

IL PRESENTE RAPPORTO È STATO ELABORATO
CON LE INFORMAZIONI DISPONIBILI
AL 13 MAGGIO 2015 DA:
Gianpaolo Bruno, Claudio Colacurcio, Donata Dionisi,
Carmela di Terlizzi, Andrea Dossena, Alessandra Lanza,
Sara Paulone, Michele Repole, Cristina Rossi,
Stefano Sparacca, Vera Santomartino

Per informazioni e chiarimenti sul contenuto
di questo Rapporto rivolgersi a:
Claudio Colacurcio (Prometeia)
Ufficio di supporto per la pianificazione strategica,
studi e rete estera (ICE)

È vietata la riproduzione anche parziale,
con qualunque mezzo effettuata, comprese le fotocopie,
anche ad uso interno o didattico, se non autorizzate.

■ **Prometeia**






Via G. Marconi, 43 - 40122 Bologna
tel. 051 - 6480911
fax 051 - 220753
info@prometeia.com
<http://www.prometeia.com>

■ **ICE - Agenzia per la promozione all'estero
e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**

Via Liszt, 21 - 00144 Roma
tel. 06 - 59929340
fax 06 - 89280321
pianificazione.strategica@ice.it
<http://www.ice.gov.it>



INDICE

	Il quadro d'insieme	5
	Ripartono gli scambi e l'Italia gioca le sue carte	6
	Lo scenario del commercio internazionale	7
	Il quadro settoriale	12
	Le implicazioni per il Made in Italy	16
	Approfondimento	23
	Da operatori marginali a grandi esportatori, un percorso possibile per 13 mila imprese	24
	Introduzione	24
	Il premio all'export: teoria e analisi empiriche	27
	I dati e le caratteristiche delle imprese del campione	28
	Il premio all'export: i risultati delle stime	31
	Internazionalizzazione e potenziale di crescita	32
	Importazioni dei paesi Maturi Vicini	35
	Le importazioni di manufatti	36
	Le opportunità per le imprese italiane	40
	Importazioni dei paesi Emergenti Vicini	45
	Le importazioni di manufatti	46
	Le opportunità per le imprese italiane	50
	Importazioni dei paesi Maturi Lontani	57
	Le importazioni di manufatti	58
	Le opportunità per le imprese italiane	64
	Importazioni dei paesi Emergenti Lontani	71
	Le importazioni di manufatti	72
	Le opportunità per le imprese italiane	78
	Appendici	85
	Appendice A: importazioni a prezzi costanti	87
	Appendice B: i paesi e le aree analizzati	97
	Appendice C: settori analizzati	98

IL QUADRO D'INSIEME





Ripartono gli scambi e l'Italia gioca le sue carte



Prospettive di rilancio per il commercio internazionale che torna a crescere del 5.6% nel 2015, arrivando a superare il 6% nel biennio 2016-'17. È finalmente un cambio di passo per gli scambi internazionali considerando che per ritrovare una crescita oltre il 5% per tre anni consecutivi occorre tornare al periodo 2005-'07. Il cambiamento è ancor più evidente se rapportato alla dinamica attesa per il PIL mondiale; analogamente espansiva, ma su ritmi che sono la metà di quello degli scambi.

Si indeboliscono simmetricamente i timori di un'involuzione del processo di globalizzazione, paventati dalla debole crescita fino al 2013. Già dal 2014 è tornato ad aumentare il contributo alla crescita dei mercati maturi, con un traino particolarmente rilevante del Nord America. Gli Stati Uniti in particolare rappresentano il principale pivot del commercio internazionale anche nell'orizzonte di previsione, con una domanda di importazioni sopra al dato medio del commercio internazionale nel periodo 2015-'16. Seppur a un ritmo di sviluppo inferiore anche i mercati dell'Europa occidentale consolideranno la ripresa in corso. Segnali contrastanti arrivano invece dal mondo emergente che ha scontato nel 2014 il rallentamento cinese e nel periodo di previsione vedrà penalizzati soprattutto i grandi esportatori di materie prime. L'America Latina in particolare e l'Europa emergente, dove pesano crisi e chiusura del mercato russo, subiscono un abbassamento del potenziale di crescita.

Lo spostamento dell'attenzione tra emergenti e maturi è quindi uno dei punti chiave per il prossimo triennio e si prospetta in linea con uno scenario di medio periodo dell'economia globale dove affinità culturali e alleanze strategiche, rilevante per l'Italia l'asse Europa-Stati Uniti, condizioneranno la direzione degli scambi.

Come insegna la storia di ogni staffetta è però proprio nel momento di consegna del testimone che aumentano le incognite della corsa e il timing della ripresa sarà fondamentale. Ai fattori di rischio si aggiunge la volatilità sperimentata sul mercato dei cambi e il difficile quadro di indebitamento di molti mercati emergenti. Le imprese italiane dovranno quindi aggiornare i loro orizzonti mettendo in campo strumenti e strategie adatte al nuovo scenario. Un sostegno sarà dato dal beneficio dell'euro debole, da intendersi non tanto come sconto facile, ma come leva per costruire un posizionamento di lungo periodo. Dovranno poi confrontarsi con l'emersione di un consumatore globale che forma la sua opinione sempre meno attraverso il marchio, privilegiando l'informazione in rete e la rispondenza dei prodotti a valori come sobrietà, naturalezza e benessere, cresciuti dopo la crisi. Nei comparti tecnologici, il riequilibrio geografico porta con sé un innalzamento del livello di innovazione richiesto, premiando soluzioni flessibili e personalizzate. È chiaro che l'Italia del Made in Italy (+5.8% le prospettive di domanda internazionale nel triennio 2015-'17) e del granaio meccanico (+6.4%) può beneficiare di entrambi i cambiamenti e la riprova sta nella ripresa della quota di mercato sulle importazioni mondiali già sperimentata nell'ultimo biennio.

Uno scenario complesso e di grande volatilità chiama però le imprese anche a un salto culturale, quello dell'attrazione di investimenti dall'estero, dell'insediamento diretto, dell'inserimento in catene del valore globali, dell'utilizzo della rete, dello sviluppo di una cultura finanziaria dentro le imprese. Sono tutti elementi che, una volta affiancati alla tradizionale competitività di prodotto, possono contribuire all'upgrading industriale del paese, trasformando uno scenario di opportunità, in un caso di successo.

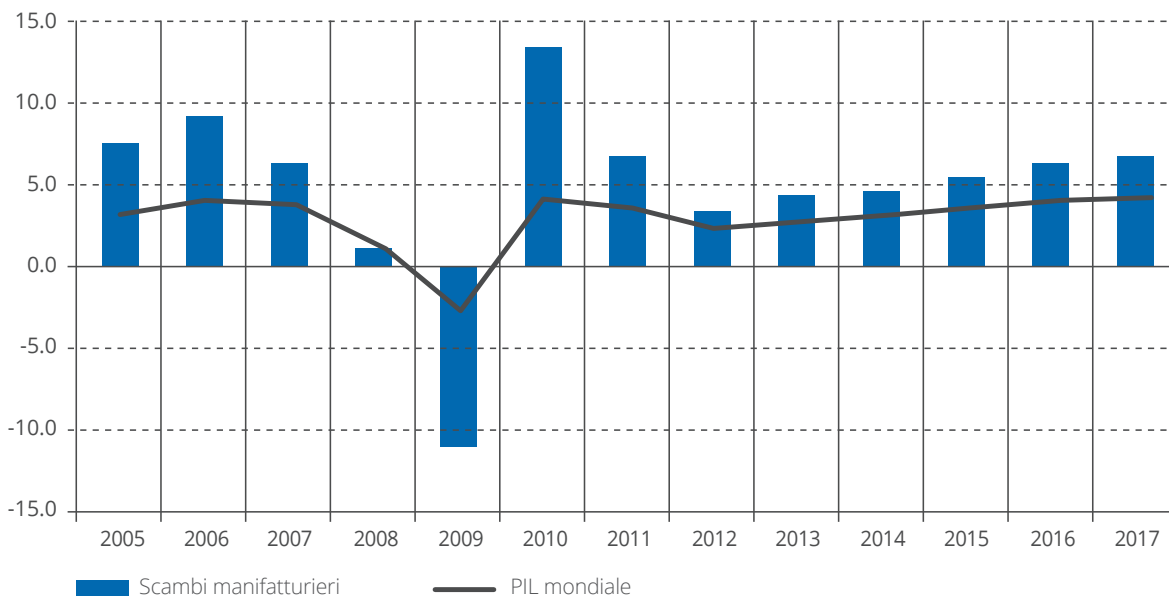


Lo scenario del commercio internazionale

Adelante Pedro, si puedes. Assomiglia al preoccupato incedere tra la folla del cancelliere Ferrer nei Promessi Sposi, lo scenario del commercio mondiale raccontato nel Rapporto; positivo nel suo andamento, ma non per questo privo di incognite lungo il cammino.

Tra gli spunti positivi ci sono certamente i numeri della crescita. **È in corso una chiara accelerazione degli scambi manifatturieri, previsti aumentare del 5.6% nel 2015 e rafforzarsi oltre il 6% nel biennio successivo, quasi un ritorno al passato per gli scambi internazionali.** Nel decennio di massima espansione, 1997-2006, le importazioni mondiali di beni manufatti sono cresciute mediamente del 7% annuo e occorre tornare al periodo 2005-'07 per trovare un triennio consecutivo di crescita a ritmi superiori al 5% annuo. Si tratta in altre parole di un cambio di passo che sembra finalmente lasciarsi alle spalle i timori legati a un'involuzione del processo di apertura dei mercati e le suggestioni di quanti vedevano i ritmi fiacchi del biennio 2012-'13 non tanto come un andamento ingolfato della macchina degli scambi, quanto come una nuova normalità del commercio dopo la crisi. Una conferma del rinnovato vigore arriva invece dal differenziale atteso tra la crescita degli scambi e la variazione del PIL mondiale: i primi si svilupperanno nel prossimo triennio a un velocità pressoché doppia del secondo, riportando il loro rapporto relativo su livelli simili a quelli sperimentati prima del 2009.

Scambi manifatturieri e PIL mondiale (variazione annua a prezzi costanti) Fig. A



Se i numeri generali sembrano quindi offrire un ottimistico déjà vu per le importazioni mondiali, l'analisi di dettaglio suggerisce alcuni punti di attenzione per meglio qualificare lo scenario. Il processo di globalizzazione si dimostra infatti certamente ancora vivo negli ordini di grandezza, ma è in realtà assai rivoluzionato rispetto al passato.

Il primo dei cambiamenti rilevanti riguarda l'identikit dei protagonisti dello sviluppo e quindi la nuova mappa delle opportunità che andrà delineandosi per le imprese nel prossimo futuro. Già nel corso dell'ultimo anno la gerarchia della crescita è andata modificandosi, premiando in particolare il Nord America e mostrando invece chiari segnali di rallentamento all'interno dei nuovi mercati, dove in particolare America Latina, Asia ed Europa emergente hanno sperimentato un andamento dell'import inferiore alla media della domanda mondiale.



Anche per il 2015 è dal gruppo dei Maturi Lontani (Stati Uniti soprattutto) che arriverà il maggior contributo allo sviluppo degli scambi mondiali e solo una parte dei mercati emergenti mostrerà un'accelerazione in linea con lo scenario generale.

Sotto il livello di crescita media, ma fondamentale per le imprese italiane, sarà inoltre il consolidamento della ripresa europea. Seppur ancora condizionata dal rischio Grecia e dalla lunga eredità delle politiche di austerità, anche il vecchio continente sembra infatti avviato a un sentiero di crescita e, visto anche il peso relativo sugli scambi, contribuirà al riequilibrio in corso tra emergenti ed emersi sul fronte delle opportunità.

Scenario di riferimento: Crescita delle aree mondiali (variazione annua del PIL a prezzi costanti) Tab. A

Crescita delle aree mondiali	quote PPP	2013	2014	2015	2016	2017
Mondo (1)		3.1	3.1	3.1	3.3	3.5
Mondo (Prezzi in \$ 2010)		2.5	2.6	2.7	2.9	3.1
Area Euro	14	-0.4	0.9	1.4	1.6	1.6
Altra Europa	4	1.4	2.4	2.1	1.8	1.9
Emergenti Europa	8	1.9	1.5	-0.5	1.8	2.6
Nord America, Oceania, Israele	21	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6
Maturi Lontani asiatici	9	2.0	0.8	1.9	1.8	2.0
Emergenti Asia	27	7.0	6.8	6.6	6.2	6.4
Mena	6	1.5	2.4	2.4	3.2	3.5
Africa Sub Sahariana	2	4.4	4.3	3.8	4.2	4.7
America Latina	8	2.7	0.7	0.3	1.9	2.7

⁽¹⁾ PIL mondiale calcolato con quote a Parità di Potere di Acquisto (Ppp) 2010



Si tratta di un cambiamento radicale rispetto al recente passato, quando era stata invece la vivacità della domanda dei nuovi mercati se non a bilanciare (la dinamica degli scambi mondiali era comunque inferiore al dato medio di lungo periodo) almeno a compensare le false ripartenze e i ritmi contenuti di crescita dei mercati tradizionali.

Il ritorno del testimone sembra oggi decisamente più probabile ed è uno dei punti qualificanti del nuovo scenario. È infatti proprio attraverso la ripartenza di chi ancora controlla e influenza le catene globali del valore che l'effetto moltiplicatore del commercio internazionale può esprimersi appieno.

Le economie avanzate esprimono infatti ancora poco meno dei due terzi dello stock di investimenti diretti esteri nel mondo ed è chiaro che solo da un recupero della fiducia di questi investitori può partire l'impulso per far tornare a pieno regime quelle catene produttive globali, che spiegano una parte considerevole degli scambi mondiali.

