punto percentuale del tasso di crescita delle esportazioni di merci risulta associato un incremento di 0,21 punti percentuali del tasso di crescita del PIL⁶. Per la sola Italia questo valore, definito come l'elasticità del PIL all'export, sale a 0,24.

Secondo le previsioni dell'FMI, le esportazioni di merci italiane cresceranno in termini reali del 3,3% medio annuo nei prossimi cinque anni, il PIL dello 0,6% medio annuo. In base alla stima dell'elasticità del PIL all'export, ciò significa che la crescita italiana sarà interamente dovuta a quella dell'export.

Secondo questo scenario, sotto l'ipotesi che il deflatore del PIL e quello dei soli beni esportati assumano, in media, lo stesso andamento, la quota dell'export di merci sul PIL italiano salirà di 3,6 punti percentuali al 28,4% nel 2017. Ipotizzando, invece, un incremento maggiore della quota dell'export, come avvenuto per esempio in Germania nei dieci anni precedenti alla crisi (+1,6 punti percentuali medi annui tra il 1997 e il 2007), si otterrebbe una crescita aggiuntiva dell'export del 2,9% annuo e, in base all'elasticità stimata, un impatto aggiuntivo sulla crescita del PIL italiano pari allo 0,7% annuo nei prossimi cinque anni.

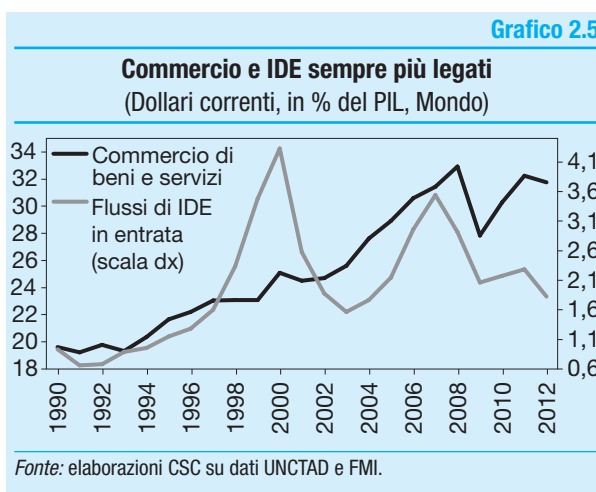
Puntare decisamente sull'export, ponendosi obiettivi ambiziosi come quelli raggiunti dalla Germania nel decennio pre-crisi, può offrire ossigeno all'economia italiana, a fronte della debole domanda interna, ed è una solida leva in grado di fare ripartire l'economia, più che raddoppiando, potenzialmente, la crescita del PIL nel prossimo quinquennio.

⁶ Inserendo variabili di controllo per quanto riguarda sia le variazioni dell'export netto sia la struttura autoregressiva del PIL e dell'export nel tempo.

2.2 Gli IDE e la crescita mondiale

Negli ultimi trenta anni la crescita economica mondiale è stata caratterizzata da un forte aumento della componente non finanziaria degli investimenti internazionali (IDE), legata alla crescente integrazione prima commerciale e poi produttiva tra i principali attori dell'economia mondiale.

Così come il commercio, anche gli IDE sono cresciuti a un ritmo molto elevato, passando, in termini di stock, da poco più di 2 mila miliardi nel 1990 a più di 20 mila miliardi nel 2011. I flussi di IDE hanno registrato una crescita simile, ma con una elevata variabilità nel tempo. Hanno subito, infatti, un primo crollo nel 2001-2002, connesso alla bolla finanziaria, toccando un minimo nel 2003 (586 miliardi di dollari), pari a meno della metà del livello raggiunto nel 2000 (1.400 miliardi di dollari). Nel 2006 il loro flusso aveva di nuovo superato quello del 2000. Nel secondo crollo (2008-2009) la perdita è stata inferiore (-22,1% medio annuo rispetto al -33,0% del 2001-2002); successivamente, dopo un rimbalzo nel biennio 2010-2011, i flussi di IDE hanno nuovamente rallentato la loro crescita nel 2012, allontanandosi dal picco raggiunto nel 2007 (quasi 2.000 miliardi di dollari). In rapporto al PIL mondiale, il livello massimo dei flussi di IDE è stato raggiunto nel 2000 (4,3%), seguito da un successivo punto di massimo relativo nel 2007 (3,5%). Negli ultimi anni l'incidenza è scesa al di sotto del 2,0% del PIL (Grafico 2.5). Pesano l'aumento dell'incertezza e il ridimensionamento delle prospettive di crescita nei paesi avanzati.



IDE in cambiamento: da *resource a market seeking*

La crescita degli IDE ha riflesso i cambiamenti intervenuti a livello internazionale nell'organizzazione della produzione, sotto forma di creazione di reti di produzione internazionali, attraverso operazioni di acquisizioni e progetti *greenfield*. Ciò è stato favorito dalla riduzione dei costi di trasporto, dall'abbattimento delle barriere doganali (si veda *Le esogene della previsione*) e, almeno in una fase iniziale, dall'esistenza di forti differenziali dei costi di produzione tra paesi (costi salariali, presenza di materie prime), con l'obiettivo di acquisire fattori di produzione.

Il graduale consolidarsi di un regime concorrenziale a livello globale ha accresciuto la rilevanza dei vantaggi comparati detenuti dai singoli paesi, "forzando" la divisione del lavoro tra di essi. Questo fenomeno ha continuato a sostenere gli IDE, indirizzandoli verso

le aree in cui fossero disponibili vantaggi comparati nel produrre un determinato prodotto o svolgere una determinata fase (*efficiency* e *strategic asset seeking*). Negli anni più recenti, a seguito dell'emergere di nuovi mercati, il processo di internazionalizzazione è stato invece sempre più guidato dalla ricerca di maggiori volumi delle vendite sui mercati esteri (*market seeking*), mediante il posizionamento di stabilimenti, magazzini e catene di distribuzione nelle aree in cui la domanda è più vivace.

Detto in altri termini, almeno una parte dell'esplosione della crescita nelle economie emergenti è, storicamente, l'esito di una ri-localizzazione verso di essi delle produzioni prima svolte nelle economie avanzate e, anche in assenza di de-localizzazione, di un investimento estero differenziale tra le due aree, dovuto a due fattori: il fatto che i differenziali di costo di produzione non sono comparabili (*IDE cost reducing*); e il fatto che negli emergenti la domanda interna cresce a ritmi assai più sostenuti che in Europa o negli Stati Uniti (*IDE market seeking*). Dunque, una quota dei flussi di produzione (e di esportazione) degli emergenti è realizzata dalle filiali delle multinazionali occidentali.

È coerente con questo fenomeno l'elevato grado di correlazione (0,89) tra gli IDE e il commercio mondiale osservabile nell'arco degli ultimi 31 anni (dal 1980 al 2011), che sebbene non definisca un rapporto causa-effetto sottolinea, come la maggior parte degli studi sul tema, che esiste un notevole grado di complementarità tra le due modalità di internazionalizzazione.

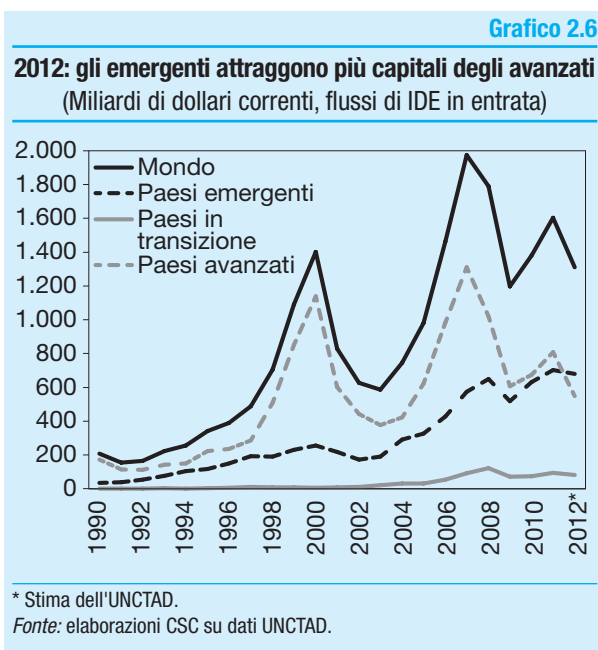
Lungo questa linea è possibile situare anche i risultati di un recente studio⁷, che documenta che un fattore rilevante per la scelta della destinazione degli IDE è l'abbassamento dei costi di coordinamento della produzione a livello internazionale. L'analisi del fatturato e degli acquisti delle affiliate giapponesi mette infatti in evidenza che lo schema di definizione di IDE orizzontale, verticale e di piattaforma non rappresenta che una piccola parte della realtà multinazionale, mentre in realtà la maggior parte delle affiliate acquistano intermedi e vendono prodotti finiti sempre meno a livello locale e sempre più sui mercati internazionali, creando uno schema che può essere definito "*networked FDI*".

2012: Gli emergenti attraggono più IDE

In quanto più sensibili del commercio internazionale alla congiuntura economica, i flussi di IDE sono crollati di quasi il 34,0% nel 2009 (contro una flessione di poco inferiore al 13,0% degli scambi mondiali). E, dopo un breve tentativo di ripresa, questa stessa volatilità – nel quadro della fragilità economica dovuta alla crisi dell'area euro, della non facile situazione di finanza pubblica statunitense e di cambiamenti politici rilevanti nelle maggiori economie – ha comportato nel 2012, secondo stime UNCTAD, un crollo del flusso degli IDE mondiali del 18,0%.

⁷ Baldwin, R. e Okubo, T. (2012), *Networked FDI: Sales and Sourcing Patterns of Japanese Foreign Affiliates*, CEPR Discussion Papers 8963.

In questo contesto il dato rilevante riguarda il sorpasso che si è realizzato nel 2012 a opera degli emergenti, che per la prima volta hanno ricevuto un flusso di capitali esteri (680 miliardi di dollari) maggiore di quello ottenuto dai paesi sviluppati (548 miliardi di dollari; Grafico 2.6). Questa inversione in parte può essere il prodotto di una strategia di tipo *market seeking*, e non solo di *resource seeking*, poiché i paesi avanzati, in quanto economie mature, sono meno dinamici nella crescita della domanda. Inoltre la grave recessione che ha colpito una buona parte dell'Unione europea ha sia fatto crollare la domanda interna dei paesi impegnati nel risanamento dei conti pubblici sia alimentato l'incertezza, che è il principale deterrente nei confronti degli investimenti in generale e di quelli internazionali in particolare.



Questa differente dinamica è spiegata anche dal nuovo ruolo assunto da alcuni grandi paesi emergenti, che sono diventati anche investitori oltre che attrattori di capitale estero e scelgono di investire direttamente soprattutto in altre aree emergenti. Nel 1990 il flusso di capitali esteri in uscita nel mondo proveniva per il 95% dai paesi avanzati; nel 2011 tale quota risultava ridotta, a favore degli emergenti, di 22 punti percentuali (73,0%).

L'incremento degli investimenti esteri da parte di alcuni paesi emergenti è sostenuto anche dal fatto che la forte crescita industriale registrata negli ultimi trenta anni ha aumentato la loro domanda di materie prime. Queste sono acquisibili direttamente sul mercato mondiale attraverso le importazioni, ma gli investimenti internazionali possono rivelarsi non solo più convenienti dell'acquisto sul mercato ma anche strategici in una prospettiva di lungo periodo. La repentina crescita dell'industria manifatturiera cinese alimenta ad esempio investimenti diretti nei paesi dotati di elevate risorse energetiche (Russia, Medio Oriente, America del Sud e Africa).

Gli IDE dei BRICS verso l'Africa

In particolare, gli IDE dei BRICS in Africa riguardano soprattutto investimenti *greenfield*, ovvero quelli che, creando un'impresa da zero, generano più crescita nel paese ospitante. Secondo un recente studio dell'UNCTAD⁸, il valore dei progetti *greenfield* sostenuti dai BRICS in Africa è aumentato dal 19% del totale nel

⁸ Global Investment Trends Monitor, edizione speciale, *The rise of BRICS FDI and AFRICA*, 25 marzo 2013.

2003 a più del 25% nel 2012. La prevalenza di *greenfield* in Africa è dovuta anche alla scarsità di imprese già esistenti da acquisire. Gli IDE provenienti dalla Russia si concentrano nel controllo strategico delle materie prime. Investimenti nei servizi finanziari, invece, sono stati fatti dal Brasile e dall'India. Il Sudafrica ha investito nelle miniere.

Gli IDE in uscita dai BRICS non sono comunque esclusivamente orientati verso gli altri paesi emergenti: nel 2011 era destinato agli altri emergenti il 49,3% degli stock in uscita, ai paesi sviluppati il 41,6% (di cui il 34,1% all'Unione europea) e soltanto il 2,5% era destinato agli investimenti intra-BRICS. In particolare gli IDE più rilevanti per i BRICS sono quelli intra-regionali (il 70% degli stock in uscita dalla Cina e il 40% di quelli brasiliani sono diretti alle rispettive economie più vicine).

Stati Uniti e Cina i principali attrattori di flussi di IDE

In conseguenza di questi fenomeni, i flussi di IDE in entrata nel 2012 hanno penalizzato fortemente i paesi avanzati (-32,1%) e in particolare l'Unione europea (-34,8%); anche i paesi emergenti hanno subito una leggera riduzione (-3,2%), ma la dinamica non è stata uniforme. In generale, sono aumentati i flussi in entrata nelle economie ricche di materie prime come quelle del Sud America (+7,2%) e dell'Africa (+5,5%). Hanno invece ricevuto meno capitali esteri rispetto al 2011 le economie in transizione (-13,1%), in gran parte per effetto della flessione degli investimenti nei paesi del Sud-Est europeo (-51,9%), che, originando principalmente dagli altri paesi europei, subiscono gli effetti della recessione in questa area.

Analizzando i flussi in entrata nei principali paesi risulta che perdono peso quelli avanzati, con l'eccezione degli Stati Uniti, del Belgio e dell'Australia, mentre aumentano di importanza i paesi emergenti (Tabella 2.4). La Cina

Tabella 2.4

L'Europa attrae sempre meno capitali esteri (Flussi in entrata, in % del totale mondiale, dati medi annui in dollari correnti)			
	2003-2007	2008-2012	Differenza
1 Stati Uniti	13,0	14,0	1,0
2 Cina	6,0	7,7	1,8
3 Belgio	4,6	6,4	1,8
4 Hong Kong (Cina)	3,1	5,0	1,8
5 Regno Unito	10,5	4,5	-6,0
6 Russia	2,1	3,5	1,4
7 Brasile	1,7	3,5	1,8
8 Australia	1,8	3,1	1,3
9 Francia	5,7	3,0	-2,7
10 Singapore	2,5	2,8	0,3
11 Canada	3,6	2,7	-0,9
12 Spagna	3,0	2,4	-0,6
13 India	1,1	2,2	1,1
14 Germania	3,6	1,7	-1,9
15 Irlanda	0,0	1,4	1,4
16 Messico	2,1	1,4	-0,7
17 Svizzera	1,6	1,3	-0,3
18 Svezia	1,5	1,0	-0,5
19 Polonia	1,2	0,9	-0,3
20 Italia	2,6	0,8	-1,8
21 Olanda	3,8	0,6	-3,2
22 Austria	1,1	0,5	-0,6
23 Giappone	0,6	0,5	-0,1
BRIC	10,9	16,8	6,0
Mondo (mld di dollari)	1.150,2	1.456,9	

Fonte: elaborazioni CSC su dati UNCTAD.

rappresenta la seconda meta di destinazione degli IDE, dietro gli Stati Uniti: nel 2012 ha ricevuto il 9,1% degli investimenti esteri mondiali, sfiorando i 120 miliardi di dollari; in aumento rispetto alla media negli ultimi quattro anni (7,7% nel periodo 2008-2012) e in quelli precedenti (6,0% nel 2003-2007). Inoltre bisogna anche considerare i capitali che arrivano in territorio cinese in quanto destinati ad Hong Kong, che rappresentano il 5,0% del totale mondiale nel periodo 2008-2012.

Anche gli altri BRIC hanno registrato un crescente flusso di capitali esteri in entrata, seppure con intensità diversa. La quota della Russia, sesto attrattore mondiale di capitali esteri, ha raggiunto il 3,5% nel periodo 2008-2012, con un aumento di 1,4 punti percentuali rispetto al quadriennio precedente. Ha raggiunto lo stesso livello anche il Brasile, ma con una accelerazione più marcata. L'India riceve una quota più bassa (2,2% nel 2008-2012), ma è prevista una crescita nei prossimi anni, dal momento che il governo sta aprendo agli investitori esteri l'accesso a molti settori precedentemente considerati strategici.

È aumentata anche la quota degli investimenti mondiali destinati a Singapore (2,8% nel periodo 2008-2012).

Tra i paesi avanzati vanno segnalati gli Stati Uniti, tuttora prima area di destinazione, che hanno ricevuto una quota crescente di IDE nell'ultimo quadriennio rispetto al precedente, in controtendenza con gli altri paesi avanzati; nel 2008, anno di inizio della crisi, l'afflusso di IDE in USA ha raggiunto un picco pari al 17,0% del totale mondiale, è sceso negli anni successivi al di sotto del 12,0% e poi è risalito sopra il 14,0%.

Lo stock degli IDE mondiali si redistribuisce

Lo stock degli IDE detenuto dai vari paesi offre un quadro alternativo e complementare, rispetto ai flussi, della destinazione dei capitali internazionali. Esso misura il valore corrente di tutti gli investimenti effettuati nel tempo e non è quindi soggetto alla volatilità dei flussi. Le due misure sono legate, ma offrono informazioni diverse: la variazione dello stock dipende dal flusso di IDE in entrata in un dato periodo di tempo, ma anche dalla variazione del valore degli investimenti esistenti (misurato da un indice azionario) e dal movimento del tasso di cambio.

Nell'analisi in termini di stock degli IDE in entrata nei principali paesi cambiano molto sia l'ordine dei primi venti attrattori sia le dimensioni delle quote detenute da ciascuno di essi. Gli Stati Uniti restano al primo posto, ma con uno stock che si è considerevolmente ridotto nel tempo, passando dal 37,4% del totale mondiale nel 2000 al 17,2% nel 2011 (Tabella 2.5), a causa soprattutto della svalutazione del dollaro. Nell'ultimo decennio hanno invece complessivamente raddoppiato la loro quota i BRIC, passando dal 4,9% del totale mondiale nel 2000 al 10,0% nel 2011; tra di essi solo la quota della Russia, comunque in aumento lungo l'intero periodo, si è ridotta dal 2007 al 2011 (dal 2,7% al 2,2%). Gli unici due paesi

Tabella 2.5

In corso il cambiamento delle mete preferite dei capitali esteri (IDE in entrata, stock in % del totale Mondo, dollari correnti)							
	1980	1990	2000	2007	2011	Differenza tra quote	
						2011-2000	2011-2007
1 Stati Uniti	11,9	25,9	37,4	19,8	17,2	-20,2	-2,7
2 Regno Unito	9,0	9,8	5,9	6,9	5,9	0,0	-1,1
3 Hong Kong (Cina)	25,4	9,7	6,1	6,6	5,6	-0,5	-1,0
4 Francia	4,5	4,7	5,2	7,0	4,7	-0,5	-2,3
5 Belgio	1,0	2,8	2,6	4,5	4,7	2,1	0,2
6 Germania	-	5,3	3,6	3,9	3,5	-0,2	-0,4
7 Cina	0,2	1,0	2,6	1,8	3,5	0,9	1,7
8 Brasile	2,5	1,8	1,6	1,7	3,3	1,6	1,5
9 Spagna	0,7	3,2	2,1	3,3	3,1	1,0	-0,2
10 Canada	7,7	5,4	2,9	2,9	2,9	0,1	0,0
11 Olanda	2,7	3,3	3,3	4,3	2,9	-0,4	-1,4
12 Svizzera	0,0	1,6	1,2	2,0	2,9	1,7	0,9
13 Singapore	0,8	1,5	1,5	1,9	2,5	1,1	0,6
14 Australia	3,5	3,9	1,6	2,2	2,4	0,8	0,3
15 Russia	-	-	0,4	2,7	2,2	1,8	-0,5
16 Svezia	0,4	0,6	1,3	1,6	1,7	0,4	0,0
17 Italia	1,3	2,9	1,6	2,1	1,6	0,0	-0,5
18 Messico	-	1,1	1,4	1,6	1,5	0,1	-0,1
20 Irlanda	5,1	1,8	1,7	1,1	1,2	-0,5	0,1
21 Giappone	0,5	0,5	0,7	0,7	1,1	0,4	0,4
22 India	0,1	0,1	0,2	0,6	1,0	0,8	0,4
23 Polonia	0,0	0,0	0,5	1,0	1,0	0,5	0,0
BRIC	2,7	2,9	4,9	6,9	10,0	5,1	3,1
Mondo (Mld di dollari)	699,0	2.081,1	7.450,0	17.901,1	20.438,2		

Fonte: elaborazioni CSC su dati UNCTAD.

avanzati in crescita risultano il Belgio (4,7% nel 2011), che ha guadagnato 2,1 punti percentuali, e la Svizzera (2,9%, +1,7 punti).

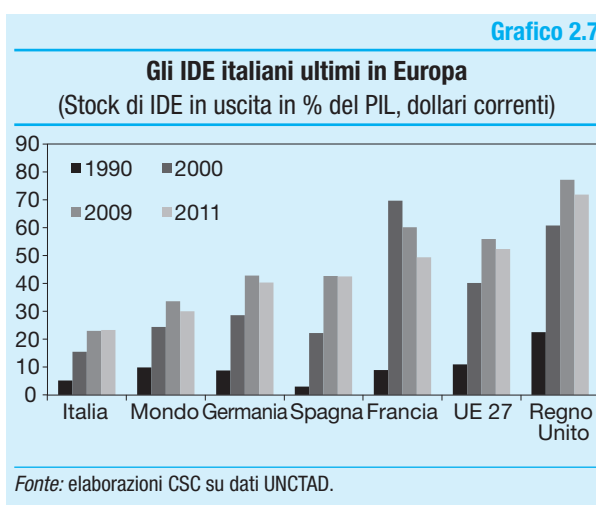
Questa classifica dipende, ovviamente, dalla grandezza del paese di destinazione: normalizzando lo stock di IDE per il PIL dei paesi, la graduatoria internazionale cambia completamente. In particolare, Hong Kong resta al quarto posto, ma gli Stati Uniti precipitano al 135° (con uno stock di IDE pari al 23,0% del PIL) e la Cina, primo attrattore in valore assoluto tra gli emergenti, scende al 181° posto (con uno stock sul PIL appena superiore al 10%).

L'informazione fornita dalle due classifiche è diversa: quella in valore assoluto misura la rilevanza dei paesi in termini di capacità di assorbimento degli investimenti, quella basata sul valore normalizzato per il PIL, invece, l'importanza che gli IDE in entrata rivestono per l'economia di destinazione.

Le multinazionali italiane all'estero cambiano rotta e settori

Nonostante la forte crescita dei flussi di IDE nel mondo nell'ultimo decennio (2002-2012, +7,6% medio annuo), l'Italia non è riuscita a colmare il gap rispetto ai principali paesi europei, in termini di multinazionalizzazione sia attiva sia passiva.

Il grado di internazionalizzazione attiva dell'Italia, misurato dal rapporto percentuale tra lo stock degli IDE in uscita e il PIL, era pari al 23,4% nel 2011, meno della metà della media nell'Unione europea (52,4%) e molto inferiore a quello degli altri principali paesi, Francia (49,4%), Germania (40,4%) e Spagna (42,5%; Grafico 2.7).



Circoscrivendo il confronto internazionale alla sola componente *greenfield* (costituzione di imprese ex-novo), emerge che le iniziative italiane si concentrano, rispetto agli altri paesi, sempre più sul commercio al dettaglio: l'incidenza dei progetti italiani in questo settore è quasi tre volte (2,87) superiore a quella mondiale negli anni 2009-2012, sebbene in leggera riduzione rispetto al quinquennio precedente (Tabella 2.6a). Il valore dell'indice relativo al commercio si riduce a poco più di due (2,12) nel confronto con i soli paesi dell'Europa occidentale, ma rimane comunque elevato rispetto alle altre funzioni aziendali.

Contestualmente sta emergendo anche una specializzazione verso la produzione e distribuzione di energia elettrica, settore strategico per un paese importatore netto di energia: l'indice di specializzazione è nettamente superiore all'unità (1,6) nel confronto con gli altri paesi dell'Europa occidentale ed è maggiore di due (2,1) rispetto a quelli mondiali. Si rileva anche una moderata specializzazione nelle iniziative riguardanti la produzione, con un indice superiore a uno rispetto a entrambe le aree di confronto (Europa e Mondo) e una contemporanea de-specializzazione in tutte le attività dei servizi.

Tabella 2.6a

Le funzioni strategiche delle multinazionali italiane: commercio al dettaglio ed energia elettrica (Indice di specializzazione* dell'Italia nei confronti dell'Europa occidentale e del Mondo come origine di progetti di investimento diretto all'estero <i>greenfield</i> e di espansione, per funzione aziendale)				
	Europa Occidentale		Mondo	
	2003-2008	2009-2012**	2003-2008	2009-2012**
Attività estrattive	0,6	1,1		
Progettazione e R&S				
Produzione	1,2	1,3	1,2	1,2
Logistica				
Marketing e vendite				
Commercio al dettaglio	2,1	2,1	3,0	2,9
Servizi post-vendita				
Headquarters	0,8	1,0		
Consulenza				
Internet				
Formazione				
Costruzioni				
Energia elettrica	0,9	1,6	1,2	2,1
Riciclaggio				

Sono riportati solo gli indici con un valore maggiore di 1 in almeno un periodo.
 * Indice di specializzazione = incidenza % della funzione j sui progetti totali italiani / incidenza % della funzione j sui progetti totali mondiali/europei.
 ** Primo semestre.
 Fonte: elaborazioni CSC su dati ICE-Reprint.

Questo risultato va letto insieme alla tipologia dell'attività economica (Tabella 2.6b).

In questo confronto l'Italia mostra una specializzazione relativa nelle industrie tradizionali enormemente superiore a quella dei partner europei e maggiore anche di quella nel Mondo (rispettivamente quasi 10 e 2,5). L'importanza relativa di questi settori (tessile, abbigliamento, calzaturiero, alimentare e arredo) negli investimenti esteri italiani si coniuga benissimo con la necessità di dotarsi di reti distributive e negozi più di quanto non facciano gli altri investitori internazionali con un diverso modello di specializzazione. Il modello di crescita delle imprese italiane all'estero non sembra dunque essere significativamente cambiato negli ultimi anni, rimanendo concentrato nel *made in Italy* e impegnato a rafforzare il canale della distribuzione commerciale all'estero per assicurare la vendita dei prodotti italiani.