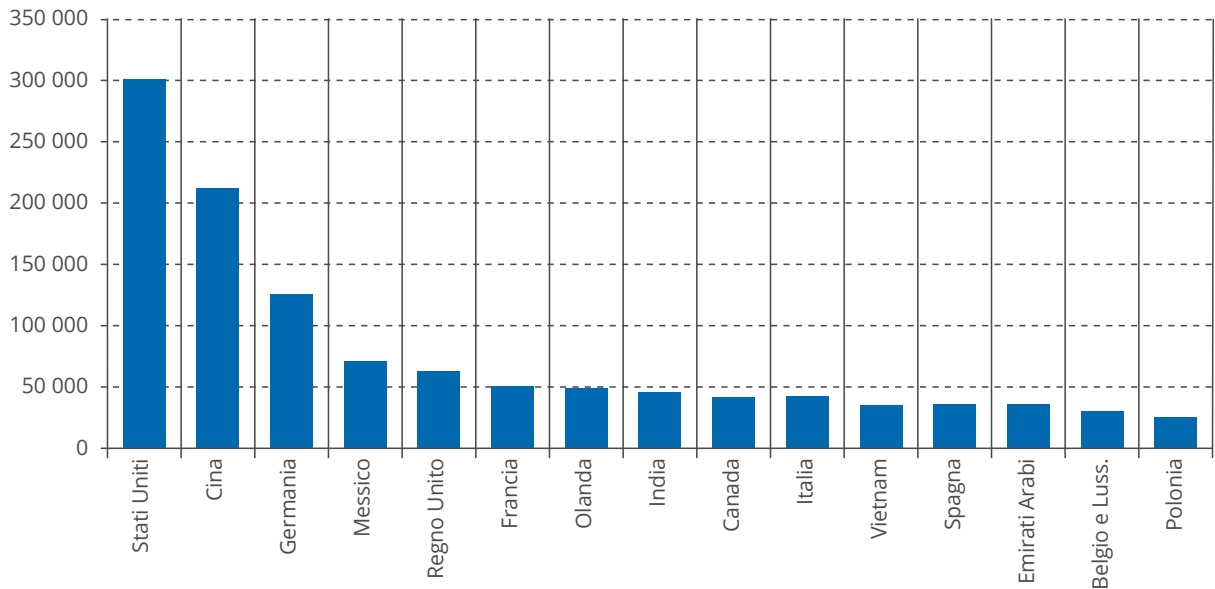
La presenza di una discontinuità nei motori della crescita costituisce però anche uno dei principali elementi di rischio dello scenario, non tanto per l'identikit dei protagonisti, quanto per il momento di rottura in sé che questo rappresenta. L'accelerazione degli scambi contenuta nel quadro previsivo non avviene infatti attraverso un rafforzamento di dinamiche consolidate, ma tramite un vero e proprio turn over di chi traina lo sviluppo degli scambi. **Come insegna la storia di ogni staffetta, è proprio nel momento della consegna che aumenta il livello di rischio. In particolare il timing e l'estensione della ripresa all'interno dei mercati maturi diventano oggi fondamentali perché anche uno slittamento di pochi mesi potrebbe lasciare l'economia globale senza una guida sufficientemente solida.** Peraltro la stessa ripartenza dei maturi prevista rappresenta la condizione per rendere meno ripido, e in qualche caso temporalmente circoscritto, il ripiegamento in corso nel mondo emergente. In assenza di questo, il rallentamento potrebbe diventare ben più dirompente minando in ultima analisi anche la ripresa globale. Nell'ultimo anno non sono infatti mancati segnali di deterioramento dell'attività economica che nello scenario rimangono sotto controllo solo a condizione della ripartenza della domanda internazionale. È il caso soprattutto dell'Asia emergente, dove in termini di crescita la Cina perde il primato in favore di mercati più di frontiera (India e Vietnam in particolare), ma rimane su ritmi espansivi soprattutto grazie al sostegno delle proprie esportazioni.

Talvolta un rallentamento dei paesi emergenti potrebbe considerarsi addirittura salutare per lo scenario dal momento che indica una maturazione nel modello di sviluppo verso driver di crescita più stabili, anche se meno dinamici, come lo sono tipicamente i consumi interni. Tuttavia se troppo repentino, questo abbassamento della crescita rischia di portare a veri e propri overshooting, riconducendo improvvisamente l'attenzione su fragilità tipiche del mondo emergente (dipendenza da materie prime, economie poco diversificate, bassa produttività oltre che, più recentemente, eccessivo indebitamento privato e bolle immobiliari).



Questi peccati originali erano rimasti nascosti dietro l'entusiasmante *catching up* degli anni passati, ma oggi emergono in tutta la loro criticità.

Il contributo dei mercati alla crescita del commercio mondiale tra il 2014 e il 2017
(primi 15 paesi, valori in milioni di euro a prezzi del 2014) Fig. B



Non occorre tornare indietro alle repentine fughe di capitali che nel 2013 hanno seguito l'annuncio della fine del tapering americano per ricordare la debolezza strutturale segnalata da molte economie di più recente sviluppo. Anche nell'anno appena trascorso non sono infatti mancate occasioni per ribadire come una maturazione effettiva sia ancora lontana per molti mercati fino a poco tempo fa considerati, da alcuni, come nuove e sicure frontiere.



Un messaggio di evidente fragilità è arrivato per esempio dai produttori di commodity, che hanno visto la loro rendita fortemente compromessa nel corso del 2014 e conseguentemente calata la capacità d'acquisto di beni importati.

La minor domanda dell'industria cinese (primo consumatore di materie prime), l'eccesso di offerta raggiunto in numerose produzioni, il nuovo corso energetico americano e, non ultima, una certa pressione politica ribassista delle grandi potenze occidentali hanno in pochi mesi ridimensionato l'idea di un'estensione indefinita del supercycle delle commodity e con esso anche il potenziale di crescita a medio termine dei loro produttori. Questa dinamica è particolarmente evidente all'interno dell'America Latina, la cui crescita economica e domanda d'importazioni nel prossimo triennio sarà ben al di sotto del benchmark mondiale. Lo stesso vale per l'area del Medio Oriente che nel 2015 vede un sostanziale rallentamento degli acquisti dall'estero, soprattutto in Arabia Saudita. I prezzi contenuti delle materie prime non sono invece un elemento sufficiente



a rallentare l'inseguimento del continente africano, quantomeno nella sua parte meridionale.

Per l'area subsahariana proseguirà una stagione di crescita sostenuta della domanda favorita anche da un'apertura agli scambi ancora piuttosto recente e che beneficia di un grande potenziale demografico a lungo termine.

Collegate a doppio filo con il quadro delle commodity e aggravate dalla grave situazione politica sono invece le prospettive del mercato russo, che rimane all'interno dei grandi importatori l'unico con una domanda di import negativa nel 2015. Il quadro del paese condiziona peraltro la performance di tutta l'Europa emergente, l'area con la minor crescita nell'anno in corso, sia per il peso specifico dell'economia russa all'interno dell'aggregato, sia per le conseguenze dell'esposizione verso questo mercato degli altri paesi dell'area.

Importazioni di manufatti per area (variazioni a prezzi costanti) Tab. B

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Mondo	9 688 051	100.0	4.4	5.6	6.0	6.5
Area Euro	2 484 909	25.6	5.0	4.6	4.8	5.0
Altra Europa	783 185	8.1	1.8	3.7	4.2	4.2
Emergenti Europa	713 425	7.4	3.6	0.4	6.3	7.7
Nord America, Oceania, Israele	1 814 652	18.7	7.3	7.3	6.2	5.6
Maturi lontani asiatici	1 380 112	14.2	2.7	7.4	6.6	7.2
Emergenti Asia	1 491 979	15.4	3.9	7.6	8.0	8.1
Mena	382 557	3.9	8.3	5.5	6.5	7.4
Africa meridionale	118 167	1.2	5.1	5.2	6.2	6.8
America Latina	519 065	5.4	1.0	5.0	5.5	5.9

Il caso Russia è utile per mettere in luce un altro dei tratti caratteristici dello scenario e che si può sintetizzare in un **forte driver politico a condizionare l'evoluzione degli scambi**. È questo un altro degli elementi di novità rispetto al precedente periodo di espansione del commercio internazionale, guidato nella sua evoluzione e nei rapporti tra paesi soprattutto da logiche perlopiù economiche e non discriminatorie. Simbologgiata dall'ingresso della Cina all'interno del WTO e dalle distanze sempre più estese percorse dalle merci, l'ultima ondata di globalizzazione è stata infatti all'insegna di uno spirito multilaterale che oggi appare invece meno rilevante.

Nello scenario dei prossimi anni i processi di integrazione tra mercati sembrano invece avere una logica decisamente più selettiva e sono in qualche maniera collegati ad affinità elettive non riconducibili quindi solo a complementarità economiche o prosimità territoriali.



È certamente prematuro e in parte forzato immaginare un futuro del commercio internazionale fatto di blocchi di scambio contrapposti su basi culturali o ideologiche. Sono tuttavia evidenti segnali di ricomposizione di alleanze e movimenti geopolitici che condizioneranno anche lo scenario futuro degli scambi: dai canali di fornitura delle materie prime (rafforzato nel 2014 per esempio l'asse Cina Russia) alle lotte per il controllo nelle aree strategiche (questione libica, africana e scenario medio orientale), dalle valute di regolazione degli scambi (incentivi governativi cinesi per l'importazione in renminbi), alla proliferazione di accordi bilaterali di cooperazione tra paesi (soprattutto in Asia). Si tratta di un processo probabilmente più alto e più sfumato rispetto alle sole statistiche di commercio internazionale, ma che può comunque influenzare la direzione e l'intensità degli scambi; se non nel breve periodo, certamente nel medio termine. Nell'immediato, lo scenario per i prossimi anni recepisce per esempio un rafforzamento del commercio intraregionale all'interno di alcune aree. Aumenteranno in particolare l'interdipendenza dei paesi al loro interno soprattutto nell'Asia emergente, in America Latina, in Medio Oriente e Nord Africa. **Seppur non si tratti di commercio intraregionale in senso stretto, anche il rafforzamento atteso dell'asse Europa Stati Uniti è comunque emblematico di una ricomposizione degli scambi globali che chiama in causa affinità valoriali tra i partner.** Agevolati dal traino reale della ripresa americana, da quello monetario dell'euro debole e da quello istituzionale dei negoziati del TTIP, il legame atlantico rappresenta uno dei punti più rilevanti dello scenario e intorno a cui può costruirsi un'alleanza strategica importante sul fronte economico, ma anche di visione politica globale.

Il quadro settoriale

Il riequilibrio geografico degli scambi porta con sé anche implicazioni settoriali, da un lato perché il diverso grado di sviluppo di chi cresce si traduce in bisogni tecnologici e di consumo differenti, dall'altro perché muove all'interno delle filiere globali anelli diversi della catene del valore. Il caso tipico è quello dei settori più a valle delle filiere (intermedi chimici, materie prime, metallurgia) il cui utilizzo è più intenso per le produzioni di base che sono ormai fortemente dominate dai paesi di nuova industrializzazione. In linea con quanto evidenziato dal quadro geografico, questi settori mostrano una crescita inferiore alla media del commercio mondiale già dal 2014 e il differenziale è destinato a rimanere lungo l'orizzonte di previsione.



Discorso opposto sul fronte dell'alta tecnologia e dei settori a maggior complessità (farmaceutica, meccanica di precisione, automotive in particolare). La ripartenza dei centri d'innovazione mondiale consentirà ai comparti tecnologici di crescere oltre il livello medio della domanda globale. Anche all'interno delle forniture tecnologiche sembra inoltre delinearsi un passaggio di consegne lungo lo scenario, un processo enfatizzato dal diverso andamento della meccanica di precisione (il settore più dinamico con oltre l'8% di crescita attesa nel triennio) e la meccanica generale (al di sotto del dato medio, soprattutto nel corso del 2015).



Si può leggere in questa divergenza il cambiamento in atto del quadro tecnologico globale, che va sempre più verso soluzioni personalizzate ad alta innovazione e sempre meno verso produzioni standardizzate dove i vantaggi competitivi rimandano perlopiù all'efficienza dei volumi. È in pratica l'emersione di un modello fatto di prototipi permanenti, di stampanti 3D, di produzioni flessibili, dell'utilizzo di tecnologie di rete non solo in chiave produttiva, ma per raccogliere informazioni e con queste avviare processi di innovazione permanente dentro le imprese. Non a caso anche l'elettronica, un settore che raccoglie sia i flussi destinati a soddisfare i consumi tecnologici delle famiglie sia gli investimenti per migliorare la competitività delle imprese, risulta tra i comparti più dinamici all'interno dello scenario (6.4% la crescita media nel triennio).

Anche per i beni di consumo lo scenario atteso nell'orizzonte di previsione è piuttosto articolato, ma in questo caso i maggiori segnali di cambiamento e ricomposizione della domanda sono più evidenti non tanto tra i diversi comparti, ma spesso al loro interno, in funzione di livelli qualitativi, elementi valoriali e asset competitivi differenti tra i singoli prodotti. L'alimentare appare il settore meno dinamico tra quelli analizzati, ma è bene sottolineare come l'andamento poco brillante riguarda soprattutto le produzioni meno complesse che perdono peso in virtù del debole scenario delle materie prime agricole.

Al contrario beneficeranno di occasioni di crescita i beni tipici del Made in Italy, quelli che legano il consumo a uno stile di vita e possono giovare di una sintonia crescente con i consumatori internazionali interessati al benessere psicofisico collegato all'alimentazione.

Sistema moda e arredo offriranno analogamente una performance particolarmente dinamica, entrambi oltre al 6% nel triennio 2015-'17, sfruttando la ripresa dei consumi delle famiglie e un quadro immobiliare che rimane a rischio in diversi mercati emergenti, ma è in via di normalizzazione in molti paesi maturi, soprattutto nei segmenti premium.