Nonostante la crescita degli IDE italiani all'estero sia maggiormente concentrata nei settori tradizionali, l'aumento di altre attività manifatturiere, come i settori specialistici, delle

Tabella 2.6b

La produzione italiana all'estero investe nei settori tradizionali seguono quelli specialistici (Indice di specializzazione* dell'Italia nei confronti dell'Europa occidentale e del Mondo come origine di progetti di investimento diretto all'estero greenfield e di espansione, per attività economica)				
	Europa Occidentale		Mondo	
	2003-2008	2009-2012**	2003-2008	2009-2012**
Industria estrattiva	0,6	1,0	0,7	1,1
Manifattura	1,1	1,2	1,5	1,5
Settori tradizionali	8,3	10,0	2,8	2,5
Settori ad alta intensità di scala			1,2	1,3
Settori specialistici	1,7	2,8	1,4	1,4
Settori ad alta intensità tecnologica				
Energia, gas e acqua			1,0	1,8
Turismo e hotel	0,9	1,1		
Trasporti	5,3	4,4		
Logistica	1,9	0,3		
Comunicazioni	0,6	1,2		
Servizi finanziari	4,1	2,4		
Immobiliare	1,3	0,6		
Software e servizi ICT	3,2	6,0		
Altri servizi alle imprese				

Sono riportati solo gli indici con un valore maggiore di 1 in almeno un periodo.
 * Indice di specializzazione = incidenza % del settore di attività j sui progetti totali italiani / incidenza % del settore di attività j sui progetti totali mondiali/europei.
 ** Primo semestre.
 Fonte: elaborazioni CSC su dati ICE-Reprint.

utilities e degli altri servizi, denota tuttavia una realtà in cambiamento anche sotto il profilo dell'internazionalizzazione: cresce sempre più il peso dei servizi e delle *utilities*, grazie anche alla recente apertura dei mercati e alle privatizzazioni avvenute in molti paesi.

La destinazione geografica degli IDE italiani nel mondo si è concentrata finora in un'area circoscritta all'Europa e al Mediterraneo (Tabella 2.7), mentre è ancora modesta o marginale la penetrazione nei paesi a più forte attrattività di IDE, sia avanzati sia in via di sviluppo, sempre più oggetto di concorrenza tra i principali investitori esteri. Le imprese italiane che investono stabilmente all'estero i propri capitali hanno fino ad ora prediletto i paesi vicini (Francia, Spagna e Germania) e gli Stati Uniti.

Negli anni più recenti emergono alcuni importanti segnali di cambiamento, che, se confermati nel tempo, sono destinati a modificare in misura significativa la distribuzione territoriale delle attività estere a partecipazione italiana. In particolare ha registrato una forte crescita

negli ultimi anni la Russia, come paese di destinazione, raggiungendo quasi i livelli degli Stati Uniti (Grafico 2.8).

Questi ultimi hanno particolarmente beneficiato, fra gli altri investimenti, dell'acquisizione da parte della Fiat del controllo di Chrysler, avvenuta nel 2011; gli investimenti in Russia sono stati invece sostenuti prevalentemente dall'ENI e dall'Enel nel campo delle *utilities* (sia energia elettrica che gas naturale). Anche le Assicurazioni Generali sono intervenute in Russia acquisendo, nel 2011, il 10% per 2,4 miliardi di euro della banca Bank VTB OAO. In Brasile la presenza italiana è aumentata grazie agli investimenti di Telecom. L'aumento della quota di IDE italiani in America latina è stato sostenuto anche dall'acquisizione di *utilities* in Cile nel 2011. Quasi il 94% degli addetti in Cile nelle società con capitale italiano sono concentrati nelle imprese cilene di energia, acqua e gas; le multinazionali italiane hanno acquisito il controllo anche di una impresa farmaceutica cilena.

Nel settore farmaceutico, uno dei pochi in cui è alta la presenza di multinazionali italiane (si veda il par. 2.3 *Nuove strategie per l'internazionalizzazione delle imprese italiane*), le maggiori acquisizioni all'estero, sia per l'entità dei capitali coinvolti sia per il carattere strategico delle attività interessate, sono state fatte nel 2007. In particolare, la Rottapharm ha acquisito per 610 milioni di euro la tedesca Madaus, raddoppiando il proprio fatturato consolidato e anche la copertura dei paesi raggiungibili dai propri prodotti, arrivati a 65; la Recordati ha rilevato la francese Orphan Europe, leader europeo indipendente nel comparto dei farmaci "orfani"⁹, il cui giro d'affari cresce a tassi vicini al 20% l'anno.

⁹ Per farmaci orfani si intendono quelli destinati alla cura di malattie gravi, ma poco diffuse, per i quali esiste uno strutturale sbilanciamento, in condizioni normali, tra costi di sviluppo e prospettive di ritorno dall'investimento.

Tabella 2.7

Nella vicina Europa si concentrano le multinazionali italiane (Fatturato realizzato in ciascun paese in % del fatturato totale prodotto all'estero)			
Rank nella graduatoria italiana		2011	Rank nella graduatoria mondiale
1	Francia	9,9	4
2	Spagna	9,6	9
3	Germania	8,6	6
4	Stati Uniti	7,7	1
5	Federazione Russa	7,1	15
6	Brasile	6,6	8
7	Regno Unito	5,4	2
8	Paesi Bassi	5,1	11
9	Portogallo	3,9	38
10	Cile	2,7	27
11	Belgio	2,5	5
12	Polonia	2,4	21
13	Argentina	2,0	40
14	Svizzera	2,0	12
15	Messico	1,7	17
16	Cina	1,3	7
17	Turchia	1,2	31
18	Giappone	1,2	19
19	Africa settentrionale*	1,2	
20	Romania	1,2	48
21	Kazakistan	1,1	41
23	Hong Kong	0,8	3
24	Singapore	0,7	13
28	Australia	0,6	14
36	Irlanda	0,5	18
40	India	0,3	20

* Paese non specificato.

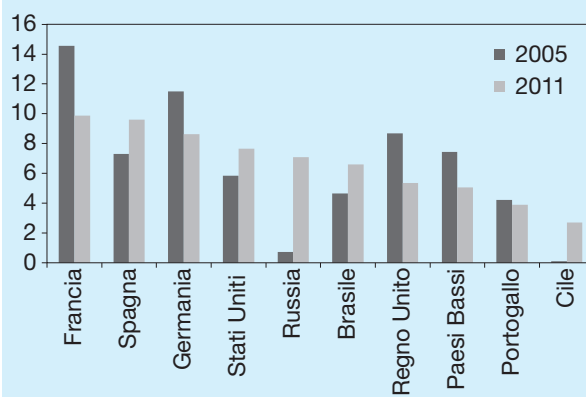
Fonte: elaborazioni CSC su dati ICE-Reprint.

Complessivamente il rallentamento delle iniziative nei settori tradizionali e a elevata intensità di scala in Europa centro-orientale, cui si contrappone la crescita delle iniziative nelle Americhe e in Asia, suggerisce che per l'Italia negli anni Duemila gli investimenti *market* e *strategic asset-seeking* abbiano preso il sopravvento sugli investimenti *resource-seeking* (volti alla delocalizzazione di attività in Paesi a più basso costo degli input produttivi), prevalenti invece negli anni Novanta, soprattutto per le diffuse iniziative delle imprese minori. Ciò potrà avere conseguenze sul modello di internazionalizzazione del nostro sistema di imprese, con possibili ritorni positivi nei prossimi anni.

Grafico 2.8

La Russia raggiunge gli Stati Uniti come meta preferita dalle multinazionali italiane

(Fatturato realizzato in ciascun paese in % del fatturato totale prodotto all'estero)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ICE-Reprint.

2.3 Le forme di internazionalizzazione delle imprese italiane

L'aumento del grado di integrazione commerciale tra i paesi, il nuovo modo di produrre su scala internazionale e lo spostamento dell'asse trainante della domanda mondiale verso i paesi emergenti, in particolare verso quelli asiatici, hanno comportato un aumento del grado di apertura da parte delle imprese italiane, soprattutto di quelle manifatturiere. Secondo le stime del CSC, la quota delle esportazioni sul fatturato totale è aumentata di cinque punti percentuali dal 27,6% del 2005 al 32,6% del 2012. Il cambiamento in corso delle direttrici mondiali del commercio richiede un maggiore sforzo da parte delle imprese per raggiungere mete lontane non solo geograficamente ma anche culturalmente. Sono relativamente poche le imprese italiane che ci riescono, a causa sia di limiti interni, organizzativi e manageriali, spesso legati alle piccole dimensioni delle aziende, sia delle inefficienze dell'intero sistema paese a sostegno dell'internazionalizzazione (si veda il par. 2.5).

In base alla struttura aziendale si può discriminare tra le imprese già pronte a raggiungere mete lontane, differenziando il loro prodotto a seconda delle preferenze e delle abitudini di clienti culturalmente distanti, e quelle che incontrano maggiori ostacoli a muoversi oltre i confini dei vicini paesi europei. La tassonomia delle forme di internazionalizzazione creata dall'ISTAT definisce un percorso che procede idealmente da forme di internazionalizzazione più elementare a strutture via via più complesse e che suddivide le imprese in sette classi. La classe più elementare è quella di "Solo esportatori", costituita da imprese che non

importano ma svolgono un'attività di esportazione (verso un massimo di quattro aree geografiche extra-UE). Nella seconda e terza classe sono state considerate le imprese che svolgono solo attività di importazione, distinte per tipologie di beni importati: beni intermedi e altri beni e servizi. La quarta classe "Esportatori-importatori" include le imprese che importano e esportano al massimo in quattro aree geografiche extra-europee. La quinta comprende le imprese "Globali", che vendono in almeno 5 aree extra-europee. Queste prime cinque classi si riferiscono alla sola attività commerciale delle imprese. Le ultime due classi all'attività di investimento diretto estero, in entrata e in uscita.

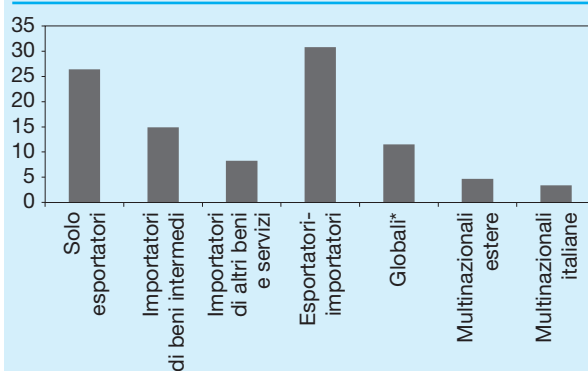
La quota maggiore delle imprese italiane internazionalizzate (30,8% del totale; Grafico 2.9a) ha una apertura internazionale qualitativamente di complessità intermedia (esportatori-importatori), prevalentemente orientata all'interno dell'Unione europea e comunque verso non più di quattro aree extra-UE. La seconda classe in termini di numerosità riguarda i meri esportatori (26,4% del totale), che presentano gli stessi limiti della classe precedente nella capacità di esportare e inoltre non importano prodotti dall'estero. Le imprese globali sono quelle che possiedono una forma di internazionalizzazione più complessa e articolata, coprendo un bacino di domanda molto più esteso, ma sono appena l'11,5% del totale.

Infine, le multinazionali italiane ed estere rappresentano piccole quote del totale, pari, rispettivamente, al 3,4% e al 4,7%. Queste imprese ottengono risultati molto migliori in termini di produttività, che risulta quasi doppia di quella dei soli esportatori (Grafico 2.9b) e comunque molto al di sopra della media di tutte le altre imprese. Le imprese che si distanziano meno da questi risultati, restandone comunque molto al di sotto, sono quelle globali. In generale le multinazionali, creando un network di imprese sovranazionale, sono in grado di realizzare economie di scala, di competenze e di organizzazione, là dove il mercato settoriale le rende possibili.

Restringendo il campo di analisi alla manifattura e considerando l'indicatore sintetico di competitività¹⁰ proposto dall'ISTAT si possono mettere in relazione i settori con il più elevato indice calcolato nel 2010 e la loro forma di internazionalizzazione. Il primo settore è quello dei prodotti farmaceutici, con un indice di competitività pari a 162,8, nettamente superiore al li-

Grafico 2.9a

Le multinazionali estere e italiane sono una minoranza...
(In % del totale imprese operanti in Italia, anno 2010, forme di internazionalizzazione)



* Imprese che vendono almeno in cinque aree-extra europee.

Forme di internazionalizzazione ordinate in modo crescente rispetto alla complessità.

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

¹⁰ Questo indice misura quattro dimensioni della competitività: competitività di costo, redditività, performance sui mercati esteri e innovazione.

vello medio manifatturiero. La forma di internazionalizzazione prevalente nel settore farmaceutico è quella delle imprese multinazionali e globali, con una quota pari al 62,5% del totale settoriale. Il secondo settore è quello delle bevande, con un indice di competitività pari a 130,9, dove più del 50% delle imprese è solo esportatore; seguono le imprese globali (24%). Il terzo settore più competitivo è quello chimico, con un indice pari a 129,4 e una prevalenza di esportatori-importatori con un raggio d'azione limitato, al massimo, a quattro aree geografiche extra-Ue. Tutti e tre i settori analizzati hanno aumentato, dal 2000 al 2012, la propria quota sul totale delle esportazioni manifatturiere italiane. In

particolare i prodotti chimici nel 2012 hanno sfiorato il 7,0% delle esportazioni manifatturiere italiane (6,5% nel 2000), i prodotti farmaceutici sono cresciuti molto di più nel corso degli ultimi dodici anni passando dal 3,0% al 4,6% e infine anche le bevande hanno registrato un aumento della loro quota sul totale manifatturiero esportato, dall'1,3% all'1,7%.

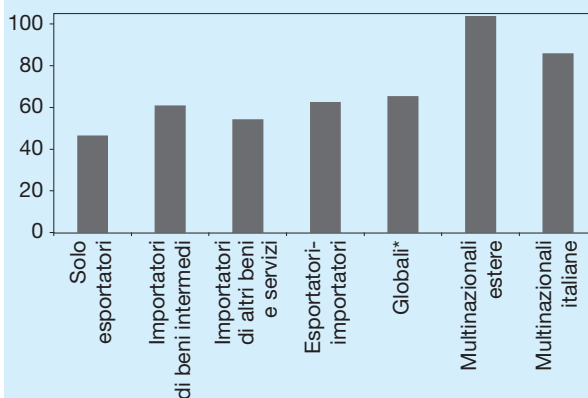
Le strategie internazionali delle imprese di fronte alla crisi

Negli ultimi due anni, quando ha iniziato a mordere la caduta della domanda interna, i mercati esteri hanno rappresentato un fattore di crescita per le imprese italiane. Secondo i dati dell'indagine della Banca d'Italia presso le imprese dell'industria e dei servizi non finanziari con almeno 20 addetti, tra il 2010 e il 2012 la crescita del fatturato delle imprese più internazionalizzate, per le quali almeno un terzo dei ricavi proviene dall'estero, è stata superiore di 2,4 punti percentuali rispetto alla media; il differenziale di crescita del fatturato, rispetto alla media, delle imprese più internazionalizzate che fanno anche attività di ricerca e sviluppo è stato addirittura di 4,1 punti percentuali.

In base alla Rilevazione sulla competitività dei settori produttivi dell'ISTAT, tra il 2010 e il 2012 le imprese manifatturiere esportatrici hanno aumentato le vendite all'estero del 10,9% complessivo. Il dato aggregato nasconde, però, differenze tra imprese, soprattutto nella dinamica geografica dell'export. Il 63,0% delle imprese esportatrici ha aumentato le vendite all'estero, ma solo il 35,7% ha aumentato l'export sia all'interno sia fuori dell'Unione europea. Un quinto delle imprese (19,9%) ha invece aumentato l'export all'interno dell'Unione europea e contemporaneamente lo ha ridotto nei paesi extra-UE.

Grafico 2.9b

...ma hanno una produttività più elevata
(Valore aggiunto per addetto, anno 2010, forme di internazionalizzazione)



* Imprese che vendono in almeno cinque aree extra-europee.
Forme di internazionalizzazione ordinate in senso crescente rispetto alla complessità.
Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

Questa particolarità è strettamente legata alla dimensione delle imprese italiane: la quota di imprese che espandono l'export aumenta al crescere della dimensione aziendale, dal 42,0% per le micro-imprese (con meno di dieci addetti) al 64,4% di quelle con più di 500 addetti. Soprattutto, le imprese piccole si espandono all'interno del mercato comunitario, mentre incontrano grandi difficoltà a raggiungere i mercati di sbocco fuori dell'Unione europea. I mercati più dinamici, dunque, sono alla portata solo delle imprese di medie e grandi dimensioni.

Inoltre, la piccola dimensione media delle imprese italiane influisce negativamente sulla loro produttività, per quanto riguarda sia la totalità delle imprese sia il sottogruppo di quelle più attive all'estero: la minore produttività delle imprese più piccole rispetto alla media è confermata, infatti, anche tenendo conto del grado di internazionalizzazione (fonte Banca d'Italia).

In base a una rilevazione ad hoc inserita nell'indagine sul clima di fiducia delle imprese manifatturiere, effettuata dall'ISTAT nel novembre 2012, le strategie di internazionalizzazione attuate dalla maggior parte delle imprese sono di tipo tradizionale, basate: sulla differenziazione del prodotto (qualità, tecnologia e gamma) per oltre il 75% delle imprese, in particolare nei settori dell'elettronica, della meccanica, del tessile, dell'abbigliamento e della pelletteria; e sul contenimento dei prezzi, soprattutto nei mezzi di trasporto e nell'elettronica (per circa l'80% delle imprese in questi due settori).

Sono risultate molto meno praticate, invece, le strategie più articolate e complesse, ma necessarie per conquistare maggiori quote di mercato, in particolare nelle economie emergenti, che contemplano anche interventi organizzativi e di modifica delle relazioni di filiera, come il ricorso a fornitori esteri e l'offerta di servizi tecnici e commerciali all'estero. A questo tipo di interventi hanno fatto maggiore ricorso i settori a più elevata intensità tecnologica ed economie di scala, come i mezzi di trasporto, la chimica, il coke e i macchinari.

Per il prossimo futuro rimane sostanzialmente invariato il quadro complessivo delle strategie che le imprese intendono adottare: in particolare, oltre il 60% di esse è orientato a contenere i prezzi di vendita e, specularmente, circa il 70% identifica nella riduzione dei costi di produzione il mezzo per ampliare la propria capacità di esportare. Il maggior ostacolo esterno, individuato da circa il 40% delle imprese, è costituito dai vincoli all'accesso al credito, particolarmente stringenti nei settori dei mezzi di trasporto, della chimica, del legno, dei macchinari e della gomma e delle materie plastiche.

Una percentuale minore di imprese, circa un quarto di quelle piccole e un quinto di quelle medie, ritiene che le dimensioni insufficienti siano un ostacolo all'espansione delle esportazioni. Tuttavia, questa percezione è strettamente legata all'inadeguatezza percepita nella competenza manageriale a operare a livello internazionale e nella capacità di offrire servizi all'estero: non solo per quanto riguarda le piccole imprese, ma soprattutto per quelle medie (per le quali morde anche il limitato accesso al credito) e per quelle grandi.

2.4 Nell'internazionalizzazione le imprese italiane cercano nuove mete e strategie. Vincoli burocratici e scarso coordinamento tra le istituzioni.

Secondo quanto rilevato dalle Associazioni del sistema Confindustria, le mete preferite dagli esportatori italiani sono state fino a oggi le economie avanzate, in particolare le vicine Germania e Francia e i lontani Stati Uniti. Ma è in corso uno spostamento verso le potenze economiche emergenti dei BRIC, prima fra tutte la Russia, che già nel 2012 rappresenta il quarto paese di destinazione dell'attività internazionale delle imprese. I diversi settori si orientano verso mete geografiche differenziate; mentre fanno eccezione le imprese nella meccanica, il cui orientamento è più ampio, e si estende sia verso i grandi *player* asiatici sia verso la Turchia e la Russia.

Inoltre, le aziende denunciano che il sistema Italia manca ancora di una rete finanziaria, di capitale umano e di strutture tali da sostenere anche le piccole e medie imprese italiane esportatrici (circa il 99,0% di quelle totali nel 2010) che vogliono costruire un rapporto strutturale nel paese di destinazione attraverso fusioni, attività di acquisizione o *greenfield*. I principali ostacoli all'internazionalizzazione sono individuati nei vincoli burocratici e amministrativi e nella mancanza di coordinamento tra gli enti italiani preposti. La maggiore difficoltà rispetto ai *competitor* esteri ad avviare attività stabili nei mercati di destinazione rende più difficile il consolidamento delle esportazioni dei prodotti (quali, ad esempio, i macchinari) che necessitano anche di una rete di assistenza e di servizi post-vendita.

In quest'ottica le Associazioni confindustriali si orientano sempre più verso servizi personalizzati che rispondono alle esigenze di ogni singola impresa. A tale scopo, l'area internazionale di Confindustria ha avviato, accanto alle tradizionali attività promozionali, iniziative a supporto degli investimenti in grandi mercati emergenti: tra queste, nel 2011, il progetto LEGEM in India, la creazione di network nel settore delle energie rinnovabili in Cina, una cooperazione scientifico-tecnologica negli Stati Uniti e il programma a sostegno degli investimenti in Brasile nei settori *oil&gas* e *automotive*.

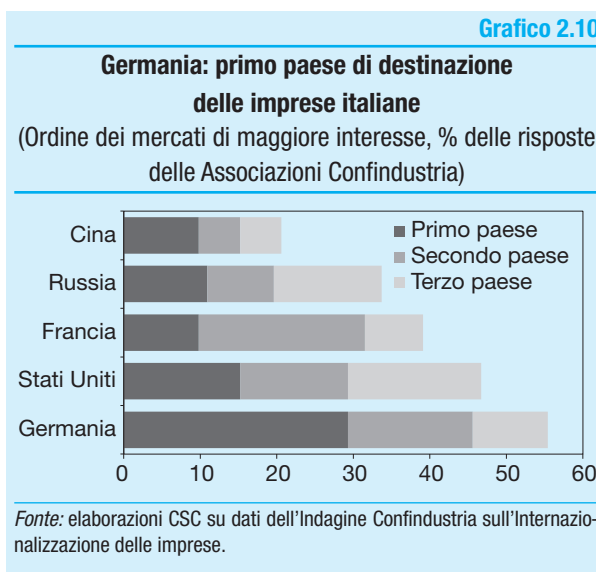
Le informazioni sulle esigenze delle imprese in materia di internazionalizzazione delle loro attività emergono dai risultati dell'*Indagine Confindustria sull'Internazionalizzazione delle Imprese*, realizzata a cadenza annuale dall'Area Europa e Internazionalizzazione di Confindustria, condotta con la collaborazione della quasi totalità delle Associazioni di categoria e di una quota significativa delle Associazioni territoriali. L'indagine relativa al 2013, più estesa e articolata rispetto alle precedenti, è stata in particolare condotta tra i mesi di aprile e maggio con la collaborazione del Centro Studi, e ha riguardato 29 Associazioni di categoria e 63 territoriali.

Cambiano i mercati di destinazione preferiti Le Associazioni Confindustria territoriali e di categoria rilevano che i Paesi UE occupano le prime posizioni tra i mercati esteri di maggiore interesse per le imprese associate ma nei prossimi anni l'ordine dei paesi prioritari per la

maggior parte delle imprese subirà un cambiamento sostanziale a favore dei BRIC, prima fra tutti la Russia e in seconda posizione la Cina.

Più della metà delle Associazioni che hanno risposto all'indagine (55,4%) indica la Germania almeno tra i primi tre mercati in ordine di importanza per le proprie associate. Gli Stati Uniti rappresentano da sempre un bacino di sbocco di enorme importanza per l'export italiano: il 46,7% delle Associazioni, infatti, colloca gli USA tra i primi tre mercati esteri; segue, per ordine di priorità, la Francia (39,1%) .

Le imprese italiane mostrano una crescente attenzione verso nuove aree e mercati. Il 58,7% delle Associazioni conferma che nei prossimi anni l'ordine dei paesi prioritari per molte imprese subirà cambiamenti sostanziali. In particolare, i mercati tedesco e francese, oggi prioritari per molte aziende italiane, sono destinati, in virtù della contrazione della domanda interna, a cedere le loro posizioni in favore dei BRIC. La Russia è già oggi indicata come primo paese di interesse per le imprese internazionalizzate dal 10,9% delle Associazioni, la Cina dal 9,8% (Grafico 2.10).



Guardando al futuro, il 25% delle Associazioni che ipotizzano un cambiamento nell'ordine dei mercati esteri indica la Russia come prima destinazione; segue la Cina, segnalata dal 21,2%. L'attenzione verso i BRIC e verso i mercati maturi (Stati Uniti *in primis*) è differenziata tra i prodotti italiani. L'indagine rivela in particolare un interesse prioritario dell'industria tessile e abbigliamento per il mercato cinese e brasiliano, mentre l'export agro-alimentare si rivolge soprattutto agli Stati Uniti. Le Associazioni agro-alimentari citano anche la Corea tra i principali paesi di destinazione delle future esportazioni del comparto. Altre importanti filiere dell'industria italiana guardano alle opportunità che offrono nuove aree: l'industria estrattiva e dell'*oil&gas* presta particolare attenzione ai paesi dell'Africa sub-sahariana, soprattutto Ghana e Mozambico, mentre le costruzioni rivolgono i loro interessi verso il bacino del Nord Africa (Libia, Algeria), in virtù delle notevoli opportunità che potrebbero prospettarsi una volta superata la crisi politica e sociale nella regione, e verso l'area caucasica (Kazakistan), destinata ad aumentare il proprio peso sullo scenario internazionale.

I comparti del mobile-arredo, della cosmetica e della gioielleria puntano soprattutto ai mercati del Medio Oriente, in particolare ai paesi del Golfo (Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita). L'*automotive*, invece, si rivolge verso l'America latina, Brasile in testa, quale sbocco delle proprie produzioni e attività.

Con riferimento al comparto della meccanica, le principali Associazioni di categoria rivelano come nei prossimi anni la partita per le aziende italiane si giocherà soprattutto in alcuni BRIC (Russia, Cina e India), in Turchia e in grandi *player* asiatici emergenti (Indonesia). Risulta fondamentale fare leva sulla qualità, l'innovazione e la tecnologia delle macchine e dei componenti italiani, da un lato, e sulla rete di assistenza e servizi post-vendita, dall'altro, al fine di fronteggiare la crescente concorrenza e soprattutto l'offerta sempre più di qualità della produzione locale.

Nonostante il ridimensionamento della quota dei mercati UE nell'export italiano, è importante continuare a promuovere il sistema Italia in questi paesi, soprattutto in occasione di eventi promozionali mirati, fiere *in primis*, come occasione per presentare le eccellenze del *made in Italy* agli investitori e ai consumatori stranieri.

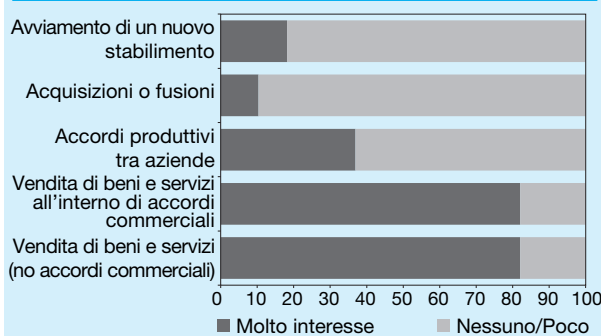
Le imprese internazionalizzate puntano soprattutto sull'export

Le Associazioni indicano che le imprese italiane che vanno all'estero sono per la maggior parte esportatrici di beni che, essendo prevalentemente di dimensioni piccole o medie, trovano grandi ostacoli ad avviare attività più strutturate della semplice vendita all'estero, a causa della complessa burocrazia e della mancanza di coordinamento tra gli enti nazionali preposti.