Importazioni mondiali¹ per settore (variazione annua a prezzi costanti) Tab. C

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Importazioni totali di manufatti	9 688 051	100.0	4.4	5.6	6.0	6.5
Alimentare e Bevande	648 667	6.7	4.4	3.4	4.0	4.7
Sistema moda	650 649	6.7	8.0	5.7	5.8	6.9
Mobili	116 136	1.2	7.3	6.0	6.4	7.4
Elettrodomestici	84 880	0.9	6.6	5.4	6.3	7.1
Chimica farmaceutica e per il consumo	505 642	5.2	6.5	7.6	7.7	8.4
Altri prodotti di consumo	277 913	2.9	11.3	7.1	5.5	6.2
Autoveicoli e moto	1 006 402	10.4	5.7	6.0	6.8	7.6
Treni, aerei e navi	261 928	2.7	5.2	7.2	8.1	8.0
Meccanica	978 319	10.1	6.6	5.0	5.9	6.2
Elettromedicali e Meccanica di precisione	464 939	4.8	3.8	8.4	8.3	8.4
Elettronica	1 516 085	15.6	3.2	6.7	5.9	6.6
Elettrotecnica	535 607	5.5	7.0	6.0	6.8	6.8
Prodotti e Materiali da costruzione	133 048	1.4	7.3	2.6	4.0	4.7
Prodotti in metallo	283 359	2.9	6.6	4.5	5.8	6.0
Metallurgia	767 007	7.9	-3.6	4.9	5.7	5.9
Intermedi chimici	897 936	9.3	2.9	4.2	5.0	5.7
Altri intermedi	559 534	5.8	2.7	4.2	4.7	5.1

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

Per i settori legati al consumo una variabile da tenere in considerazione sarà l'evoluzione del tasso di cambio, un elemento che nell'ultimo anno è stato interessato da profonde oscillazioni: talvolta indice di vere e proprie crisi valutarie (è il caso del rublo), in altre collegato all'attivismo delle banche centrali (è il caso dell'euro, ma in senso inverso anche del franco svizzero e del dollaro). **Per quello che riguarda la moneta europea lo scenario incorpora un deprezzamento sul dollaro di oltre il 20% per l'anno in corso rispetto al 2014 e una sostanziale stabilità sui livelli attuali per il biennio successivo.** Si tratta certamente di un ulteriore elemento di ottimismo per rinforzare la ripresa europea, ma è allo stesso tempo anche un elemento di rischio implicito nello scenario. Segnala infatti il carattere artificiale degli attuali equilibri di mercato e apre la possibilità a situazioni di disordine valutario, qualora venisse a mancare un efficace coordinamento tra le principali autorità monetarie.

Altro spunto di riflessione per leggere le previsioni è relativo al tipo di consumatore e ai valori che guideranno i suoi acquisti nei prossimi anni. In un'economia globale trainata dagli emergenti, il tempo era in fondo il miglior alleato delle imprese, poiché con il crescere del reddito aumenta-



vano strutturalmente le preferenze per i beni e i marchi internazionali. Nel nuovo quadro, invece, i fattori strategici diventano più articolati, perché più complessi i bisogni da soddisfare. Perde per esempio peso il potere del brand in sé, che se su mercati meno sofisticati è in fondo sufficiente a garantire prestigio e sicurezza dell'acquisto, per una clientela più evoluta è solo uno degli elementi considerati. Dopo la crisi, prende piede nei mercati tradizionali un consumatore in qualche maniera disincantato che cerca nei prodotti nuovi valori sviluppatasi in questi anni: tra i principali sobrietà, naturalezza, sostenibilità dei processi produttivi. Sono caratteristiche che non si limitano peraltro ai mercati maturi, ma da qui originano e vanno progressivamente a forgiare anche il mondo emergente.

Nell'orizzonte delle imprese torna in altre parole a delinearsi un vero e proprio consumatore globale che, indipendentemente dalla sua sede geografica o dalla sua etichetta di maturo o emergente, è ispirato dagli stessi valori e forma in maniera sempre più simile la propria struttura di preferenze.



È una figura, quella del consumatore globale, già prospettata nelle precedenti fasi della globalizzazione, anche se poi velocemente accantonata quando di fatto all'internazionalizzazione delle merci non è corrisposta un'apertura di pari intensità sul fronte della circolazione delle persone e delle loro idee.

Oggi ci sono finalmente le condizioni perché quest'idea trovi invece una piena realizzazione. Da un lato il riequilibrio della crescita mondiale rinforza il ruolo che i segmenti creativi delle economie avanzate hanno nel definire mode e stili di consumo nel mondo. Dall'altro lo sviluppo economico che interessa una parte degli emergenti sta favorendo una convergenza naturale di questi paesi verso modelli già condivisi nell'esperienza dei mercati maturi. Rispetto alla precedente fase della globalizzazione esiste poi un maggior potenziale comunicativo offerto dalla rete che rappresenta il veicolo ideale per forgiare un'opinione pubblica che trascende da confini fisici. **Meno di 10 anni fa una piazza virtuale come Facebook contava appena 5 milioni di utenti; oggi un like sul web può essere visto potenzialmente da oltre un miliardo di iscritti, letteralmente il più grande mercato mondiale.**



Le implicazioni per il Made in Italy

L'evoluzione attesa del commercio internazionale porta con sé, come è del resto nella natura di ogni cambiamento, sfide e opportunità per le imprese italiane. L'entità della crescita, il traino di mercati congeniali all'offerta italiana, la spinta competitiva dell'euro debole e del contemporaneo prezzo contenuto delle materie prime rappresentano probabilmente i principali fattori di ottimismo con cui guardare allo scenario.

Per le imprese il riequilibrio della crescita globale implica però in primo luogo un ripensamento della propria mappa delle opportunità e l'apertura di una stagione di investimenti su mercati spesso già ampiamente noti, ma di fatto trascurati nel recente passato. È una strategia tanto più rilevante su destinazioni come quelle europee e quelle nord americane, che se da un lato sono relativamente accessibili in termini di barriere agli scambi e operatività, dall'altro sono realtà già affollate, fortemente competitive, altamente esigenti e con player ben radicati sul mercato.

C'è a complicare il quadro un tema di timing differenziato tra la semina (gli investimenti sul mercato) e la raccolta dei risultati (i profitti degli esportatori). È un differenziale che lo stato finanziario di molte imprese potrebbe far fatica a sopportare, nonostante la crescita sia oggettivamente più vicina sia in termini geografici sia temporali.

Anche l'approfondimento sui grandi esportatori presentato all'interno del Rapporto mette in evidenza come una situazione finanziaria equilibrata sia una condizione spesso necessaria per sostenere una presenza forte sui mercati internazionali.

Il tema dei tempi di ritorno delle strategie di internazionalizzazione è ben evidente dalla storia recente di Cina e Russia che sono in fondo gli ultimi due grandi mercati entrati nel portafoglio estero delle imprese italiane. In un caso questi investimenti appaiono oggi fortemente svalutati, nell'altro emergono finalmente i frutti della promozione italiana negli anni (la quota italiana in Cina è, per esempio, in crescita in tutti i settori del Made in Italy). In entrambi però l'analisi temporale degli investimenti e dei risultati raggiunti colloca in almeno cinque anni il tempo necessario per cogliere appieno il potenziale di un mercato.

Certamente con gli Stati Uniti le imprese italiane partono da un livello di reciproca conoscenza decisamente più avanzato rispetto ai casi di Russia e Cina. Tuttavia uno sguardo territoriale ai flussi di export segnala come l'Italia sia ancora poco presente in molti stati del centro e dell'ovest, concentrando la sua offerta principalmente sulla costa est (New York e New Jersey assorbono quasi il 30% dell'export italiano). Il dato è certamente influenzato dalla presenza nell'area di grandi distributori che importano direttamente le merci italiane e successivamente le diffondono autonomamente su territori anche lontani. **È tuttavia proprio questa mancanza di controllo lungo tutta la catena del valore che mette in luce i margini di miglioramento per un'internazionalizzazione più**



matura in quello che sarà il pivot del commercio internazionale nel prossimo triennio. Il sostegno istituzionale al rafforzamento del legame con gli Stati Uniti di tutta l'Europa descritto nel paragrafo precedente garantisce che il ritorno da questo investimento sia per le imprese assai più certo rispetto a quello che si avrebbe su altri mercati, premiati nel breve dalla crescita, ma fortemente condizionati dalla volatilità dello scenario nel medio termine.

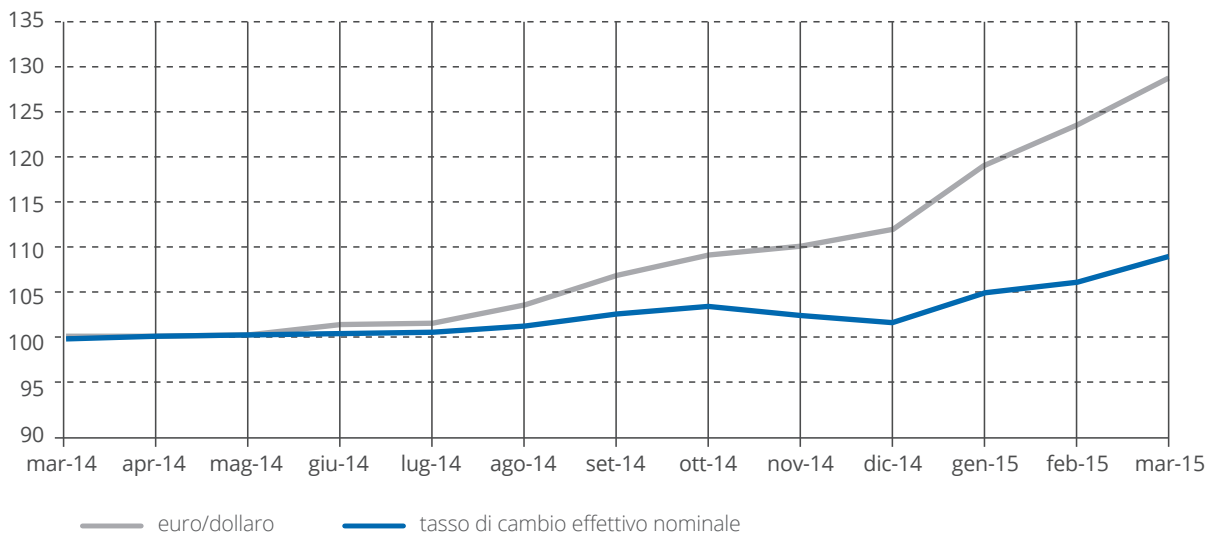
La stagione dell'euro debole che accompagna il quadro previsivo nel prossimo triennio costituisce allora l'occasione ideale per far partire un nuovo corso dell'internazionalizzazione italiana, sempre più sbilanciata verso l'Atlantico.

È importante però che il basso livello del cambio non sia vissuto come uno sconto facile a disposizione delle imprese, ma al contrario rappresenti quel tesoretto attraverso cui sostenere i margini nella fase iniziale d'ingresso al mercato e raccogliere risorse per investire in campagne di promozione e di diffusione sul territorio.



Senza questa logica costruttiva l'occasione dell'euro debole rischia di perdersi in vantaggi di breve termine sia negli Stati Uniti sia negli altri mercati (anche in Europa del resto una svalutazione della moneta unica offre un temporaneo vantaggio di competitività rispetto agli altri esportatori non euro). Così come le imprese italiane hanno saputo nel periodo della valuta forte uscire da una mera concorrenza di prezzo oggi non devono, infatti, cadere nella tentazione opposta. **Il differenziale con molti produttori a basso costo va peraltro ben oltre i 20 punti persi dall'euro nell'ultimo anno sul dollaro, che si riducono a meno di 5 se calcolati non esclusivamente sulla moneta americana, ma su un paniere di valute che rispecchia l'effettiva struttura geografica dell'export italiano.**

Tassi di cambio, euro dollaro ed effettivo nominale dell'Italia (indici marzo 2014=100) Fig. C



Non è quindi sui vantaggi dell'euro debole che si costruirà la competitività dell'offerta italiana nell'orizzonte di previsione. Al contrario dovranno proseguire quei processi di internazionalizzazione diffusa e più matura all'interno del sistema produttivo (oltre 200 mila esportatori attivi nel 2014) che hanno consentito, negli ultimi anni, prima una sostanziale tenuta della quota e successivamente un suo recupero. Dal 2010 infatti il posizionamento italiano si è sostanzialmente stabilizzato e nonostante un clima di grande variabilità dei mercati le imprese italiane hanno tenuto il passo della domanda mondiale.

Nell'ultimo biennio in particolare, la quota è addirittura tornata a crescere, assestandosi al 3.6% nel 2014, anno in cui l'Italia risulta il secondo paese più dinamico tra i primi dieci esportatori mondiali; dopo la Cina, ma davanti per esempio sia a tutti i concorrenti europei sia agli Stati Uniti.

Il risultato è avvenuto peraltro in un periodo di valuta forte, a fine 2014 l'euro quotava ancora sopra 1.20 sul dollaro, sfruttando invece appieno quei vantaggi competitivi che la domanda internazionale riconosce all'Italia e che lo scenario è destinato ulteriormente a valorizzare.

Nei beni del Made in Italy tradizionale in particolare l'offerta italiana può oggi puntare sulla nuova figura del consumatore globale, che guarda certamente meno ai singoli marchi dei prodotti, ma è influenzato da un contrassegno valoriale come è quello portato avanti dal brand Italia. Attraverso il turismo, la cultura, l'eleganza diffusa associata all'Italia nel mondo, le imprese hanno certamente un vantaggio di posizionamento rispetto ai concorrenti per condizionare il gusto ed entrare nell'immaginario del consumatore globale.