Nell'indagine Confindustria sull'internazionalizzazione l'82% delle Associazioni indica come interesse prioritario delle aziende italiane all'estero l'attività di vendita di beni e servizi, mentre emerge una bassa propensione per attività più strutturate: l'avviamento di un nuovo stabilimento (il 18,3% esprime molto interesse) e i progetti di acquisizione o fusione (10,3%) (Grafico 2.11). Ciò dipende dalla natura del tessuto imprenditoriale italiano, composto in gran parte da aziende di piccole e medie dimensioni, il cui obiettivo prioritario è la vendita e l'esportazione dei propri prodotti. Le PMI, in media, non dispongono infatti di strutture e risorse, sia finanziarie sia di

Grafico 2.11

Export: primo interesse per le imprese italiane (In % delle risposte delle Associazioni Confindustria)



Fonte: elaborazioni CSC su dati dell'Indagine Confindustria sull'internazionalizzazione delle imprese.

capitale umano, tali da poter realizzare progetti di stabile insediamento nei paesi esteri. In quest'ottica sarebbe opportuno il potenziamento degli strumenti finanziari finalizzati all'internazionalizzazione, in particolare del *project financing* (si veda il riquadro *Credito scarso e costoso per le esportazioni delle imprese italiane*), e dell'assistenza alle imprese, mediante soluzioni specifiche per supportare le aziende in progetti e azioni che vadano oltre la sola attività di export. Ciò risponde anche alla crescente necessità di strutturare, in determinati mercati, la presenza industriale in maniera stabile e continuativa.

Alcune categorie di prodotti, come i macchinari, rendono necessaria, infatti, la creazione di una rete di assistenza e di servizi post-vendita, la cui mancanza oggi rappresenta in molti paesi, soprattutto asiatici, uno dei principali elementi penalizzanti per le imprese italiane nei confronti dei *competitor* esteri che offrono, invece, un'offerta più strutturata.

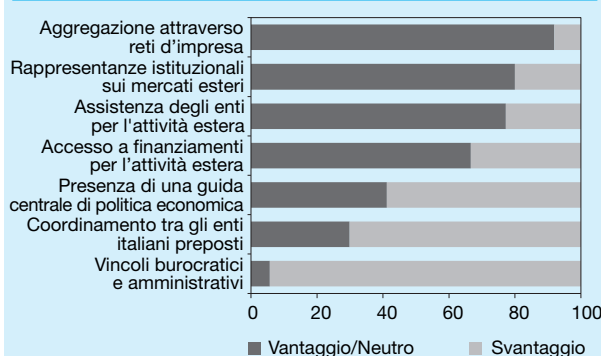
Infine, per quanto riguarda i fattori di vantaggio e di svantaggio del sistema Italia rispetto ai principali paesi *competitor*, le Associazioni segnalano che i vincoli burocratici e amministrativi continuano a rappresentare la principale criticità: la lentezza burocratica, lo scarso coordinamento tra i vari enti preposti e l'assenza di una guida centrale, che sia anche un punto di riferimento per le strategie di internazionalizzazione, rappresentano i principali ostacoli al varo di una politica economica unitaria ed efficace (Grafico 2.12).

Nuove iniziative del sistema Confindustria per l'internazionalizzazione delle imprese

Le nuove strategie che le imprese devono adottare richiedono offerte personalizzate in grado di sostenerle lungo l'intero processo di internazionalizzazione e quindi anche un ripensamento dei servizi offerti dal sistema Confindustria. Secondo l'indagine, le Associazioni focalizzano la gamma di servizi offerti sulle attività di consulenza doganale e contrattualistica e sulle analisi di mercato a supporto delle aziende che intendono entrare per la prima volta nei mercati esteri o in paesi nuovi e più complessi. In particolare, le Associazioni dichiarano di orientarsi su servizi personalizzati che rispondano alle esigenze della singola impresa: la prima assistenza e consulenza sui mercati esteri, l'illustrazione del quadro normativo, la presentazione delle effettive opportunità e dei potenziali progetti di investimento nei mercati esteri. La scarsa conoscenza di un paese e delle sue regole rap-

Grafico 2.12

La burocrazia forte svantaggio del sistema Italia (In % delle risposte delle Associazioni Confindustria)



Fonte: elaborazioni CSC su dati dell'Indagine Confindustria sull'Internazionalizzazione delle imprese.

presenta, infatti, la prima criticità che le imprese devono affrontare e che spesso non permette di cogliere le opportunità offerte dal mercato.

Le Associazioni collaborano regolarmente con vari enti: in particolare, per le attività di assistenza e consulenza sono affiancate da SIMEST, SACE e ICE-Agenzia. L'ICE ha un ruolo fondamentale anche nell'organizzazione di missioni all'estero e di fiere. La collaborazione attiva tra Associazioni ed enti pubblici e privati, italiani e stranieri, è necessaria per fornire un servizio adeguato alle complesse esigenze delle imprese che si internazionalizzano.

In questa prospettiva l'Area Europa e Internazionalizzazione di Confindustria ha realizzato negli ultimi mesi una serie di iniziative a supporto degli investimenti in grandi mercati emergenti, al fine di favorire un processo di internazionalizzazione che superi la sola attività di export. Nel 2011 è stato lanciato il progetto LEGEM in India, finalizzato alla costruzione di una "Città sostenibile", da realizzare attraverso la collaborazione tra Italia e India fondata sulle eccellenze italiane nei settori dell'architettura e delle infrastrutture. Sono in corso progetti con gli Stati Uniti nel settore hi-tech, al fine di favorire la nascita di nuovi partenariati italo-americani in ambito tecnologico e industriale, in termini di cooperazione scientifico-tecnologica, sviluppo di attività di ricerca congiunte, ampliamento dei mercati e investimento di risorse (persone, finanze e competenze) in progetti innovativi. Ciò prevede anche l'avvio di una collaborazione e partnership con alcune università statunitensi. Si è recentemente tenuta una missione imprenditoriale in Brasile nel settore dell'*oil&gas* che ha visto la partecipazione di imprese interessate a investire e a perseguire progetti di collaborazione con controparti brasiliane. Nel mese di ottobre è prevista un'iniziativa analoga per il settore *automotive*, organizzata in collaborazione con Anfia e Unione Industriale di Torino. In Cina, invece, è prevista l'organizzazione di eventi di *networking* nel settore delle energie rinnovabili che coinvolgono imprese italiane attraverso forme di aggregazione e collaborazione strategica nel mercato cinese.

Infine, stanno acquistando sempre più rilevanza forme di aggregazione che permettono a imprese piccole e medie di realizzare progetti comuni al fine di acquisire la dimensione e le competenze necessarie per l'attività internazionale (si veda il riquadro *Consorzi all'esportazione e reti di impresa come strumento di promozione internazionale*), soprattutto nei mercati in cui si prediligono pacchetti completi, che forniscano al committente una dotazione integrata di prodotti, servizi e competenze frutto dell'integrazione tra differenti specializzazioni.

Alcune tra le Associazioni di categoria maggiormente rappresentative delle principali filiere dei beni di consumo hanno promosso, negli ultimi anni, nuove strategie e modalità di approccio ai mercati esteri. In questo ambito vanno segnalate le "mostre autonome", eventi mirati che ampliano la finalità delle fiere tradizionali, puntando a presentare e promuovere una specifica filiera del *made in Italy* attraverso manifestazioni dedicate, soprattutto nei

mercati più dinamici, dove è in aumento il potere di acquisto della classe media che si orienta verso prodotti di qualità. Le mostre autonome dunque operano direttamente nel paese di riferimento, garantendo in tal modo continuità all'azione promozionale e al sostegno della presenza delle aziende italiane nei mercati più promettenti. Su questo strumento hanno puntato sia il settore orafa sia quello calzaturiero. In particolare, Assocalzaturifici negli ultimi anni ha organizzato numerose mostre autonome in paesi strategici e promosso il principale modello fieristico italiano del settore calzaturiero, theMICAM, su scala internazionale. La prima edizione di theMICAM Shanghai costituisce un esempio di internazionalizzazione di fiera a *brand* italiano sui mercati emergenti che si è rivelato di prioritaria importanza per la filiera e un volano per le attività delle aziende della calzatura di alto livello. Si segnalano, nella stessa logica, anche la fiera Milano Unica in Cina (a Shanghai e a Pechino) nel settore tessile e degli accessori, che si avvale della collaborazione di SMI-Sistema Moda Italia, e i Saloni Worldwide, organizzati dall'Associazione di categoria Federlegno Arredo, che rappresentano la vetrina all'estero del sistema casa italiano. Altre Associazioni di categoria hanno puntato sulla stessa logica di filiera quale nuova strategia di approccio ai mercati esteri: UCIMU (macchine utensili) e ASSOCOMAPLAST (macchine per materie plastiche) hanno infatti promosso la creazione di un *Italian Technology Center* a Pune, in India, che ha visto 12 associate siglare un contratto di rete d'impresa finalizzato all'organizzazione di iniziative promozionali per un migliore radicamento sul mercato indiano. Confindustria Terni ha invece svolto un ruolo fondamentale nella creazione del Cluster Nautico dell'Umbria, insieme alle altre Associazioni industriali di riferimento e alle istituzioni regionali. Il *cluster* ha permesso alle aziende umbre di operare in maniera coordinata nel mercato dei grandi yacht. Infine, l'Associazione industriali delle carni (ASSICA) ha ottenuto, grazie alla collaborazione con altre istituzioni italiane ed europee, l'apertura del mercato statunitense alle esportazioni italiane di tutti i prodotti di salumeria, superando una penalizzante barriera non tariffaria.

Consorzi all'esportazione e reti di impresa come strumento di promozione internazionale

Tra le forme di aggregazione finalizzate all'esportazione, i consorzi rappresentano un modello collaudato fin dagli anni 60. Ai sensi del combinato disposto degli articoli 2602 e 2612 e seguenti del codice civile e dell'articolo 42 del Decreto Sviluppo 2012¹, i "consorzi per l'internazionalizzazione" sono raggruppamenti formati da piccole e medie imprese industriali e artigiane che hanno sede in Italia e che operano nel settore agroalimentare, manifatturiero, turistico, terziario e anche commerciale, che si costituiscono in forma di società o consortile o cooperativa. Per coordinare e rappresentare il sistema consortile, nel

¹ Decreto Legge 22 giugno 2012, n.83 (meglio conosciuto come Decreto Sviluppo), convertito nella legge 7 agosto 2012, n.134.

1974 è stata istituita Federexport, costituita dai consorzi per l'internazionalizzazione e da altre aggregazioni imprenditoriali, stabili o temporanee, che operano per l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese.

La federazione nazionale supervisiona e coordina i rapporti tra il sistema consortile e il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero degli Affari Esteri, il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, ICE, SIMEST, SACE, Unioncamere, Assocamerestero ed i principali enti che operano a favore del commercio internazionale. Il filo conduttore che lega tra loro tutte queste attività di rappresentanza istituzionale è il reperimento di finanziamenti previsti dai bandi, siano essi di fonte comunitaria, nazionale e regionale.

Nel 2013 si contano 110 consorzi per l'internazionalizzazione associati a Federexport, per un totale di 3.500 PMI, ma tenendo conto di quelli non associati si stima che in Italia operino complessivamente 400 consorzi circa (Tabella A).

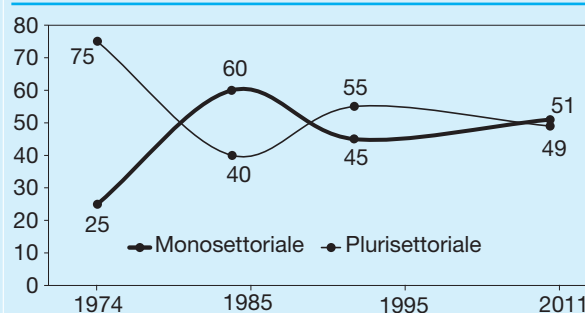
Il fenomeno consortile ha registrato negli anni un'evoluzione discontinua, durante la quale si possono identificare tre fasi distinte. In una fase iniziale, durata fino ai primi anni 80, ha prevalso nella struttura dei consorzi il modello plurisetoriale che offriva ai consorzi la possibilità di ridurre il rischio mercato grazie alla diversificazione produttiva delle imprese associate. Successivamente, a partire dagli anni 80 la struttura consortile si è trasformata, connotandosi sempre più come monosettoriale per adeguarsi alle esigenze di una domanda sempre più orientata alla qualità dei prodotti e che, pertanto, necessitava di un'offerta di servizi su misura per le imprese associate, vista la loro specializzazione settoriale (nel 1985 il 60% dei consorzi export era di tipo monosettoriale). Nella terza fase, dall'inizio degli anni 90 a tutt'oggi, si registra un processo di riorganizzazione interna che ha portato all'adozione di un modello misto che vede un sostanziale equilibrio in termini di incidenza percentuale dei due modelli (i consorzi monosettoriali rappresentano nel 2011 il 51% del totale; Grafico A).

Tabella A

I numeri di Federexport, 2013	
110	consorzi associati
3.500	imprese
100.000	addetti
9	federazioni regionali
80	uffici consortili all'estero

Grafico A

L'evoluzione della struttura consortile
(Valori % sul totale dei consorzi export associati)



Fonte: Federexport-Confindustria 'La vocazione all'export del sistema consortile 2011'.