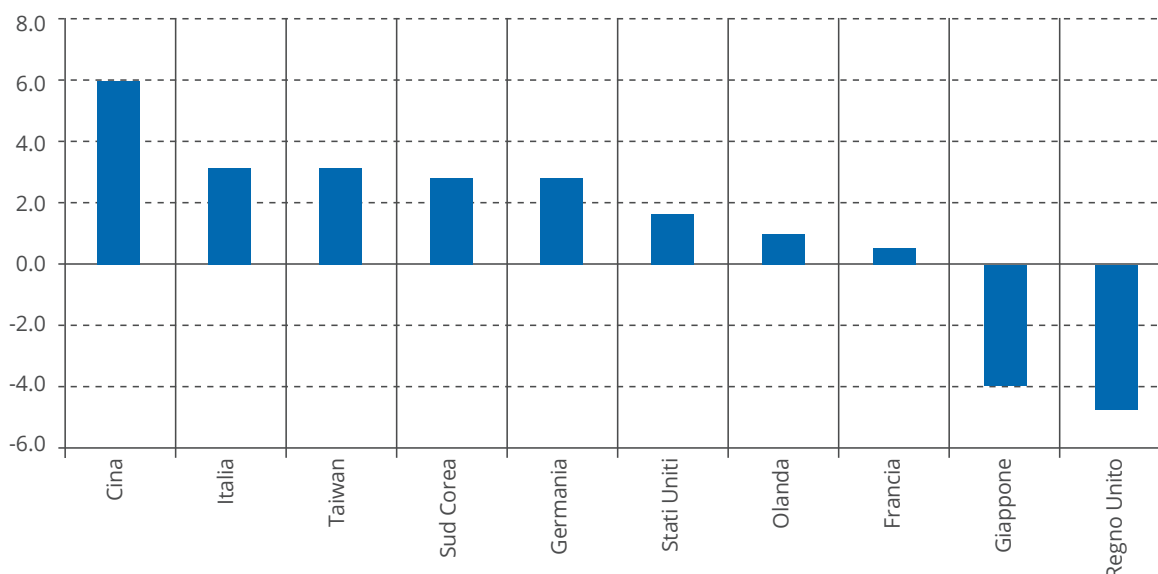


C'è inoltre un tema di essenzialità della bellezza italiana che ben si concilia con la sobrietà che ispira oggi il mondo del consumo dopo la crisi. Nell'alimentare, per esempio, la forza dell'Italia non sta solo nel suo essere alla moda, ma è soprattutto uno stile di vita apprezzato per la sua genuinità, naturalezza, capacità di aggregazione. Lo stesso vale per la moda dove non è solo la presenza di grandi case a rendere celebre l'Italia nel mondo, ma lo sono soprattutto la cura manifatturiera e la qualità di materiali e lavorazioni.

Questo aspetto diventa oggi un asset sia nel mondo occidentale sia in quello emergente, dove il concetto di lusso si sta rapidamente modificando. È il caso per esempio dell'impatto sui costumi delle leggi anticorruzione varate dalla nuova amministrazione cinese, non a caso definite anche leggi antistravaganza. Queste non stanno solo influenzando l'usanza del dono (le normative mettono in pratica un controllo ai regali ai dipendenti pubblici), ma si traducono in un generale understatement e rifiuto dell'appariscenza nei modelli di consumo. Si tratta di caratteristiche che certamente penalizzano il lusso in quanto tale, ma non per questo mettono fuori mercato prodotti che puntano su qualità, funzionalità ed eleganza più che su fattori puramente estetici o di marca ben esibita.



I primi dieci esportatori mondiali nel 2014 (variazione annua delle esportazioni in euro correnti) Fig. D



Per veicolare i nuovi messaggi associati ai prodotti la rete rappresenta per le imprese nazionali una straordinaria opportunità. **Il web consente infatti di bypassare uno dei problemi tipici dell'internazionalizzazione italiana, quella dei canali distributivi. Questi sono tradizionalmente vissuti come un investimento spesso troppo costoso da intraprendere in proprio, ma allo stesso tempo rappresentano una funzione la cui esternalizzazione implica spesso una perdita strategica.** Oggi solo una parte minoritaria degli esportatori è presente attivamente su internet e un numero ancora più esiguo utilizza appieno il potenziale del web. Questo non è solo la possibilità di vendere online, peraltro il commercio elettronico è spesso infestato da pesanti rischi di contraffazione, ma riguarda la capacità concreta di tenere aperto un dialogo costante con il proprio target di consumo, di intercettarne i bisogni di domani e di seguirlo end to end nel suo *customer journey*.

Un rafforzamento del presidio italiano sui mercati internazionali passerà anche dal blocco tecnologico dell'export italiano e della meccanica in particolare, visto anche il peso sui flussi complessivi.

In questo comparto l'Italia mette storicamente in luce una capacità di personalizzazione e sintesi tecnologica (tipico il caso della meccatronica) che ben risponde all'evoluzione dello scenario descritto. Significativo in questo senso l'andamento della quota di mercato all'interno dei principali importatori mondiali dove emerge nel complesso un miglioramento del posizionamento italiano nell'ultimo biennio.

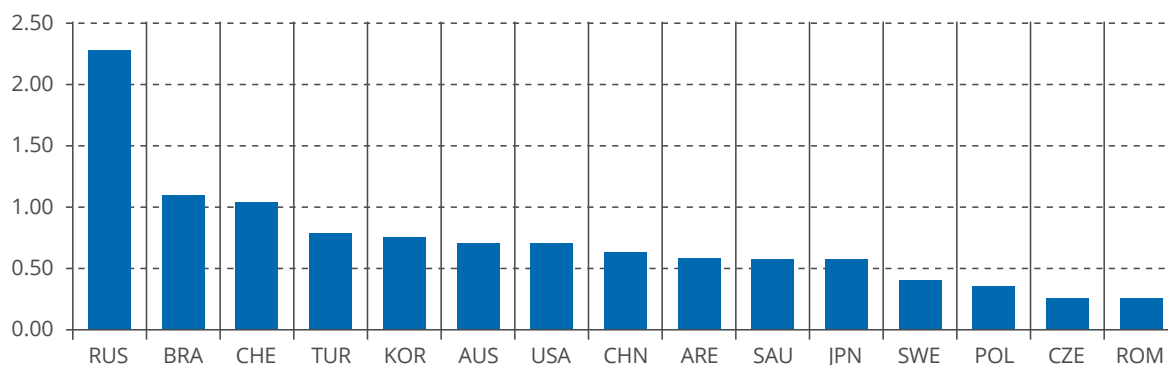
Nel dettaglio l'Italia perde progressivamente peso in Cina, anche in virtù di una sostituzione con l'offerta locale, ma aumenta in maniera significativa negli Stati Uniti, un mercato che punta espressamente su un rilancio della propria industria, e si consolida in Germania, comunque il pivot manifatturiero all'interno del continente, rispetto a cui i prodotti italiani sono spesso inseriti nella medesima catena globale del valore.

Per sua natura proprio il settore della meccanica appare il miglior candidato a contribuire alla ripartenza e alla nuova configurazione delle filiere produttive transnazionali, elementi che saranno determinanti per l'accelerazione del commercio internazionale prospettata. Sino ad oggi il contributo italiano alle catene globali del valore è stato tuttavia inferiore al potenziale in virtù di una bassa internazionalizzazione produttiva attiva e passiva delle imprese nella maggior parte dei settori. L'orizzonte di previsione pone quindi anche una sfida al sistema Italia, che per cogliere appieno i driver di crescita dello scenario dovrà anche aumentare il suo grado di integrazione globale. Questo processo avviene in primo luogo attraverso insediamenti diretti all'estero, che non vanno necessariamente a sostituire flussi di export, ma rappresentano lo strumento per dare un peso strategico alla presenza italiana nei mercati. Allo stesso tempo chiama in causa il tema dell'attrattività del paese rispetto a investimenti e acquisizioni dall'estero.



Attraverso un'articolazione multinazionale molte imprese possono infatti sprigionare al meglio il loro potenziale industriale, che nasce da una spiccata competitività di prodotto, ma è spesso accompagnato da mancanze su funzioni organizzative (distribuzione, marketing, comunicazione) e finanziarie.

Volatilità tasso di cambio: Dev. standard dei rendimenti giornalieri rispetto all'euro
(aprile 2014 - aprile 2015, primi 15 mercati non euro per l'Italia) Fig. E



Il tema della finanza d'impresa e della copertura dei rischi collegati è un punto di particolare rilievo nell'attuale scenario. Solo nell'ultimo anno la dinamica dell'euro rispetto al dollaro o la ben più grave svalutazione del rublo mettono in luce come per esempio il tema delle coperture sui cambi sia un aspetto ormai strategico per il successo dell'internazionalizzazione. **Allo stesso tempo in un clima di grande volatilità diventano fondamentali tutti quei servizi di tesoreria e cash pooling internazionale che permettono di minimizzare i rischi di oscillazione dei mercati finanziari e il costo opportunità legato al finanziamento del circolante.** Si tratta in altre parole di sviluppare anche dentro le imprese di medie dimensioni una cultura finanziaria adatta a un'economia globale



fatta di cicli sempre più rapidi e intensi nelle loro variazioni. È un processo che può nascere attraverso la partecipazione a grandi gruppi multinazionali, ma che può svilupparsi anche in autonomia all'interno delle imprese, in particolare se ben supportate dal sistema finanziario nazionale. Se sul fronte del credito tradizionale, il mondo bancario è infatti ancora interessato da un processo di deleveraging generalizzato, **su quello dei servizi offerti e dell'education finanziaria può ancora contribuire in maniera significativa a migliorare la competitività delle imprese.** L'alternativa sarebbe un rapporto banca impresa dove entrambe le parti si lamentano, in fondo a ragione, ma in maniera sterile, delle reciproche debolezze; gli uni della bassa redditività degli impieghi in funzione del rischio, gli altri di un credito non sufficiente a supportare il rilancio industriale. Per tornare da dove si è iniziato, alla maniera dei polli di Renzo.

APPROFONDIMENTO





IL PREMIO ALL'EXPORT E I GRANDI ESPORTATORI

Da operatori marginali a grandi esportatori,
un percorso possibile per 13 mila imprese



L'Italia è il paese in Europa con il maggior numero di imprese esportatrici. Tuttavia, per molti operatori l'attività di export è spesso passiva, a traino di un ordine arrivato dall'estero e limitata nei volumi. Di oltre 200 mila esportatori attivi, oltre il 60% vende all'estero per meno di 75 mila euro, valori che spesso non giustificano l'organizzazione di una strategia di internazionalizzazione matura e articolata come quella richiesta dall'attuale scenario competitivo. La bassa propensione relativa all'export condiziona peraltro le prospettive di crescita delle imprese anche in virtù di uno scenario a doppia velocità tra domanda interna ed estera lasciato in eredità dalla crisi del 2009. Come ampiamente evidenziato dalla letteratura economica e ribadito dalle stime effettuate per questo approfondimento esiste un premio di crescita, redditività e competitività associato all'attività sistematica di export.

Strutturato, poco indebitato e, soprattutto, abile nel guadagnare un vantaggio competitivo attraverso l'accumulazione di capitale immateriale (marchi, brevetti, software, database e altri asset con la medesima caratteristica di intangibilità). È questo secondo le stime l'identikit del grande esportatore potenziale.

Nel caso dell'industria italiana risulta che nel triennio 2011-'13 i grandi esportatori hanno beneficiato di un differenziale di crescita medio annuo pari all'1.3% per quanto riguarda il fatturato e pari allo 0.2% per quanto riguarda la produttività del lavoro.

Attraverso una procedura di matching statistico è stato inoltre identificato, all'interno delle imprese italiane con fatturato superiore a 1.5 milioni di euro, un gruppo di circa 13 mila imprese attualmente non esportatrici o esportatrici occasionali che invece, per caratteristiche strutturali, hanno le carte in regola per diventare grandi esportatori: una loro effettiva operatività sui mercati internazionali potrebbe generare un incremento di 2.1 miliardi di euro del fatturato complessivo manifatturiero, circa 1 miliardo in termini di export aggiuntivo per l'Italia.

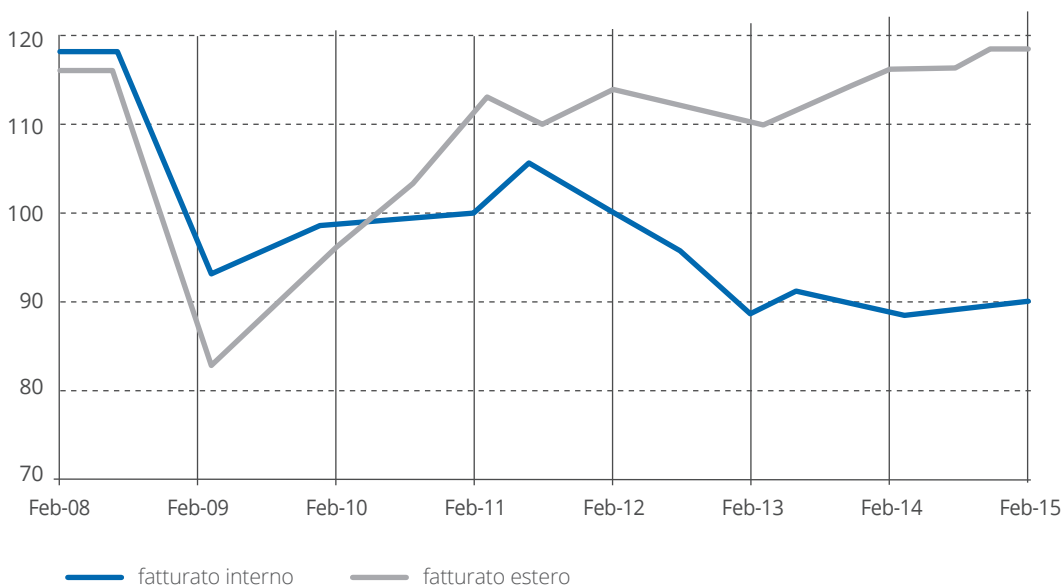
Introduzione

A otto anni dallo scoppio della crisi che ha così pesantemente condizionato la dinamica dell'economia globale, il sistema produttivo italiano si contraddistingue per risultati fortemente diversificati tra imprese che operano esclusivamente sul mercato interno e imprese esportatrici (vedi figura A). Un'economia dalle due velocità: la particolare debolezza della domanda interna continua infatti a costituire un forte vincolo all'espansione delle vendite e solo chi opera anche sui mercati internazionali ha trovato la chiave per reggere l'urto del ciclo economico. **Negli ultimi 4 anni la forbice tra fatturato interno ed estero è andata progressi-**

vamente ampliandosi: gli sforzi delle imprese italiane e del “Sistema Paese” nella direzione di un maggiore grado di internazionalizzazione del tessuto produttivo hanno dato i loro frutti, ma rimangono ancora diversi gli aspetti su cui insistere per dar luogo ad un processo virtuoso, capace di autoalimentarsi, di rafforzamento dell’economia.