Il *core business* dei consorzi per l'internazionalizzazione è la promozione all'estero dei prodotti delle imprese associate che, a sua volta, si articola nelle seguenti sotto-attività: fiere (il 41,4%), missioni (28,2%), ricerche di mercato, mostre autonome e campagne pubblicitarie (Grafico B).

Le imprese associate ai consorzi, grazie proprio all'aggregazione, traggo una serie di vantaggi che vanno dalle economie di dimensione consentite dall'aggregazione alla maggiore capacità contrattuale nel reperire fondi, allo scambio di *know-how*, alla diversificazione del rischio per la presenza contemporanea su più mercati. Questi effetti si riflettono su performance mediamente migliori: a) la propensione all'export delle imprese associate ai consorzi è superiore a quella rilevata a livello nazionale (l'incidenza del fatturato esportato sul totale è pari al 41% a fronte del 35% rilevato sul totale delle imprese esportatrici); b) la produttività del lavoro delle imprese associate ai consorzi è più elevata della media nazionale (44mila euro a fronte dei 41mila registrato a livello nazionale); c) la capacità di penetrazione in mercati più distanti da parte delle PMI associate è più elevata della media nazionale (l'incidenza dell'export extra-UE sull'export totale delle imprese consorziate è pari al 44,4%, contro il 42,7% per il complesso delle imprese esportatrici).

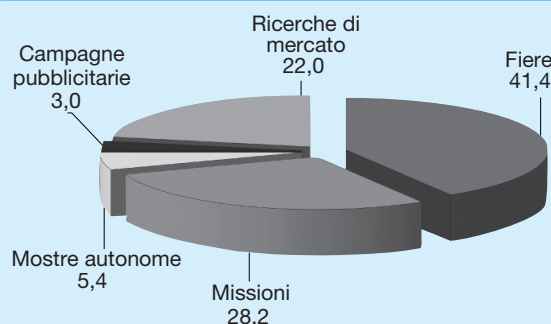
Il Decreto Sviluppo del 2012 all'art. 42 ha recentemente introdotto rilevanti novità in materia di Consorzi con vocazione all'export. Il Decreto ha abrogato i Consorzi export e istituito la nuova figura dei Consorzi per l'internazionalizzazione, che devono essere costituiti, ai sensi degli articoli 2602 e 2612 e seguenti del codice civile, in forma di società consortile o cooperativa da PMI industriali, artigiane, turistiche, di servizi e agroalimentari aventi sede in Italia (possono inoltre essere ammesse a partecipare imprese del settore commerciale).

L'elemento di novità della nuova normativa è l'ampliamento dello scopo consortile, che le leggi 394/81 art. 10 e 83/89 avevano circoscritto allo «scopo esclusivo di esportazione dei prodotti delle consorziate e all'attività promozionale necessaria per realizzarla».

Con il Decreto Sviluppo, infatti, viene ampliato il raggio di azione dei consorzi per l'internazionalizzazione che non devono occuparsi solo del momento finale dell'esporta-

Grafico B

Le iniziative promozionali realizzate nel 2011
per tipologia
(Valori % sul totale delle iniziative promozionali)



Fonte: Federexport-Confindustria, 'La vocazione all'export del sistema consortile 2011'.

zione, ma anche di tutte le fasi in cui si articola il processo che la rende possibile: la formazione del personale per esportare o per espandere l'attività di chi già esporta, la tutela della «qualità» e la ricerca finalizzata alla messa a punto di prodotti e di servizi innovativi per i mercati esteri.

Il tema della formazione è cruciale, tenuto conto che, secondo un'indagine della Commissione europea nel 2006², la carenza di personale con conoscenza parlata e scritta delle lingue straniere costa in media a ciascuna impresa esportatrice circa 100.000 euro all'anno in termini di mancata traduzione di commesse dall'estero in contratti di vendita veri e propri.

Infine, i Decreti del Ministro dello Sviluppo Economico (G.U. n.17 del 21.01.2013)³ hanno fissato i criteri e le modalità per la concessione dei contributi ai consorzi per l'internazionalizzazione in base ai progetti contenuti nel programma promozionale 2013. L'entità del progetto non può essere inferiore a 50.000 euro e superiore a 400.000 euro.

Grazie alla nuova legge, è ammessa la partecipazione ai consorzi per l'internazionalizzazione anche di enti pubblici e privati, di banche e di imprese di grande dimensione, che però non possono fruire dei contributi pubblici concessi dal Ministero ai progetti presentati dai consorzi multi-regionali di cui sopra.

A dimostrazione della complementarità che lega il sistema dei consorzi ai contratti di rete è, inoltre, concessa al consorzio la possibilità di realizzare un contratto di rete con le imprese non associate in qualità di soggetto attuatore, con conseguente ampliamento della gamma degli associati.

I consorzi per l'internazionalizzazione possono ottenere un contributo fino al 50% delle spese sostenute e approvate dal Ministero per lo svolgimento di attività promozionali per l'internazionalizzazione delle PMI, che viene erogato dietro presentazione di una rendicontazione dettagliata contenuta nella domanda di liquidazione.

Il contratto di rete è un ulteriore strumento a disposizione delle imprese. La sua normativa rappresenta una possibilità in più rispetto ai tradizionali meccanismi di aggregazione (consorzi, Associazioni Temporanee di Impresa) per lavorare insieme, riuscendo a integrare la collaborazione su progetti condivisi (che presuppone uno scambio di conoscenze e informazioni) e il mantenimento dell'autonomia. La natura privatistica del contratto di rete evita inoltre l'emergere di problemi di natura gestionale e burocratica,

² I dati sono tratti dall'indagine *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*, commissionata dalla Commissione europea - Direzione generale dell'istruzione e della cultura.

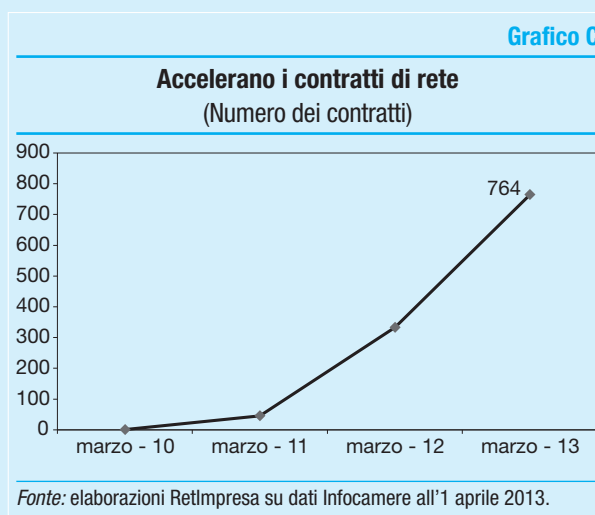
³ Decreto Ministeriale 22 novembre 2012 (G.U. n. 17 del 21.01.2013); Decreto Direttoriale 11 gennaio 2013 (Avviso di pubblicazione su G.U. n. 17 del 21.01.2013).

rispondendo alle esigenze delle imprese di avere una conduzione della rete semplice e priva di sovrastrutture burocratiche che ne complichino l'operatività.

A distanza di pochi anni dalla sua introduzione nel panorama giuridico nazionale si registra un crescente coinvolgimento delle imprese italiane in questa forma di collaborazione: il numero dei contratti di rete è aumentato in misura esponenziale, arrivando a marzo 2013 a quota 764 (Grafico C).

Le imprese coinvolte sono quasi 4.000, dislocate pressoché in tutte le provincie. Il settore più interessato dal fenomeno è quello manifatturiero, con il 40% delle imprese coinvolte. Un quinto dei contratti di rete ha come finalità anche quella dell'internazionalizzazione e dell'export, attraverso attività quali: progetti per aumentare la penetrazione commerciale e il marketing di prodotti di alta qualità all'estero; collaborazioni per nuove opportunità di business; assistenza post-vendita; condivisione di informazioni sui diversi mercati; iniziative di formazione per il personale addetto all'internazionalizzazione; contrattazione dei prezzi di acquisto (es. materie prime); partecipazione a fiere e bandi dedicati all'internazionalizzazione.

Molte sono le iniziative da parte delle istituzioni pubbliche per sostenere e far sviluppare le reti d'impresa finalizzate all'internazionalizzazione e all'export. Da un'indagine del Ministero dello Sviluppo Economico su un campione di 300 imprese emerge che le imprese in rete da almeno un anno hanno aumentato le esportazioni del 21,8%. Le imprese in rete da meno di un anno hanno fatto registrare dati ancor più positivi dichiarando di aver aumentato l'export del 25,2%. Nel Piano Nazionale dell'Export dell'ICE per il prossimo triennio vi è anche il supporto dei contratti di rete per l'internazionalizzazione.



2.5 Il sistema Italia a sostegno dell'internazionalizzazione. Ostacoli e opportunità.

L'attività di sostegno è frammentata Le imprese internazionalizzate sono quelle che registrano performance migliori rispetto a chi invece opera solo sul mercato interno; tuttavia le attività di presidio dei mercati extra-UE richiedono competenze e risorse che spesso le aziende fanno fatica a trovare.

In Italia molti enti si occupano a vario titolo di supportare la promozione del sistema industriale all'estero e la numerosità di questi soggetti tende a disorientare l'imprenditore che vi si rivolge.

A livello pubblico operano l'ICE-Agenzia, il sistema delle Camere di Commercio attraverso le aziende speciali, le Regioni, le Province, l'ENIT e altri enti minori che hanno spesso una connotazione locale.

All'attività pubblica si affianca quella dei privati che viene svolta dalle Associazioni di categoria, in rappresentanza di industria, artigianato, cooperative e commercio, dagli istituti di credito, da associazioni con interessi su paesi specifici e da network di professionisti attivi nei mercati internazionali.

Oltre ai soggetti nazionali offrono assistenza alle imprese anche le rappresentanze diplomatiche all'estero, come ambasciate e consolati, ai quali si affianca l'attività degli uffici ICE, delle camere di commercio italiane all'estero e dell'ENIT.

La numerosità degli enti preposti all'internazionalizzazione si traduce in una sovrapposizione delle attività da loro svolte. La mancanza di una strategia integrata e l'insufficiente collaborazione tra i diversi istituti generano ambiguità e inefficienze.

Oltre alle Associazioni di categoria e agli altri consorzi privati, a livello locale e regionale sono attivi, tra gli enti pubblici, le camere di commercio, incluse le loro aziende speciali, e gli organismi regionali. Essi operano in parziale sovrapposizione con gli enti pubblici centrali, in particolare con l'ICE-Agenzia, che ha riacquisito il ruolo di attore principale dell'attività promozionale (Tabella 2.8).

Un ulteriore elemento di complicazione di questo quadro è costituito dal fatto che la riforma del titolo V della Costituzione italiana attuata nel 2001 ha attribuito alle Regioni materie di legislazione concorrente, che comprendono i rapporti internazionali e con l'Unione europea e il commercio con l'estero.

Sono così nati molteplici organismi regionali dedicati all'attività di internazionalizzazione che nel corso degli anni hanno organizzato attività promozionale all'estero, spesso in sovrapposizione con iniziative di altri enti.

Tabella 2.8

		Le attività degli enti si sovrappongono					
		Formazione	Servizi informativi	Partecipazione a fiere	Organizzazione missioni	Eventi promozionali e campagne di comunicazione	Assistenza e consulenza
Organismi locali/ territoriali pubblici	Camere di Commercio e aziende speciali	X	X	X	X	X	X
	SPRINT*		X				X
	Organismi Regionali	X		X	X	X	
Organismi locali/ territoriali privati	Associazioni di categoria	X	X	X	X	X	X
	Consorzi export/ di tutela	X	X	X	X	X	X
Ministeri	Sviluppo Economico		X		X	X	
	Affari Esteri		X		X	X	X
	Politiche Agricole		X	X		X	
	Turismo			X		X	
	Ambiente			X			
Enti centrali	ENIT		X	X		X	
	ICE	X	X	X	X	X	X
Organismi a presenza estera	Ambasciate e Consolati italiani		X			X	X
	Aziende speciali CCIAA all'estero		X	X	X	X	X
	Camere di Commercio bilaterali		X	X	X	X	X
	Camere di Commercio italiane all'estero		X	X	X	X	X

* Sportelli regionali per l'internazionalizzazione.

Con il principio di sussidiarietà anche l'attività fieristica è stata oggetto di politiche regionali, in particolare per quanto riguarda la realizzazione di eventi a carattere internazionale, che ha portato ad avere nel corso del 2012 più di 200 fiere con lo status di "manifestazione internazionale"¹¹.

¹¹ Si veda il *Calendario 2012* redatto dalla Conferenza delle regioni e delle province italiane, con le Associazioni rappresentative del sistema fieristico italiano (AEFI, CFI, CFT) nell'ambito del Tavolo per il coordinamento del sistema fieristico nazionale.

La frammentazione e lo scarso coordinamento dell'azione promozionale non genera economie di scala, ma al contrario aumenta il numero delle risorse impiegate con una dispersione dei fondi utilizzati per la realizzazione delle diverse iniziative.

La guida incerta della Cabina di regia

Partendo da questi presupposti a luglio 2011 si è costituita la Cabina di regia per l'Internazionalizzazione a cui partecipano il Ministero degli Affari Esteri, il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Ministero dell'Agricoltura, il Ministero del Turismo, la Conferenza delle Regioni, Unioncamere, Confindustria, ABI, Rete Imprese Italia, Alleanza delle Cooperative Italiane con il supporto operativo dell'ICE-Agenzia¹².

L'obiettivo della Cabina di regia è quello di definire una strategia integrata per materie d'internazionalizzazione con il coordinamento di tutti i soggetti coinvolti, attraverso la predisposizione di linee guida per la selezione delle attività, delle priorità paese e con una pianificazione adeguata delle risorse finanziarie disponibili.