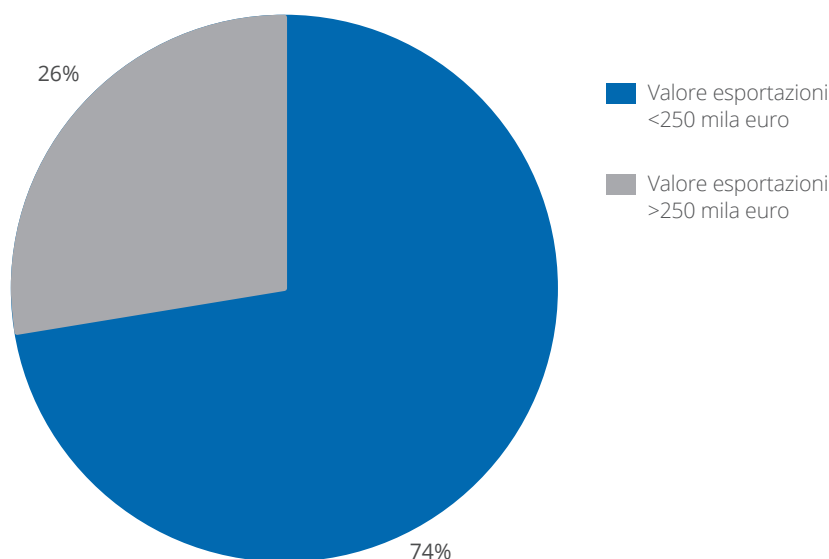
Evoluzione del fatturato interno ed estero delle imprese italiane

(feb-08 - feb-15, media 2010=100) Fig. A



Tra i passi in avanti più evidenti compiuti negli anni più recenti c'è il numero degli esportatori, oggi oltre 200 mila in termini di operatori attivi all'export secondo l'Istat. Di questi circa il 45% appartiene al manifatturiero e ha un peso di oltre l'80% sul valore complessivo delle esportazioni. Tuttavia, in gran parte dei casi, tali esportatori sono spesso piccoli e non radicati: il 74% di essi presenta un ammontare di fatturato all'esportazione limitato (inferiore a 250 mila euro) e per circa il 61% del totale il valore dell'esportato risulta addirittura inferiore ai 75 mila euro.

Distribuzione delle imprese esportatrici per valore delle esportazioni
(valori percentuali sulla numerosità, anno 2012) Fig. B



Appare dunque cruciale per le strategie di internazionalizzazione di medio-lungo periodo riuscire ad intervenire su questi esportatori marginali, spesso occasionali, creando le condizioni affinché essi possano operare in modo più sistematico sui mercati esteri, generando, alla luce del differenziale di crescita tra mercato estero e mercato domestico, un guadagno di performance per l'industria italiana.

L'obiettivo di questo approfondimento è quello di quantificare questo guadagno, un'analisi empirica resa possibile dall'utilizzo di una banca dati che combina informazioni sui bilanci delle imprese manifatturiere italiane a quelle sul loro status di esportatore "grande" o "occasionale".



Attraverso un modello econometrico stimato sul periodo 2011-'13 abbiamo quindi identificato il differenziale di crescita medio annuo di cui hanno beneficiato i grandi esportatori del manifatturiero rispetto agli occasionali.

Successivamente, utilizzando una procedura di matching statistico, è stato individuato un campione di imprese che, per caratteristiche strutturali simili, sono a pieno titolo candidabili a unirsi ai grandi esportatori italiani. Combinando i risultati di questi due esercizi econometrici siamo infine risaliti al potenziale di espansione del fatturato complessivo dell'industria italiana legato a un incremento del numero delle imprese esportatrici. I numeri sono incoraggianti e il progressivo ristabilirsi di condizioni economico-finanziarie (si pensi soprattutto alle condizioni di accesso al credito) "normali" dovrebbe di per sé aiutare gli esportatori occasionali a trasformare la propria capacità di esportare in abituale. La sfida per la politica economica sarà quella di stimolare le imprese ad intraprendere questo percorso e sostenerle, garantendo un valido contesto operativo.

Il premio all'export: teoria e analisi empiriche

Il nesso tra commercio estero e crescita è notoriamente uno dei temi più ampiamente dibattuti nella letteratura economica. **Le analisi dei ricercatori hanno evidenziato, in particolare, il ruolo chiave delle esportazioni nel determinare le traiettorie di sviluppo delle economie, così come le differenze di performance tra paesi, settori e singole imprese.** Alle elaborazioni teoriche iniziali sono andati progressivamente affiancandosi importanti risultati empirici sia di natura macroeconomica¹ sia, soprattutto, microeconomica, che hanno consentito di comprendere meglio le ragioni alla base dei differenziali di crescita e dei diversi comportamenti delle imprese in tema di internazionalizzazione.

Per quanto riguarda le spiegazioni del legame tra performance ed export individuate dagli economisti, possiamo sintetizzarle in due principali approcci:

- in diversi lavori vengono sottolineate le difficoltà che le imprese devono superare nell'affrontare i mercati esteri, fondamentalmente a causa dell'esistenza dei cosiddetti costi irrecuperabili ("sunk costs"); questi costi addizionali, si pensi a quelli di trasporto, distribuzione e marketing, a quelli di adattamento dei prodotti ai gusti dei consumatori esteri, rappresentano un'importante barriera all'entrata; il commercio andrebbe, quindi, ad esacerbare i differenziali di competitività tra le imprese che sono in grado di far fronte a tali costi e le altre;
- altri contributi teorici evidenziano invece il ruolo del *learning-by-exporting*; in particolare, l'attività di export rende le imprese maggiormente produttive attraverso un virtuoso processo di interazione tra tecnologie, input manageriali ed economie di scala; le imprese che operano sui mercati esteri possono, infatti, incrementare il proprio patrimonio di conoscenze grazie all'accesso a nuove tecniche produttive, nuove tecnologie e nuovi metodi di management; in aggiunta, le imprese esportatrici possono beneficiare di economie di scala; infine, il contesto internazionale più competitivo spinge gli esportatori a diventare maggiormente efficienti e ad essere più innovativi.

Queste elaborazioni teoriche negli anni più recenti sono state oggetto di numerose verifiche empiriche che hanno coperto differenti archi temporali e utilizzato varie metodologie econometriche. I risultati di questi lavori confermano in modo piuttosto netto e, oltretutto, decisamente concorde, **la migliore performance economica delle imprese esportatrici rispetto quelle esclusivamente concentrate sul mercato domestico.** Inoltre, da tali analisi emerge spesso come le prime si caratteriz-

¹ Fondamentale, in tal senso, è stata la crescente disponibilità di dati a livello di singola impresa, nonché i miglioramenti qualitativi delle informazioni statistiche stesse e degli strumenti di analisi quantitativa.

zino per dimensioni più grandi, per una maggiore intensità di capitale e per un più elevato livello di salari, indice di una forza lavoro di qualità all'interno di queste imprese.

I dati e le caratteristiche delle imprese del campione

Sulla base delle indicazioni fornite dalla letteratura economica, abbiamo quindi implementato uno strumento di analisi quantitativa che ci consentisse di sfruttare al meglio le informazioni statistiche incluse nel database a nostra disposizione.



La stima del premio derivante dall'attività di export per le imprese italiane e la valutazione del potenziale è stata possibile grazie alla costruzione di un campione di circa 22 mila aziende attive all'estero con diverso grado di intensità, rappresentativo del tessuto imprenditoriale del manifatturiero in termini di comparti di appartenenza, di dimensione d'impresa e di territorio di riferimento.

Tale campione combina informazioni riguardanti i dati di bilancio relativi al periodo 2010-'13² con le informazioni sull'incidenza delle vendite sui mercati esteri sul fatturato complessivo di ciascuna impresa tratti dalla banca dati MintlItaly di Bureau Van Dijk.

Per quanto riguarda la scelta del periodo di riferimento per la valutazione del premio all'export, abbiamo voluto verificare quanto effettivamente ha pagato, in termini di crescita addizionale, una strategia di attività "sistematica" sui mercati internazionali nella fase in cui maggiormente il mercato domestico ha rappresentato un forte vincolo all'espansione delle vendite delle imprese italiane. Proprio al fine di effettuare tale valutazione, abbiamo dunque proceduto a definire due diversi cluster di imprese, distinguendole tra esportatori "intensivi" ed esportatori "occasionalisti". Per questi ultimi le vendite all'estero rappresentano un evento raro e non hanno un impatto significativo sul loro business.

Al contrario, un esportatore intensivo fa costantemente affidamento sulla quota di fatturato generato all'estero, ha sostenuto presumibilmente i relativi sunk costs ed ha costruito una rete infrastrutturale ad hoc (ufficio export, tecnologie, spese promozionali) per massimizzare i flussi di export.

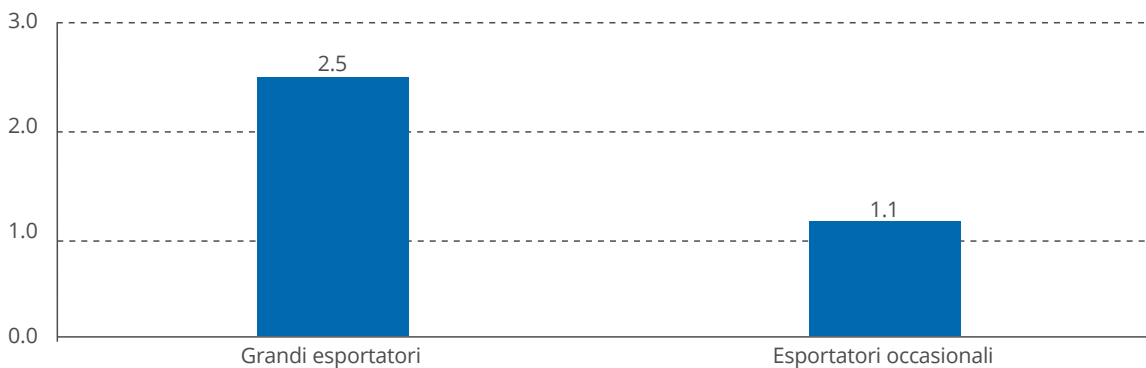
² Prometeia dispone di una banca dati contenente i bilanci non consolidati per oltre 900 mila società di capitale con fatturato superiore ai 1.5 milioni di euro, dal 1990 all'ultimo anno disponibile, il 2013 al momento della redazione del presente studio. La banca dati viene aggiornata mensilmente con i flussi dati forniti da Bureau Van Dijk. Tutti i bilanci sono riclassificati in modo omogeneo, e successivamente controllati, eliminando quelli con squadrature forti e errori palesi. Quando i bilanci con "problemi" sono quelli di imprese importanti, il bilancio viene riacquisito da fonti alternative (Cerved o sito dell'impresa, quando disponibile). Nel caso in cui i bilanci di partenza non contengono tutte le informazioni necessarie a ricostruire lo schema di riclassificazione standard (come avviene per i bilanci abbreviati, e per una parte dei bilanci IAS/IFR), alcune poste di bilancio non direttamente disponibili vengono opportunamente stimate da Prometeia Spa.

Per quanto in diversi lavori sia stato analizzato il tema dell'intensità di export in relazione a variabili di performance, in generale la letteratura non definisce in modo univoco un livello di benchmark per classificare un'impresa come esportatore intensivo. Nella nostra analisi abbiamo optato, sostanzialmente in linea con altri lavori sull'Italia, per una quota di export sul fatturato totale del 10% (corrispondente al primo quartile della distribuzione) come soglia oltre la quale assegnare un'impresa al cluster degli esportatori non occasionali³.

Prima di presentare i risultati delle stime del premio all'export in termini di crescita del fatturato e della produttività del lavoro, ottenute attraverso uno strumento econometrico che consente di tenere conto simultaneamente anche di altre variabili e fattori esterni che influenzano la performance, è possibile analizzare alcune caratteristiche economico-finanziarie dei due cluster di imprese in esame per cogliere l'elemento di differenziazione fornito da una presenza strutturata sui mercati internazionali. Nello specifico, utilizzando la metodologia degli indici a catena⁴ è stato possibile costruire in serie storica il bilancio aggregato di ciascuno dei due cluster, sul quale poi sono stati calcolati alcuni tipici indicatori di performance. Il risultato è sostanzialmente una "fotografia", per il triennio 2011-'13, delle due diverse tipologie di imprese nel campione, che sarà successivamente approfondita attraverso la stima econometrica, per isolare gli effetti dell'internazionalizzazione rispetto alle altre variabili di controllo (dimensione, settore, territorio per esempio) che possono condizionare la performance.

Dai dati relativi alla crescita del fatturato emerge un chiaro messaggio: **le imprese che fanno dell'internazionalizzazione un aspetto fondamentale delle proprie scelte strategiche hanno evidenziato, in media d'anno, un differenziale di crescita positivo rispetto al cluster di imprese che esportano solo occasionalmente.**

Le imprese a confronto: Crescita del fatturato (media periodo 2011-'13) Fig. C

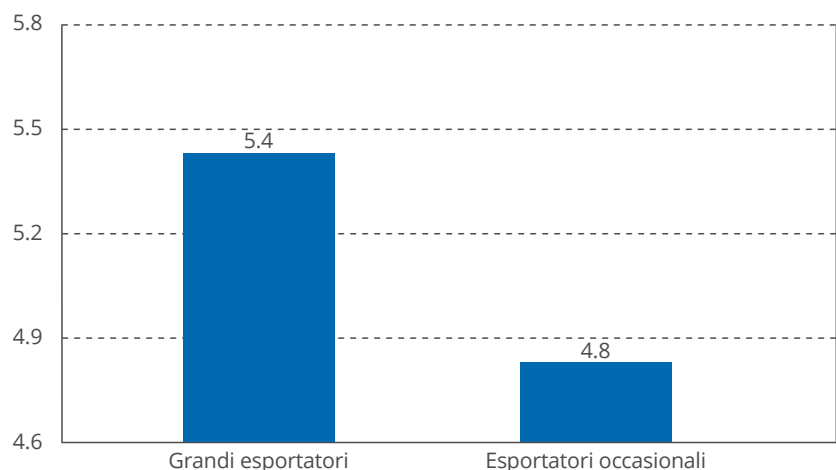


³ I risultati derivanti da una scelta di una soglia alternativa pari al 5% rimangono pressoché invariati.