La Cabina di regia si è riunita due volte, a luglio e ottobre 2012. Nel corso delle riunioni si è sottolineata l'importanza di fare sistema e in particolare di creare sinergie tra tutti gli attori che vi partecipano, nell'ottica di rafforzare le attività di promozione all'estero e razionalizzare la rete estera e di accrescere l'attrazione degli investimenti e la disponibilità di strumenti finanziari a supporto dell'export. Si tratta di azioni di *policy* che richiedono un ripensamento del modo di operare fin qui adottato. Ad oggi, l'unica iniziativa che è stata realizzata con la partecipazione di tutti i suoi componenti è stata la missione di sistema in Indonesia che si è svolta ad aprile 2013.

La struttura attuale della Cabina di regia la rende di fatto un organo poco snello e molto farraginoso poiché i soggetti che ne fanno parte sono numerosi e con esigenze diverse. A più di diciotto mesi dalla costituzione non risulta che gli enti che ne fanno parte abbiano condiviso i calendari delle attività, secondo le linee guida emerse dalla Cabina di regia, e non sono stati peraltro condivisi i relativi budget di spesa.

Il modello tedesco

In Germania, principale paese *competitor* dell'Italia, le imprese dispongono, invece, di un sistema di supporto all'internazionalizzazione ben strutturato e integrato, che costituisce un modello di riferimento applicabile allo stesso contesto italiano.

Nella Repubblica Federale Tedesca la responsabilità della politica di internazionalizzazione è compito del Ministero dello Sviluppo Economico (BMWi) e l'attore principale che opera sul territorio nazionale è la rete delle Camere di Commercio (*IHK Industrie und Handel-*

¹² Si veda il decreto legge 214 del 2011 e le successive modifiche nel decreto legge 83 del 2012.

skammer), le quali sono rappresentate a livello centrale dall'Associazione delle Camere dell'Industria della Germania (DIHK). Le Camere sono presenti a livello nazionale con 80 sedi e operano nei mercati internazionali attraverso la rete estera (*AHK Deutsche Auslandshandelskammern*) con 120 uffici dislocati in 80 paesi che lavorano in sinergia con le Ambasciate.

È attiva inoltre l'agenzia *Germany Trade & Invest* che fornisce informazioni alle imprese tedesche sui mercati internazionali e al tempo stesso si occupa di assistere le imprese straniere interessate a investire in Germania.

Il Ministero tedesco dello Sviluppo Economico ha avviato una collaborazione con l'Associazione delle imprese fieristiche tedesche (AUMA), per supportare la partecipazione delle imprese alle fiere internazionali. Le manifestazioni realizzate nei mercati internazionali, principalmente in Asia e in Europa orientale, sono circa 270 all'anno a dimostrazione dell'esperienza consolidata a livello globale in particolar modo in alcuni settori merceologici.

A confronto con il sistema italiano di supporto all'internazionalizzazione delle imprese, in quello tedesco è presente un numero limitato di soggetti che operano con ruoli e compiti ben definiti che non si sovrappongono.

Il modello organizzativo tedesco è efficace perché si fonda su una razionalizzazione delle risorse e un elevato livello di partecipazione delle imprese alle varie iniziative.

Le Camere di Commercio costituiscono una singola interfaccia per le imprese sul territorio. A livello territoriale, i servizi formativi fanno capo all'agenzia *Germany Trade & Invest*, mentre l'AUMA è specializzata nella programmazione delle fiere.

Il sistema fieristico rappresenta un punto di forza per l'internazionalizzazione delle imprese tedesche. La Germania è terza nella classifica mondiale in base ai metri quadrati adibiti a spazio espositivo, dietro agli Stati Uniti e alla Cina, con una quota di mercato pari al 10% mondiale; l'Italia è quarta con il 7% (Tabella 2.9).

Tabella 2.9

L'Italia segue la Germania come centro fieristico internazionale (Metri quadrati adibiti a spazio espositivo, quota mondiale e tasso di crescita, %)		
	2011	Tassi di crescita (2006-2011)
Stati Uniti	21	5
Cina	15	48
Germania	10	2
Italia	7	3
Francia	6	3
Spagna	5	13
Olanda	3	15
Brasile	2	6
Regno Unito	2	13
Canada	6	6
Russia	2	17
Svizzera	2	1
Belgio	1	1
Turchia	1	25
Messico	1	15

Fonte: elaborazioni Confindustria su dati UFI.

Le manifestazioni fieristiche tedesche all'estero coprono tutti i settori manifatturieri e dei servizi e sono diventate uno strumento strategico per affermare il sistema industriale tedesco nel Mondo, in particolare nei paesi ad alto potenziale di crescita come l'Asia e l'Europa orientale, costituendo una vetrina che favorisce le esportazioni.

Un altro punto di forza è rappresentato dall'offerta integrata di prodotti finanziari per l'esportazione che vengono erogati dalla *KfW Bank aus Verantwortung* attraverso il finanziamento a medio e lungo termine, il *project financing* e il finanziamento al commercio per le operazioni di breve termine.

Il modello organizzativo tedesco di approccio ai mercati rappresenta una *best practice* a cui ispirarsi, pur tenendo conto della diversa realtà culturale e istituzionale italiana, in particolare per quanto riguarda la peculiarità del ruolo svolto dalle regioni italiane nelle politiche di gestione del commercio estero, anche a livello nazionale e internazionale.

I fondi si disperdono in mille rivoli Per perseguire l'obiettivo di aumentare il numero delle imprese che esportano è indispensabile attuare una strategia aggressiva di presidio dei mercati con azioni di supporto sia tradizionali, come fiere, mostre autonome ed eventi promozionali, sia innovative, tramite, per esempio, l'internazionalizzazione delle principali fiere italiane e i presidi settoriali nei mercati emergenti e ad alto potenziale di crescita.

Per la realizzazione di questa offerta integrata è necessario un supporto finanziario da parte pubblica che, insieme all'impegno dei privati, possa generare un budget adeguato per garantire il buon esito dei programmi.

In Italia l'attore principale che organizza l'attività promozionale è l'ICE-Agenzia che, dopo la soppressione avvenuta nel 2011, è tornato operativo e ha avviato una riorganizzazione sia interna sia della rete estera, programmando l'apertura di nuovi uffici in paesi strategici per l'Italia.

I fondi assegnati per il programma promozionale dell'ICE-Agenzia hanno subito una riduzione significativa nel corso degli anni, passando da 69 milioni di euro nel 2008 a 28 milioni di euro nel 2013. Si tratta di cifre insufficienti per formulare una proposta adeguata all'evoluzione dei mercati e ai fabbisogni delle imprese.

Tuttavia i fondi pubblici che vengono stanziati, per gli stessi obiettivi, a tutti i soggetti che operano a supporto dell'internazionalizzazione formano un budget più elevato, che potrebbe potenzialmente generare un'offerta strutturata in grado di promuovere e dare maggiore visibilità al sistema Italia nel mondo.

Infatti, secondo uno studio congiunto di Confindustria, ABI, ANIA e Alleanza delle Cooperative¹³, nel 2010 le risorse pubbliche messe a disposizione di tutti i soggetti pubblici e privati a favore dell'internazionalizzazione, comprese le spese di funzionamento degli enti, ammontavano a circa 682 milioni di euro, di cui 430 per attività promozionali e di supporto e 252 per spese di funzionamento degli enti destinatari: ICE, Camere di Commercio, ENIT, Aziende Speciali, Consorzi export, Associazioni di Categoria, SIMEST, Regioni e organismi regionali.

Queste risorse sono state assorbite, quindi, per più di un terzo dalle spese di funzionamento degli enti. Inoltre, le spese promozionali hanno riguardato un numero elevato di iniziative molto specifiche e di importo ridotto. In particolare, delle spese dell'ICE per attività promozionali e di supporto, pari a 122 milioni di euro nel 2010, solo il 4% ha finanziato attività il cui costo unitario superava i 500mila euro.

Infine, la cooperazione tra gli enti, sotto forma di accordi di cofinanziamento o programmi di partenariato, è stata limitata. Nel 2010 solo il 17% delle spese dell'ICE è stato impiegato in accordi di cofinanziamento con altri enti, soprattutto in accordi-quadro con le regioni (per 10,1 milioni di euro) e con le Associazioni di categoria (per 6,4 milioni di euro). Tali accordi prevedevano una partecipazione al 50% da parte dell'ICE e quindi hanno finanziato progetti per un valore di circa 40 milioni di euro nel 2010.

Secondo l'Indagine Confindustria sull'internazionalizzazione delle imprese italiane presso le Associazioni territoriali e di categoria (si veda il par. 2.4), più del 70% delle Associazioni italiane appartenenti al sistema Confindustria individua nella mancanza di coordinamento tra gli enti preposti all'internazionalizzazione un vero e proprio ostacolo all'apertura all'estero delle imprese italiane. L'insufficiente coordinamento è il secondo ostacolo, in termini di importanza, a una migliore performance internazionale delle nostre imprese; il primo è la burocrazia (più del 90% delle Associazioni partecipanti al questionario).

La frammentazione delle risorse disponibili in una pletora di attività non permette, quindi, di generare economie di scala e limita così il loro impatto sulle possibilità di internazionalizzazione delle imprese. Emerge la necessità di avviare una riorganizzazione effettiva dell'attività promozionale e delle risorse messe a disposizione. A questo riguardo la Cabina di regia per l'Internazionalizzazione dovrà accelerare in tempi brevi la definizione delle linee guida.

**Expo 2015:
un'occasione
da sfruttare**

In questo quadro, l'organizzazione a Milano dell'Expo 2015 rappresenta potenzialmente un volano formidabile per valorizzare il settore manifatturiero italiano nel mondo, con particolare riguardo all'eccellenza italiana nell'industria alimentare. La vetrina offerta dall'Expo 2015 coinvolgerà l'intero sistema produttivo: la filiera della salute, il turismo, la moda, il design, l'arredo, i

¹³ *Supportare l'internazionalizzazione delle aziende italiane* (2012).

servizi, il trasporto e la logistica, l'ICT, ecc. (si veda il riquadro *Expo 2015: vetrina per il manifatturiero, volano per l'intera economia italiana*).

Sebbene questo evento rappresenti un'occasione diversa da tutte le altre fiere, è bene sottolineare che l'Italia non è un paese in cui sia scarso lo spazio espositivo internazionale. La presenza delle fiere è solo il punto di inizio per l'attività di promozione all'estero delle nostre eccellenze, in quanto questi spazi devono essere pubblicizzati e soprattutto frequentati dagli addetti ai lavori al fine di effettivamente promuovere all'estero la propria attività produttiva. Soltanto se si attiva completamente il motore degli spazi espositivi internazionali si possono ottenere dei buoni risultati. In particolare, l'UFI (*The Global Association of the Exhibition Industry*) ha redatto una *survey* ("Il Barometro delle Fiere internazionali") per stimare il ritorno in termini di fatturato nell'anno successivo alla partecipazione a esposizioni internazionali: in base alla *survey* del giugno 2012, più del 50% delle imprese coinvolte in fiere internazionali aveva registrato un aumento delle proprie vendite.

Expo 2015: vetrina per il manifatturiero, volano per l'intera economia italiana

A distanza di oltre un secolo dall'edizione del 1906, dal 1° maggio al 31 ottobre 2015 Milano organizzerà per la seconda volta l'Esposizione Universale (Expo). È previsto l'arrivo di 20 milioni di visitatori, oltre 120 Capi di Stato, delegazioni ufficiali, esperti scientifici internazionali, missioni economiche. A sei mesi dall'assegnazione degli spazi espositivi, è già quasi raggiunto l'obiettivo dei 130 paesi partecipanti ufficiali, cui corrisponde un numero di abitanti che rappresenta oltre l'80% della popolazione mondiale.

L'Expo coinciderà con l'anno conclusivo della campagna di sviluppo del millennio delle Nazioni Unite e con il momento centrale dell'attuazione della strategia Europa 2020. Per la sua collocazione temporale, potrà fornire una spinta importante al recupero produttivo del Paese, all'uscita da una fase di crisi di durata eccezionale.

Il tema dell'Expo ("Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita") si focalizza sull'obiettivo di sviluppare un'alimentazione sana, sicura e sufficiente per tutti in un'ottica di sviluppo sostenibile, attraverso ampie direttrici tematiche che vanno dall'agricoltura e biodiversità alla sicurezza e qualità alimentare, dall'innovazione della filiera agroalimentare alla cooperazione e sviluppo nell'alimentazione, dall'educazione alimentare e il miglioramento degli stili di vita al cibo e alla cultura.

Per sua natura, il tema si presta fortemente a valorizzare le molte peculiarità italiane in materia e in particolare quelle del sistema produttivo, che eccelle in termini di qualità, sicurezza alimentare e biodiversità. Questa capacità si traduce nel volano di una filiera

agroalimentare che ha sviluppato, oltre che innumerevoli eccellenze sul piano dei prodotti finali, anche tecnologie di punta sul terreno dei beni di investimento destinati a realizzarli e su quello dei beni intermedi destinati alla stessa produzione agricola (agrofarmaci, fertilizzanti, medicinali veterinari), che ha reso l'Italia tra i paesi di punta anche in una serie di ambiti collegati a quello agroalimentare, tra cui le bio-tecnologie, la farmaceutica, la dietologia e la nutraceutica.

Il principale spazio espositivo di tutto l'Expo sarà il Padiglione Italia, dove sarà esposto il meglio della creatività del Paese e che sarà incentrato sul *concept* del "Vivaio Italia", ovvero uno spazio in cui far germogliare i talenti e favorire la nascita di soluzioni innovative alle sfide poste dal tema dell'Expo. Il Padiglione Italia sarà una straordinaria vetrina per mettere in mostra le potenzialità del Paese, soprattutto per molte imprese di dimensione medio-piccola che potranno beneficiare di un palcoscenico internazionale, e valorizzerà anche le eccellenze delle diverse Regioni, puntando su tecnologia, arte, percorsi culturali ed enogastronomici che invogliano i turisti stranieri a visitare l'intero territorio alla scoperta delle sue specificità turistiche e culturali.

Secondo le stime di Expo 2015 Spa l'evento assorbirà 1,3 miliardi di investimenti pubblici. Un recente studio della Bocconi, commissionato da Expo 2015 Spa e Camera di Commercio di Milano, valuta che dal 2012 al 2020 l'evento occuperà – direttamente o indirettamente – 199mila persone e che gli investimenti dei partecipanti ufficiali per la costruzione, allestimento e gestione dei rispettivi padiglioni espositivi supereranno il miliardo di euro. Lo stesso studio quantifica per il periodo 2012-2020 l'indotto economico legato ai flussi turistici in 9,4 miliardi di produzione aggiuntiva, 4 miliardi di valore aggiunto e circa 80mila posti di lavoro, cui si aggiungono 10mila unità di lavoro come effetto di lungo termine per il settore turismo. In totale la produzione aggiuntiva sull'economia è stimata raggiungere i 24,7 miliardi di euro. Gli effetti sul sistema imprenditoriale sono attesi anche sotto forma di nuove imprese (1,7 miliardi di produzione aggiuntiva e 12mila occupati) e di incremento degli investimenti diretti esteri (16 mila occupati, 1 miliardo di valore aggiunto), e di sviluppo del patrimonio immobiliare (1,1 miliardi di produzione aggiuntiva e oltre 8mila posti di lavoro), tra investimenti legati al sito Expo e rivalutazione del valore degli immobili dell'area milanese.

Pochi e costosi gli strumenti finanziari

A fianco del supporto pubblico all'attività promozionale organizzata dal sistema paese le imprese, in particolare quelle di dimensione medio-piccola, hanno bisogno di prodotti finanziari per il sostegno dell'attività ordinaria e straordinaria di penetrazione nei mercati esteri.

L'attuale offerta pubblica è basata sull'*export financing* di medio e lungo termine, sulle assicurazioni e sulle garanzie. I soggetti coinvolti sono la cassa Depositi e Prestiti con Export Banca (che opera in convenzione con l'ABI e con garanzia SACE), la SACE per le coperture assicurative e la SIMEST per le agevolazioni di tasso e le operazioni di partecipazione di minoranza nel capitale delle imprese per investimenti all'estero.

Nel nostro sistema manca, invece, un'offerta di finanziamenti a breve termine e di *project financing*, strumento indispensabile per proporre progetti a committenti internazionali, che andrebbero incontro alle esigenze soprattutto delle piccole e medie imprese.

Il problema è acuitizzato dal fatto che la crisi economica ha innescato delle reazioni a catena, tra cui il ritardo nei pagamenti tra le aziende e il blocco di quelli della pubblica amministrazione; la diminuzione della liquidità assicurata dalle banche e quindi una minore possibilità di accesso al credito; la stagnazione della domanda interna e gli aumenti del costo delle materie prime, anche energetiche.

Questi fattori hanno generato un aumento del costo di finanziamento delle imprese e una riduzione del credito erogato dalle banche (si veda il riquadro *Credito scarso e costoso per le esportazioni delle imprese italiane*). Per uscire dalla crisi è prioritario trovare nuovi sbocchi in mercati alternativi, ad alto potenziale di crescita. Per questo è necessario attivare forme di finanziamento di breve termine in grado di agevolare soprattutto le piccole imprese. Bisogna, in particolare, rendere più flessibile l'attività di finanziamento di Export Banca, fornendo linee di credito dedicate alle PMI per finanziare anche piccoli progetti in modo da ampliare la base degli utilizzatori.

Credito scarso e costoso per le esportazioni delle imprese italiane

La caduta del credito bancario alle imprese italiane ha coinvolto anche lo specifico comparto del finanziamento delle esportazioni. Le difficoltà incontrate dalle banche, prima sulla raccolta e poi sul rischio di credito, hanno impattato anche su questo particolare segmento della loro attività.

La peculiarità del credito all'export consiste in vari elementi: l'erogazione di finanziamenti non solo a imprese italiane esportatrici, ma anche ad aziende straniere importatrici; l'elevata rischiosità delle operazioni, specie quelle che hanno come controparte un'impresa di un paese emergente; la durata lunga delle operazioni, superiore di solito a cinque anni; la denominazione in dollari della gran parte dei prestiti; il ruolo più ampio delle banche estere, rispetto a quello svolto nel credito domestico. Solo due terzi delle banche che erogano prestiti a imprese italiane forniscono anche finanziamenti all'export.

Le piccole banche locali italiane restano fuori da tale mercato, dominato dagli istituti nazionali ed esteri di maggiori dimensioni (i primi 10 erogano il 78% dei prestiti all'export). La fornitura di garanzie è ancor più concentrata: solo le prime 10 banche le concedono. Inoltre, per i prestiti all'export l'impresa mediana si rivolge solo a 3 banche, rispetto a 5 per i prestiti totali; le garanzie all'export si ottengono da un unico istituto. Ciò si può spiegare con i più elevati costi di informazione del finanziamento all'export e quindi con la maggiore importanza di relazioni banca-impresa di lungo periodo, centrate su informazioni qualitative.

Dal 2009 si è registrata una forte caduta dei finanziamenti all'export italiano. I prestiti per esportazioni erogati da istituzioni finanziarie ammontano a 20 miliardi di euro a fine 2011, in calo da 23 miliardi a fine 2008¹. In rapporto ai prestiti totali, sono calati all'1,0%, dall'1,4% nel 2006. Le garanzie fornite su operazioni di export mostrano, invece, un trend crescente: 13 miliardi a fine 2011, da 9 nel 2006. Il valore di prestiti e garanzie all'export è pari al 14% del valore delle esportazioni italiane di beni e servizi (in calo dal 19% a inizio 2009). In particolare, i finanziamenti a importatori esteri erogati con il coinvolgimento di SACE² sono scesi a 3,3 miliardi di euro nel 2012, da 6,0 nel 2009 (Grafico A). Il credito fornito a esportatori italiani con operazioni SACE è stato pari a 2,0 miliardi nel 2012. Queste operazioni di finanziamento all'export nella gran parte dei casi hanno come controparte imprese di paesi emergenti e riguardano per lo più beni strumentali.

La crisi ha determinato un deciso aumento del costo del credito all'export, come accaduto in generale per i prestiti alle imprese italiane. In particolare, a seguito dei downgrade del debito sovrano italiano negli ultimi anni e quindi del rating SACE, il costo della provvista per credito all'export è salito di oltre 2 punti percentuali, al 2,5%-3,5% nel 2012 (da

Grafico A

Meno credito per le esportazioni italiane
(Italia, miliardi di euro, flussi annuali,
operazioni di credito all'acquirente di SACE)



Fonte: elaborazioni CSC su dati SACE.

¹ Silvia del Prete e Stefano Federico (2013), *Trade and finance: is there more than just "trade finance"? Evidence from matched bank-firm data*, Banca d'Italia, mimeo.

² La SACE è una società per azioni, che opera con garanzia dello Stato. Nel novembre 2012 le sue azioni, che erano in mano al Ministero dell'Economia e delle Finanze, sono state interamente acquisite dalla Cassa Depositi e Prestiti, operatore esterno al perimetro della PA.

0,3-0,8% nel 2008). Lo spread applicato da SACE è di 0,5%-1,9% (da 0,5%-2,2% nel 2010). Quindi, il tasso pagato dalle imprese è salito al 3,0%-5,4%. Il maggior costo del credito danneggia la competitività delle aziende esportatrici italiane: il gap rispetto ai finanziamenti disponibili per le imprese tedesche è intorno a 2,5 punti percentuali.

Date le specificità del credito all'export, in particolare la sua maggiore rischiosità rispetto al credito domestico, le economie avanzate hanno in genere creato delle istituzioni pubbliche per sostenere il finanziamento alle esportazioni, le cosiddette Export Credit Agency (ECA). Le modalità di intervento sono però diverse da paese a paese. Negli Stati Uniti, la US-Exim dal 2009 ha erogato finanziamenti diretti alle imprese (12 miliardi di dollari nel 2012); la stessa modalità diretta è stata adottata dalla ONDD del Belgio e dalla OEKB dell'Austria. In Germania la KfW-Ipex garantisce circa 8 miliardi di euro di credito all'export all'anno e fornisce provvista alle banche; in Francia la BPI, creata nel gennaio 2013, si occuperà anche di sostenere l'export, con un mix di finanziamenti e garanzie. In Italia, la SACE fornisce garanzie sui prestiti bancari per l'export. Dal 2009 è stato varato il sistema "Export Banca", nel quale Cassa Depositi e Prestiti (CDP) eroga provvista vincolata alle banche a tassi di mercato o fondi direttamente alle imprese e SACE fornisce la garanzia. Gli importi, però, sono ridotti: dall'inizio dell'operatività a fine 2012 il sistema Export Banca ha finanziato 16 operazioni per un valore di circa 6 miliardi.

Secondo molti analisti, la creazione di un'unica istituzione pubblica in Italia, una vera "banca per l'export", che riunisca le competenze e le attività dei vari soggetti attualmente coinvolti (SACE e CDP ma anche SIMEST) porterebbe un accorciamento dei tempi e una riduzione dei costi, contribuendo a sbloccare il credito all'export³. Tra le proposte vi è anche quella di creare un'unica istituzione in Europa con il compito di finanziare l'export. Ciò potrebbe tagliare il collegamento tra costo del finanziamento e rischio sovrano del paese in cui l'esportatore risiede, eliminando la penalizzazione per le aziende dei paesi periferici⁴.

³ Castellaneta G. (2013), *A proposito del finanziamento all'esportazione*, AREL seminari, n. 2013/1.

⁴ Castellano A. e Favero C. (2012), *Più Europa per la crescita*, lavoce.info.

Quale strategia per l'azienda Italia?

Il ruolo svolto dagli enti pubblici e privati per stimolare le imprese, soprattutto quelle di piccole e medie dimensioni, ad affacciarsi nei mercati esteri deve essere ripensato. Nel contesto attuale di crisi è prioritario definire una strategia che si traduca in azioni concrete, coordinate e tangibili per valorizzare il sistema industriale del Paese a livello globale.

In un mondo in continua evoluzione è importante riuscire a cogliere i cambiamenti e adottare le soluzioni adeguate per rispondere ai mutamenti del mercato.

Le imprese hanno saputo negli anni adeguare le proprie competenze e rivedere i processi organizzativi, decentrando parti della manifattura e articolando in forme più efficienti le catene del valore.

Questo modello si dovrà applicare anche nel settore pubblico dove la molteplicità degli attori che opera per la promozione dell'internazionalizzazione deve essere ripensata e riformulata seguendo logiche di mercato che richiedono strutture più snelle ed efficaci nonché procedure semplificate.

Bisogna porsi l'obiettivo di avere un'unica interfaccia in grado di coordinare le attività promozionali dell'azienda Italia.

Nella nuova riforma del titolo V della Costituzione è necessario attribuire allo Stato le competenze su materie di interesse nazionale, come il commercio estero.

Va ripensato il concetto di "sussidiarietà" riportando al centro la pianificazione strategica dell'attività internazionale che ricomprende anche quella dedicata alle manifestazioni fieristiche.

Bisogna abbandonare la promozione "per territorio" e favorire quella "per filiera" dove viene valorizzata l'intera catena del valore.

È prioritario, inoltre, accrescere la competitività del nostro paese e la capacità di attrarre gli investimenti stranieri. Invitalia, l'ICE-Agenzia e le Regioni sono i soggetti che operano in materia di attrazione degli investimenti; al fine di rispondere all'esigenza di avere un unico interlocutore che costituisca la porta di ingresso per l'investitore estero, il quale ricerca un singolo soggetto con cui interfacciarsi, è stato istituito, a dicembre 2012 con legge n.221, presso il Ministero dello Sviluppo Economico, il Desk Italia. Al nuovo ufficio vengono affidate funzioni di coordinamento rispetto agli altri soggetti che operano nel settore.

La valorizzazione del *made in Italy*, che favorisce la promozione delle imprese all'estero, è realizzata anche dalle principali fiere internazionali italiane, che sono diventate un importante veicolo per aumentare la penetrazione sui mercati esteri. Sul modello della Germania è importante avviare un processo di internazionalizzazione delle manifestazioni fieristiche in quei mercati ad alto potenziale di crescita per conquistare posizioni di leadership nei settori più rappresentativi del nostro sistema industriale. Per questo è necessario interfacciarsi con i maggiori poli fieristici nazionali e mettere in rete competenze e risorse, abbandonando i localismi e favorendo una strategia globalizzata per rendere il sistema paese sempre più competitivo.

Occorre, infine, attivare nuovi prodotti finanziari, semplici, efficaci ed accessibili alle piccole e medie imprese, per favorire le esportazioni italiane e incrementare la quota di mercato nei paesi dove la manifattura italiana ha elevate potenzialità di crescita.

La Cabina di regia per l'Internazionalizzazione deve essere il punto di riferimento per definire la strategia della promozione dell'industria italiana e deve avere il compito di anticipare i cambiamenti e di individuare i percorsi e le azioni necessarie a rafforzare la posizione delle imprese italiane nel mondo. Affinché l'azione della Cabina di regia sia efficace, serve creare uno strumento di reale condivisione pubblico-privato più snello, con minori soggetti coinvolti, in grado di definire linee guida su base pluriennale che i singoli enti dovranno recepire ed attuare.

Fotocomposizione: D.effe comunicazione - Roma
Stampa: Omnimedia S.r.l. - Monterotondo Scalo (RM)
Finito di stampare nel mese di giugno 2013