⁴ La procedura, che consente di massimizzare le informazioni disponibili nel database Prometeia dei bilanci, conta diverse fasi: 1) si calcolano i bilanci somma per tutte le coppie di anni contigui (aggregando i bilanci delle sole imprese presenti in entrambi gli anni), definendo così per ciascun anno la dinamica del valore della produzione e degli indici caratteristici; 2) si definisce un anno cardine (pivot base, solitamente uno degli ultimi anni a disposizione) su cui si calcola il livello di produzione, ricostruendone poi la serie storica con i tassi di variazioni definiti al punto precedente; 3) si considerano altri anni pivot (sufficientemente lontani tra loro) con riferimento ai quali si ricostruisce l'andamento degli indici caratteristici, che viene poi mediato con quello calcolato al punto 2 utilizzando pesi progressivamente crescenti verso l'anno pivot da cui è originata la serie storica; 4) utilizzando la serie storica della produzione (punto 2) e le serie storiche degli indici caratteristici (punto 3) si ricostruiscono le serie storiche di tutte le poste di bilancio.

Il divario tra i due cluster di imprese risalta anche dall'analisi degli indicatori di redditività: in particolare, nel triennio in esame, **il ROI delle imprese grandi esportatrici è risultato mediamente superiore** di mezzo punto percentuale rispetto a quello delle imprese maggiormente orientate al mercato interno. Un risultato importante, che muove da una migliore situazione di tale cluster in termini di marginalità. I grandi esportatori sono spesso tali in virtù di un'elevata competitività dei propri prodotti, così come di una maggiore efficienza sul fronte dell'approvvigionamento delle risorse (essa stessa favorita dal maggiore grado di apertura internazionale). Pur a fronte di agguerriti concorrenti internazionali e probabilmente da questi stimolati al miglioramento riescono a preservare meglio di altri la propria redditività operativa. La maggior marginalità raccolta nelle destinazioni "tradizionali" rappresenta, inoltre, una sorta di tesoretto per investire verso destinazioni sempre nuove e dall'alto potenziale migliorando così le prospettive di medio-lungo periodo dell'impresa e la sua redditività complessiva.

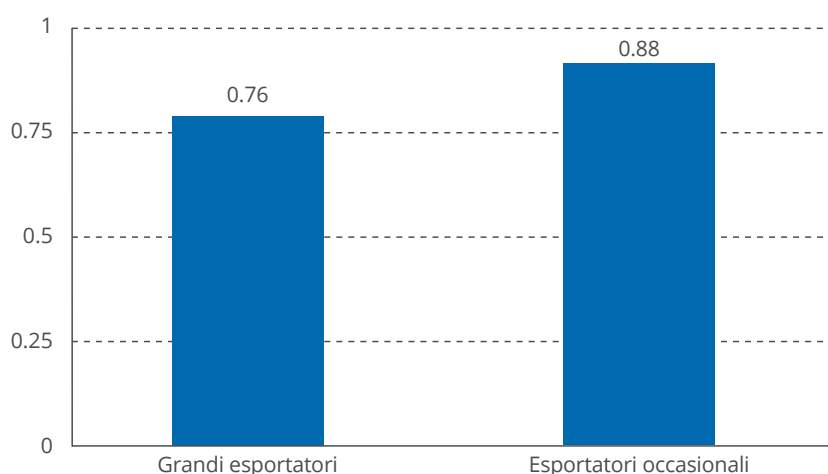
Le imprese a confronto: ROI (media periodo 2011-'13) Fig. D



Le imprese grandi esportatrici si contraddistinguono, inoltre, rispetto al cluster alternativo, per un minor grado di indebitamento.

Un solido equilibrio finanziario rappresenta d'altra parte una condizione importante per ottenere l'accesso al credito, sempre più necessario per finanziarie un'internazionalizzazione spesso complessa che richiede reti infrastrutturali destinate all'export e processi innovativi volti a incrementare la competitività di prodotto. Anche gli investimenti per i grandi esportatori sono infatti risultati in crescita lungo tutto il triennio. Tra le altre caratteristiche strutturali emergono, infine, per le imprese grandi esportatrici, anche una maggiore incidenza degli investimenti in attività finanziarie, tipica della presenza di partecipazioni e partnership industriali oltre che un minor costo del debito che riflette un più collaborativo rapporto con il sistema finanziario e la presenza di migliori garanzie.

Le imprese a confronto: Leverage (media periodo 2011-'13) Fig. E



Il premio all'export: i risultati delle stime

L'ampia disponibilità di informazioni statistiche sul campione di imprese ha quindi consentito di individuare un appropriato modello econometrico in grado di identificare l'effetto positivo dell'attività di esportazione sulla crescita del fatturato e della produttività del lavoro, isolandolo da altre variabili che possono più o meno intensamente condizionarne l'evoluzione.

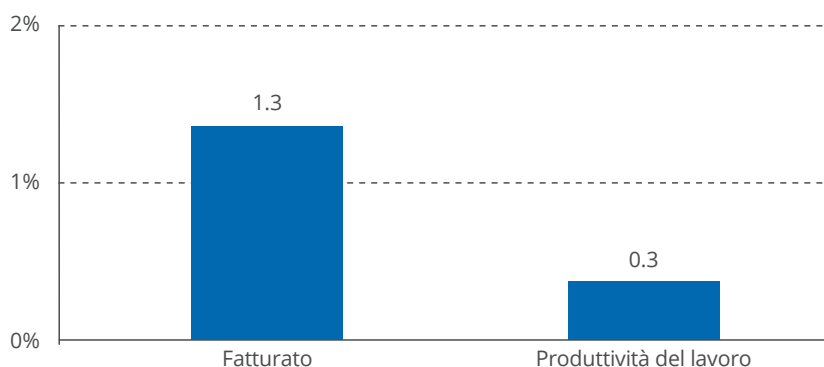
Seguendo le indicazioni della letteratura micro-econometrica sul tema, abbiamo sfruttato i dati quantitativi sui bilanci e quelli qualitativi sulla tipologia di impresa (esportatore intensivo/occasionale), mixandoli in un'equazione che consente quindi di quantificare il differenziale di performance tra questi cluster del manifatturiero nel periodo 2011-'13.

La variabile esogena cruciale all'interno del modello è una dummy che assume valore 1 nel caso di impresa grande esportatrice e valore 0 nel caso di esportatore occasionale: il parametro stimato relativo a questa variabile rappresenta proprio l'elemento di differenziazione tra le due tipologie d'impresa.



All'interno del modello, stimato con metodologia panel a effetti fissi, abbiamo inoltre incluso variabili di controllo come la dimensione (occupati nell'equazione del fatturato e fatturato nell'equazione della produttività del lavoro), l'intensità delle immobilizzazioni immateriali e materiali, gli utili per occupato, oltre che una serie di variabili dummy annuali, per controllare tutte le caratteristiche temporali non catturate dalla specificazione, e settoriali, per tenere conto delle specificità legate all'appartenenza a specifici settori produttivi.

Il premio all'export nell'industria manifatturiera italiana (delta % medio annuo tra grandi esportatori ed esportatori occasionali. Stime su periodo 2011-'13) Fig. F



Nella figura F troviamo sintetizzati i risultati delle stime dei differenziali di crescita medi annui del fatturato e della produttività del lavoro calcolati sul periodo 2011-'13. Quanto emerge supporta le indicazioni teoriche e dell'analisi descrittiva presentata al paragrafo precedente di un gap positivo di performance a vantaggio delle imprese più presenti sui mercati internazionali. In particolare, a parità di tutte le altre condizioni (dimensione delle imprese e settore di appartenenza in particolare):

- la dinamica del fatturato delle imprese grandi esportatrici manifatturiere è risultata mediamente superiore dell'1.3% rispetto al cluster di imprese esportatrici occasionali;
- i grandi esportatori dell'industria vantano un differenziale di crescita della produttività del lavoro prossimo allo 0.3% rispetto agli esportatori occasionali.

I risultati della nostra indagine confermano quindi come **l'espansione sui mercati esteri abbia costituito una discriminante negli anni più recenti della crisi, garantendo un vantaggio in termini relativi, rispetto alle oscillazioni cicliche del periodo e facendo la differenza tra sviluppo e dinamiche recessive del fatturato.**

Internazionalizzazione e potenziale di crescita

L'analisi empirica appena condotta ha evidenziato in modo chiaro i margini di crescita per il manifatturiero italiano legati a un maggiore sfruttamento delle opportunità poste dai mercati internazionali. Ci siamo quindi domandati quale sarebbe stato in termini assoluti l'incremento del fatturato dell'industria se un numero maggiore di imprese con le medesime caratteristiche avesse organizzato un'efficace strategia di internazionalizzazione, assumendo quindi lo status di grande esportatore.

A tal fine abbiamo implementato una metodologia statistica di matching, uno strumento analitico che consente di costruire un appropriato campione di confronto associando a ciascuna impresa grande esportatrice un'impresa al di fuori del cluster che, per caratteristiche anagrafiche e di bilancio (dimensione, settore e altri indicatori), avrebbe invece le carte in regola per puntare in maniera decisa ai mercati internazionali. Tra le diverse tipologie di matching disponibili, abbiamo utilizzato il metodo del *nearest neighbour matching* basato sul *propensity score*. Il primo passo nell'applicazione di questo strumento è costituito dalla stima di un modello per la probabilità (il *propensity score*) di ciascuna impresa di divenire una grande esportatrice. Questo processo è chiaramente subordinato a una serie di caratteristiche osservabili dell'impresa (variabili strutturali, variabili finanziarie e variabili di redditività).

Una volta ottenuto il *propensity score*, è possibile utilizzare un algoritmo che lega ciascuna impresa esportatrice al suo *nearest neighbour*, cioè l'impresa esclusa dal gruppo dei grandi esportatori con la minore differenza nel *propensity score*. Con tale procedura è possibile dunque ottenere un campione di imprese manifatturiere che non servono sistematicamente i mercati esteri, ma con caratteristiche analoghe a quelle più internazionalizzate. Applicando alla dinamica del fatturato complessivo di questo nuovo gruppo di imprese il differenziale di crescita determinato nell'analisi econometrica del precedente paragrafo e riconducibile alla variabile internazionalizzazione, sarà quindi possibile ottenere una valutazione del potenziale di sviluppo incrementale.

L'applicazione dell'algoritmo ci ha consentito di determinare un campione di circa 13 mila imprese potenzialmente grandi esportatrici all'interno delle imprese italiane dell'industria manifatturiera con almeno 1.5 milioni di fatturato nell'ultimo anno.

Applicando il differenziale dell'1.3% individuato al giro d'affari complessivo di questo gruppo di aziende, si determina un incremento di 2.1 miliardi di euro, che per quanto riguarda l'export si tradurrebbe in almeno 1 miliardo di flussi aggiuntivi verso l'estero.

Questi risultati in termini di numero di imprese potenzialmente esportatrici e di volume di affari addizionale rappresentano un valido riconoscimento e il giusto stimolo perché prosegua anche nei prossimi anni il processo di maturazione internazionale delle imprese italiane.

Un *by-product* assai interessante delle stime è la possibilità di trarre informazioni sulle variabili che dentro un'impresa maggiormente incidono sulla sua possibilità di divenire un grande esportatore.

Strutturata, poco indebitata e, soprattutto, abile nel guadagnare un vantaggio competitivo attraverso un'incisiva accumulazione di capitale immateriale (marchi, brevetti, software, database e altri asset con la medesima caratteristica di intangibilità). È questo secondo le stime l'identikit dell'impresa maggiormente impegnata in attività di export.



I fattori che caratterizzano i grandi esportatori
(stime per il periodo 2011-'13) Fig. G



La specificazione del modello include variabili quali la dimensione (misurata in termini di numero di occupati), la quota di immobilizzazioni immateriali sul totale attivo, variabili finanziarie come il leverage e una variabile di redditività quale il rapporto utili per occupato (risultata poi non significativa).

I parametri stimati evidenziano il ruolo cruciale delle immobilizzazioni immateriali nel determinare la possibilità di poter operare in modo incisivo sui mercati esteri.

D'altro canto l'ipotesi che il capitale intangibile possa esercitare un'influenza positiva sull'attività di internazionalizzazione di un'impresa è piuttosto intuitiva. I brevetti, ad esempio, tutelano la profittabilità dell'impresa su scala globale. Le pratiche manageriali riducono i costi di coordinamento quando operativi in diversi paesi. L'ict aumenta l'efficienza dei processi produttivi necessaria per guadagnare un vantaggio comparato nei confronti dei principali competitor. Inoltre, proprio come indicato dalla teoria del *learning by exporting* citata in precedenza, **le imprese esportatrici hanno una più elevata probabilità di adottare nuovi processi aziendali, investendo in nuove competenze e accumulando ulteriormente nuovo capitale intangibile.**

Le probabilità di diventare un'impresa esportatrice dipendono positivamente, ma con minore intensità, anche dalla dimensione aziendale, misurata dal numero degli addetti: **un'impresa grande, ben strutturata, sarà infatti in grado di affrontare più agevolmente i costi fissi elevati ed irrecuperabili legati all'export.** I risultati delle stime segnalano, infine, una **relazione inversa tra leverage e attività di export:** un rapporto elevato tra debiti ed asset aziendali ostacola, soprattutto, la capacità di implementare miglioramenti qualitativi dei prodotti e quegli investimenti strutturali (distribuzione, logistica, promozione) necessari per valorizzarli.

**IMPORTAZIONI
DEI PAESI
MATURI VICINI**





IMPORTAZIONI DEI PAESI MATURI VICINI

Le importazioni di manufatti



Il peso dei mercati Maturi Vicini sulle importazioni mondiali di manufatti è tornato a crescere nel 2014, raggiungendo il 33.7% del totale mondiale.

Nel 2014 le importazioni in valore di manufatti dei paesi Maturi Vicini sono aumentate del 2.8% rispetto all'anno precedente, risultato superiore alla media mondiale.

Questa variazione è la sintesi dell'incremento dei volumi (+4.2%) e di una riduzione dei prezzi (-1.2%). **La ripresa della domanda interna, favorita dall'aumento dei consumi privati, ha fatto ripartire in particolare il volume degli acquisti dei paesi europei.** Il calo delle quotazioni delle materie prime, soprattutto quelle energetiche, ha contribuito all'effetto negativo sui prezzi.



L'aumento del valore delle importazioni ha interessato l'insieme dei paesi appartenenti all'Area Euro (+3.2%), che da soli coprono circa ¼ delle importazioni mondiali di manufatti; le importazioni di questi paesi tornano a crescere dopo due anni di recessione, con un contributo al totale dell'area maggiore rispetto agli altri paesi europei considerati.

L'unica eccezione rilevante alla crescita riguarda la Svizzera, che ha visto ridursi notevolmente il valore delle sue importazioni (-13.9%), sensibilmente influenzate dall'andamento degli scambi di metalli preziosi (in particolare lingotti d'oro provenienti dal Regno Unito).



Area Euro⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. A

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	2 484 909	100.0	3.2	10.6	9.1	4.7
Austria	106 284	4.3	0.8	8.8	7.4	3.3
Belgio e Luss.	243 779	9.8	2.4	11.1	8.6	3.5
Germania	710 520	28.6	4.7	11.3	9.8	5.3
Spagna	186 985	7.5	8.3	11.0	9.8	5.9
Finlandia	41 940	1.7	0.6	8.3	8.7	4.1
Francia	402 365	16.2	1.3	8.5	7.8	3.8
Grecia	27 657	1.1	6.6	8.5	7.7	3.2
Irlanda	45 588	1.8	5.6	17.6	9.7	3.3
Italia	260 502	10.5	2.3	9.9	9.6	5.3
Olanda	305 907	12.3	1.9	11.7	9.6	4.9
Portogallo	44 817	1.8	6.1	11.3	7.2	2.7
Estonia	11 439	0.5	-0.1	12.5	4.3	5.6
Slovacchia	51 269	2.1	2.0	9.9	11.1	7.4
Slovenia	19 406	0.8	6.8	11.8	7.0	2.5
Lituania	15 221	0.6	-3.9	14.3	9.0	5.4
Lettonia	11 230	0.5	0.7	11.8	9.4	19.0

⁽¹⁾ Austria, Belgio e Lussemburgo, Germania, Spagna, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Olanda, Portogallo, Estonia, Slovacchia, Slovenia, Lituania, Lettonia

Restringendo l'analisi ai paesi appartenenti all'Area Euro, si nota che la ripresa è stata trainata dalle economie che detengono il peso più elevato sulla domanda internazionale di manufatti dell'Area: la **Germania (+4.7%)** e la **Francia (+1.3%)**, che insieme coprono circa il 45% del totale. **In Spagna la ripresa economica ha fatto segnare il miglior risultato tra i paesi dell'area (+8.3%)**. Hanno registrato variazioni positive anche gli acquisti di Olanda (+1.3%), Italia (+2.3%) e Belgio (+2.4%). Un recupero confortante per l'equilibrio dell'Area Euro ha riguardato l'Irlanda (+5.6%), il Portogallo (+6.1%) e in particolare la Grecia (+6.6%), che dopo anni di caduta delle importazioni ha ritrovato il sentiero della crescita.

Altri Europa⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. B

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	783 185	100.0	1.2	14.7	9.2	2.8
Svizzera	167 399	21.4	-13.9	15.5	8.4	3.6
Danimarca	60 558	7.7	4.4	10.6	8.8	4.0
Regno Unito	403 996	51.6	8.0	17.6	9.5	1.9
Norvegia	57 393	7.3	2.1	8.1	9.3	4.2
Svezia	93 838	12.0	3.2	7.6	9.2	3.8

⁽¹⁾ Svizzera, Danimarca, Regno Unito, Norvegia, Svezia



Fatta eccezione per la citata caduta delle importazioni svizzere, condizionate dal mercato dei metalli preziosi, anche i paesi europei esterni all'Area Euro hanno incrementato i propri acquisti dall'estero grazie alla **crescita delle importazioni di manufatti del Regno Unito (+8.0%), il cui valore supera i 400 miliardi di euro** (in aumento le importazioni di Meccanica e Autoveicoli). In misura meno incisiva hanno contribuito alla crescita dell'area i paesi scandinavi e la Danimarca (+4.4%).

Maturi Vicini⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. C

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Importazioni totali di manufatti	3 268 093	100.0	2.8	11.6	9.1	4.3
Alimentare e Bevande	271 550	8.3	0.2	7.7	6.5	2.6
Sistema moda	247 462	7.6	8.0	14.1	9.2	4.9
Mobili	46 945	1.4	5.3	10.4	8.1	4.2
Elettrodomestici	33 777	1.0	4.8	13.1	10.0	5.7
Chimica farmaceutica e per il consumo	258 000	7.9	5.3	16.2	11.6	7.1
Altri prodotti di consumo	75 525	2.3	5.6	14.3	6.6	2.3
Autoveicoli e moto	365 290	11.2	7.5	11.5	9.3	5.0
Treni. aerei e navi	89 262	2.7	-0.2	12.9	9.5	3.6
Meccanica	291 651	8.9	4.4	12.7	9.3	3.6
Elettromedicali e Meccanica di precisione	141 963	4.3	5.3	14.5	9.8	3.9
Elettronica	316 585	9.7	3.2	14.3	7.9	3.6
Elettrotecnica	161 401	4.9	5.4	11.8	9.5	4.0
Prodotti e Materiali da costruzione	46 529	1.4	4.5	5.6	6.9	2.3
Prodotti in metallo	110 363	3.4	2.8	11.7	9.0	3.8
Metallurgia	280 535	8.6	-9.3	10.8	10.7	4.8
Intermedi chimici	309 090	9.5	0.9	5.2	10.3	5.3
Altri intermedi	222 164	6.8	2.8	11.1	7.2	2.4

⁽¹⁾Area Euro e Altri Europa

Con riferimento al dettaglio settoriale, nel 2014 sono aumentate le importazioni nella quasi totalità dei settori rispetto all'anno precedente. **Il settore con maggior peso, Autoveicoli e moto, è cresciuto con variazioni superiori alla media.**

Il Sistema moda fa registrare il più elevato tasso di variazione dell'anno (+8.0%). Si segnalano in crescita i settori: Elettronica (+3.2%), Meccanica (+4.4%), Chimica farmaceutica e per il consumo (+5.3%).

Tra i comparti che detengono un peso meno rilevante sul totale delle importazioni di manufatti dell'Area, ma rivestono un ruolo caratterizzante per il modello di specializzazione italiana, si segnalano i settori del sistema casa, *Mobili* (+5,3%) ed *Elettrodomestici* (+4,8%) e i *Prodotti e Materiali da costruzione* (+4,5%), che contengono piastrelle e ceramiche, queste ultime produzioni importanti del sistema distrettuale italiano. Rimangono sostanzialmente ferme le importazioni del settore *Alimentare e Bevande*



(+0.2%). L'unico ribasso rispetto al 2013 ha riguardato il settore della *Metallurgia* (-9.3%) che, per il secondo anno consecutivo, vede cadere il valore delle sue importazioni anche per effetto dell'andamento in discesa delle quotazioni dei metalli.

Le previsioni sulle importazioni dei paesi Maturi Vicini per il prossimo triennio mostrano un quadro di continua espansione, che dovrebbe configurarsi per effetto del consolidamento del rilancio dell'attività produttiva nei paesi europei.



Il dato in valore del 2015 e, in misura minore quello dell'anno successivo, risulterà amplificato dall'effetto sui prezzi dovuto al forte deprezzamento dell'euro nei confronti delle altre principali valute. I volumi delle importazioni dell'Area Euro dovrebbero contribuire, in misura maggiore rispetto agli altri paesi europei, alla crescita dell'import dei paesi Maturi Vicini anche per i prossimi anni, seppure con percentuali meno marcate rispetto al 2014. **Tra i paesi che dovrebbero contribuire maggiormente alla crescita delle importazioni dell'area ci sarà la Spagna, dove è prevista consolidarsi la ripresa, con effetti positivi sulla domanda interna e la crescita delle importazioni.** Il **Regno Unito** svolgerà ancora il ruolo di economia trainante per le importazioni dell'area, soprattutto nel biennio 2015-'16. La **Germania**, che detiene la quota maggiore di importazioni dei paesi europei, dovrebbe partecipare all'aumento della quota di importazioni dell'area con variazioni leggermente superiori alla media. Tra le economie colpite maggiormente dalla crisi, **va segnalato il rallentamento previsto nella ripresa dei volumi di acquisti dall'estero della Grecia**, ancora in una fase di assestamento dei conti pubblici e sottoposta alle restrizioni di politica fiscale che deprimono la domanda interna. Considerando gli altri paesi europei, in evidenza le ottime previsioni per le importazioni dell'Irlanda, che rappresenta il paese previsto in maggiore crescita rispetto agli altri paesi dell'area, e la ripresa dei volumi di manufatti importati dalla Svizzera.

Nel prossimo triennio **il settore che registrerà tassi di variazione più elevati sarà la Chimica farmaceutica e per il consumo.** Per i settori del *Sistema moda* e degli *Elettrodomestici*, gli acquisti dall'estero saranno in crescita in entrambe le sotto-aree incluse nei Maturi Vicini, con un ritmo di crescita maggiore nei paesi dell'Altra Europa. La *Meccanica*, settore sempre più incisivo per le esportazioni italiane, vedrà crescere il flusso degli acquisti dall'estero con variazioni superiori alla media, in particolare nei paesi interni all'Area Euro. Nel 2015, sono stimate al rialzo le importazioni di *Treni, aerei e navi, Elettromedicali e Meccanica di precisione* ed *Elettronica*. Va sottolineato però come permanga su valori percentuali sotto la media la previsione di crescita dei *Prodotti e Materiali da costruzione*, ancora vincolata da un quadro immobiliare debole e da finanziamenti per investimenti infrastrutturali in ritardo d'attuazione.

Le prospettive di crescita saranno confermate se, come auspicabile, si avvierà un processo di riduzione della disoccupazione, ancora troppo elevata soprattutto in alcuni paesi dell'Area Euro, e gli stimoli monetari della BCE risulteranno efficaci.





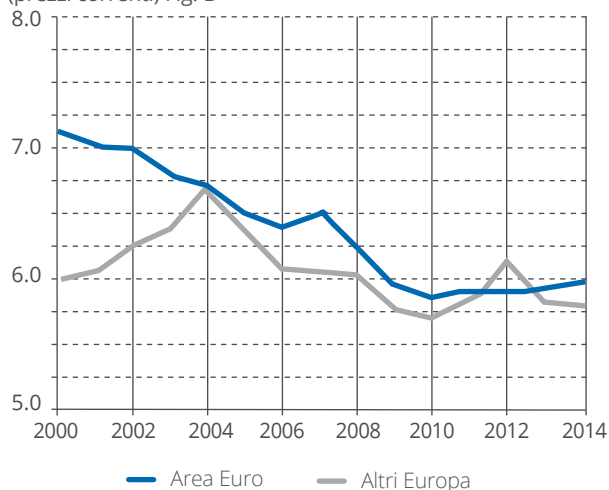
Lo stesso rilancio delle esportazioni, favorito dall'euro debole, dovrebbe essere alimentato da acquisti di beni intermedi e strumentali e contribuire quindi alla crescita delle importazioni di questi paesi.

Per quanto riguarda i soli paesi appartenenti all'Area Euro, il deprezzamento del tasso di cambio favorirà nei prossimi anni la distribuzione geografica delle importazioni verso i paesi interni all'area stessa.

Le opportunità per le imprese italiane

Quote italiane sulle importazioni di manufatti

(prezzi correnti) Fig. B



Nel 2014 il valore delle esportazioni italiane nei paesi Maturi Vicini ha raggiunto i 193 miliardi di euro circa.

Questo è il risultato della crescita delle esportazioni dell'Italia verso i paesi dell'Area Euro e gli altri paesi europei, rispettivamente del 3.8% e dello 0.9%, in linea con la media del totale manufatti importati dalle due aree. L'Italia ha conservato la quota di mercato intatta per entrambe le aree rispetto al 2009, restando al sesto posto nella graduatoria dei principali partner commerciali dell'Area Euro e degli altri paesi europei.

Area Euro⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. D

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	2 484 909		8.9	-1.4	-1.6	-3.2	
Germania	364 643	14.7	8.8	-4.0	-2.1	1.6	-1.4
Cina	192 074	7.7	9.1	-1.2	-3.8	8.9	1.5
Olanda	181 166	7.3	8.9	0.5	-5.1	-1.2	-0.3
Francia	174 465	7.0	4.9	0.1	-0.9	0.4	-0.7
Belgio e Lussemburgo	167 080	6.7	7.4	-3.7	-0.3	0.4	-1.0
Italia	147 707	5.9	9.7	-1.6	-0.8	3.8	0.0
Regno Unito	114 450	4.6	8.2	0.0	-3.4	4.9	-0.2
Stati Uniti	112 838	4.5	1.7	6.7	-1.9	5.3	0.1
Spagna	102 852	4.1	10.1	-4.3	2.1	4.2	0.0
Polonia	84 064	3.4	9.1	1.3	4.5	10.4	0.6

⁽¹⁾ Austria, Belgio e Lussemburgo, Germania, Spagna, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Olanda, Portogallo, Estonia, Slovacchia, Slovenia, Lituania, Lettonia



Anche gli altri concorrenti non hanno conosciuto variazioni significative delle proprie quote rispetto al 2009; i cambiamenti più consistenti hanno riguardato il peso del Regno Unito (+2.2 punti percentuali) e della Cina (+1.5 punti percentuali) sul totale dei manufatti importati degli altri paesi europei. Analogamente gli spostamenti più rilevanti hanno riguardato la quota della Cina (+1.5 punti percentuali) e della Germania (-1.4 punti percentuali) sul totale dei manufatti importati dell'Area Euro.

Interessanti appaiono le variazioni delle quote dal 2013 al 2014. **La Cina ha conquistato il secondo posto in entrambi i mercati; nel caso dell'Area Euro ciò è avvenuto a discapito dell'Olanda (ora al terzo posto), mentre per gli altri paesi europei l'avanzata cinese è avvenuta a scapito degli Stati Uniti.** La Svizzera non fa più parte dei primi dieci partner dell'Area Euro, lasciando il posto alla Polonia con una quota del 3.4%; l'Irlanda non figura più tra i primi dieci fornitori dell'Altra Europa, al suo posto c'è la Spagna con un peso del 2.7%. **La Germania, pur perdendo quota negli altri paesi europei, domina entrambi i mercati,** con un peso pari al 20% nell'Altra Europa e del 14.7% nell'Area Euro.

Altra Europa⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. E

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	783 185		12.1	2.3	1.1	1.2	
Germania	156 729	20.0	11.6	4.2	-0.7	5.8	-0.3
Cina	56 007	7.2	10.6	9.8	2.6	10.4	1.5
Olanda	51 720	6.6	7.8	10.3	1.6	2.8	0.1
Stati Uniti	46 449	5.9	11.5	6.9	-15.4	0.1	-1.2
Francia	46 293	5.9	7.6	2.8	-2.0	4.1	-0.8
Italia	45 328	5.8	14.5	7.7	-3.9	0.9	0.0
Belgio e Lussemburgo	40 310	5.1	10.3	0.4	1.0	8.9	-0.1
Regno Unito	35 332	4.5	75.4	-44.4	202.5	-42.7	2.2
Svezia	25 746	3.3	6.2	4.7	-2.5	-1.8	-0.5
Spagna	21 471	2.7	28.4	-3.0	6.4	3.0	0.3

⁽¹⁾ Svizzera, Danimarca, Regno Unito, Norvegia, Svezia

Nel 2014, la variazione delle esportazioni verso l'Area Euro è stata positiva per tutti i principali esportatori, ad eccezione dell'Olanda (-1.2%). Vanno inoltre segnalate le performance particolarmente positive della Polonia (+10.4%) e della Cina (+8.9%) rispetto al 2013. Per gli altri paesi europei il dato che cattura l'attenzione è quello del Regno Unito, con una variazione negativa dell'export nel 2014 pari al 42.7% e una variazione della quota rispetto al 2009 pari al 2.2%; questo è il risultato di un andamento fortemente altalenante dell'export da un anno all'altro (-44.4% nel 2012 e +202.5% nel 2013), dovuto alle esportazioni di oro verso la Svizzera¹, il cui boom del 2013 ha subito un ridimensionamento nel 2014.

¹ La Svizzera è il centro di raffinazione dell'oro proveniente dal Regno Unito; questo spiega il flusso di esportazioni, aumentate nel 2013 per effetto dell'accresciuta domanda dei paesi asiatici (seguita alla riduzione della quotazione internazionale del metallo).



Maturi Vicini⁽¹⁾: Quote di mercato degli esportatori italiani Tab. F

	Valori 2014 ⁽¹⁾	Area Euro			Altri Europa		
	(mil. euro)	09-12	2013	2014	09-12	2013	2014
Importazioni di manufatti dall'Italia	193 034	5.9	5.9	5.9	5.8	5.8	5.8
Alimentare e Bevande	17 776	6.0	6.0	6.2	7.4	7.4	7.7
Sistema moda	23 797	9.6	9.2	8.8	12.3	12.5	12.3
Mobili	4 797	11.4	10.3	10.0	11.3	11.0	10.9
Elettrodomestici	3 025	11.2	9.6	9.2	10.9	8.5	8.2
Chimica farmaceutica e per il consumo	18 036	4.9	6.5	7.2	7.2	7.3	6.4
Altri prodotti di consumo	3 211	3.8	3.5	3.5	5.9	6.1	5.9
Autoveicoli e moto	17 259	5.4	5.4	5.2	3.6	3.4	3.5
Treni, aerei e navi	3 419	3.2	2.8	3.7	6.2	4.5	4.2
Meccanica	28 115	9.8	9.6	9.7	9.0	9.5	9.4
Elettromedicali e Meccanica di precisione	5 197	3.5	3.6	3.5	4.5	4.7	4.3
Elettronica	4 075	1.4	1.3	1.2	1.4	1.4	1.4
Elettrotecnica	8 101	5.9	5.3	5.0	4.5	4.5	4.9
Prodotti e Materiali da costruzione	4 870	11.1	10.8	10.7	10.5	9.9	9.7
Prodotti in metallo	9 345	9.8	9.2	9.1	6.7	7.0	6.3
Metallurgia	17 136	6.7	6.7	6.7	5.6	4.9	5.0
Intermedi chimici	10 752	3.6	3.6	3.6	2.5	2.8	2.9
Altri intermedi	14 124	6.8	6.8	6.8	4.8	4.9	4.9

⁽¹⁾Area Euro e Altra Europa

Le quote settoriali delle importazioni dall'Italia dei paesi Maturi Vicini non riportano risultati in controtendenza rispetto al passato.



L'Italia continua a perdere quota nel comparto moda (di 0.4 punti percentuali nell'Area Euro e 0.2 punti percentuali negli altri paesi europei), faticando rispetto a una domanda che cresce più della media del totale manufatti importati.

Questo è il risultato della concorrenza dei paesi asiatici, soprattutto nei prodotti di abbigliamento, che stanno aumentando la loro penetrazione in particolare nei segmenti di fascia bassa.

Il maggior settore di esportazione dell'Italia è la Meccanica, con una quota pari al 9.7% nell'Area Euro e al 9.4% nell'Altra Europa. Le importazioni totali del settore sono cresciute al di sopra della media dei prodotti importati in tutte e due le aree; le previsioni per i prossimi due anni confermano questa tendenza per l'Area Euro, fornendo così una nota ottimistica alle prospettive di crescita per le esportazioni italiane.

Nell'Eurozona, le esportazioni italiane del comparto farmaceutico hanno guadagnato sette punti decimali; in quest'area le importazioni totali del settore sono cresciute in linea con la media del totale manufatti e anche in questo caso per i prossimi tre anni è prevista una crescita superiore alla media. La quota è diminuita di 0.9 punti percentuali negli



altri paesi europei, mentre il settore nel complesso è cresciuto più delle importazioni totali di manufatti (rispettivamente il 10.3% e l'1.2%) e le prospettive future confermano questa tendenza.

Tra i beni di consumo il settore alimentare continua a registrare un trend positivo, come per il 2013, incrementando la quota in entrambe le aree e raggiungendo il 6.2% nell'Area Euro e il 7.7% nell'Altra Europa. In questo caso la crescita del settore è stata superiore alla media per i paesi dell'Altra Europa e inferiore per l'Area Euro, ma le previsioni per i prossimi tre anni indicano una crescita inferiore alla media in tutte e due le aree.

Gli altri settori più rilevanti sono gli Autoveicoli e la Metallurgia, per entrambi i valori delle importazioni dall'Italia nei paesi Maturi Vicini superano i 17 miliardi di euro nel 2014. Le quote dell'Italia in questi settori si sono mantenute pressoché costanti, attestandosi per l'Area Euro e gli altri paesi europei rispettivamente al 5.2% e al 3.5% nel caso degli *Autoveicoli* e al 6.7% e al 5% per la *Metallurgia*. Secondo le stime per i prossimi tre anni, le importazioni del settore *Autoveicoli* cresceranno più della media del totale dei manufatti importati, confermando la tendenza del 2014. Nel caso della *Metallurgia* l'import dal mondo ha registrato una variazione negativa rispetto al 2013 nell'Altra Europa e un andamento nettamente inferiore alla media delle importazioni totali, ma conoscerà una ripresa nei prossimi tre anni.



**IMPORTAZIONI
DEI PAESI
EMERGENTI VICINI**





IMPORTAZIONI DEI PAESI EMERGENTI VICINI

Le importazioni di manufatti

Nel 2014 le importazioni di manufatti dei paesi Emergenti Vicini, area che rappresenta oltre il 10% del commercio mondiale, sono risultate in crescita dell'1.6% a prezzi correnti (figura A), risultato di un andamento eterogeneo tra i due sottogruppi di paesi.

Il dato è infatti frutto di un calo degli acquisti dello 0.9% per i paesi europei e di un aumento del 6.5% dei paesi Mena. Le due macro-aree presentano dimensioni di importazioni diverse: la parte europea pesa infatti il 65% del totale dell'area, con un valore pari a circa 715 miliardi di euro, mentre l'area Mena ne assorbe oltre 380.

Se i dati in valore hanno riportato segno negativo per gli Emergenti europei, le importazioni in volume hanno registrato invece un incremento del 3.6%. A prezzi costanti il dato dei paesi dell'area Mediorientale e Nordafricana si attesta invece su tassi superiori all'8%.

Al di là di un tema di crescita, è però importante rilevare come la dinamica e le prospettive di questo gruppo di paesi siano da leggersi soprattutto in funzione del rischio. Per l'area Mena pesa soprattutto il tema dell'instabilità politica nella regione del Nord Africa, dove la Libia in particolare rappresenta una vera e propria incognita.

Importazioni di manufatti (var. %) Fig. A



Anche il risultato degli Emergenti Europa è stato e sarà condizionato dal quadro di rischio politico. In particolare la crisi economica e la chiusura politica della Russia (che rappresenta oltre ¼ delle importazioni dell'area di riferimento), ha portato nel 2014 a un calo dell'import sia in termini di volumi (-2.8%) che di valori (-9.1%).



Ancor più grave il bilancio dell'Ucraina i cui acquisti dall'estero sono diminuiti del 29.2% in euro correnti (-22.4% a prezzi costanti).

I risultati del 2014 nelle due aree sono il frutto di dinamiche eterogenee tra i singoli paesi anche all'interno del gruppo di riferimento. Nell'area delle economie emergenti europee (tabella A), a fronte di un calo delle importazioni russe e ucraine si è contrapposta una crescita di quelle di altri paesi come Rep. Ceca (6.9%), Polonia (7.9%), Ungheria (7.2%) che insieme rappresentano oltre il 40% dei flussi. Per quanto riguarda i paesi Mena (tabella B), il pesante calo delle importazioni libiche (prossimo al 30% in valore) e il persistere della contrazione di quelle tunisine (-0.6%), è stato ampiamente compensato dalle importanti **crescite a due cifre di Algeria, Egitto, Iran**. Analogamente è stato positivo l'andamento degli acquisti degli Emirati Arabi che da soli rappresentano oltre 1/3 dell'import dei paesi Mena.

Emergenti Europa⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. A

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	713 425	100.0	-0.9	6.8	13.1	7.5
Albania	2 528	0.4	9.3	12.3	10.1	5.4
Bulgaria	17 832	2.5	10.3	10.2	9.5	5.1
Rep. Ceca	95 978	13.5	6.9	13.2	12.4	7.4
Croazia	11 564	1.6	6.0	7.4	8.2	2.9
Ungheria	65 252	9.1	7.2	12.2	9.9	5.6
Polonia	138 138	19.4	7.9	10.6	11.3	6.2
Romania	47 089	6.6	7.5	11.3	13.4	8.8
Russia	186 217	26.1	-9.1	-4.5	15.6	8.4
Turchia	121 430	17.0	-2.5	13.2	14.5	8.2
Ucraina	27 396	3.8	-29.2	-9.2	16.9	11.1

⁽¹⁾Albania, Bulgaria, Rep. Ceca, Croazia, Ungheria, Polonia, Romania, Russia, Turchia, Ucraina

Paesi Mena⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. B

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	382 557	100.0	6.5	25.3	12.8	6.1
Emirati Arabi	136 219	35.6	4.2	32.0	13.8	6.4
Algeria	35 770	9.4	12.6	17.9	13.3	6.7
Egitto	38 142	10.0	19.6	19.3	13.4	5.5
Iran	35 829	9.4	20.7	27.3	15.3	8.0
Libano	9 023	2.4	1.3	21.4	9.7	3.6
Libia	7 994	2.1	-29.9	10.0	15.6	19.3
Marocco	20 072	5.2	1.5	13.7	8.2	4.5
Arabia Saudita	87 561	22.9	5.7	25.8	11.5	4.5
Tunisia	11 947	3.1	-0.6	13.7	7.3	4.5

⁽¹⁾Emirati Arabi, Algeria, Egitto, Iran, Libano, Libia, Marocco, Arabia Saudita, Tunisia



Le importazioni degli Emergenti Vicini dovrebbero guadagnare tonicità nell'anno in corso, durante il quale si attende un ritorno al segno positivo (6.8%) per i paesi europei e un tasso di crescita addirittura del 25.3% (a prezzi correnti è incorporata la svalutazione dell'euro) per l'area Mena.

Per quest'ultima area la crescita sarà confermata anche in termini di volumi importati nel 2015. Emirati Arabi e Arabia Saudita sono attesi risultare tra i mercati più dinamici, grazie alle positive prospettive degli investimenti e dei consumi, seppur più deboli del passato vista la diminuzione delle rendite del petrolio. È da segnalare anche il previsto ritorno alla crescita dell'import libico, ma solo in termini correnti e dopo un periodo prolungato di contrazione; infatti il dato a prezzi costanti rimarrà di segno negativo a causa del persistere dell'arretramento dei consumi e degli investimenti in un paese ancora lontano dall'equilibrio politico-sociale.

Per i paesi europei dell'aggregato Emergenti vicini la ripresa dell'anno in corso continuerà ad essere contenuta (appena lo 0.4% a prezzi costanti) a causa del persistere delle problematiche del mercato russo (-4.5% a prezzi correnti e -8.1% in quantità).

Su questa situazione influiscono fattori molteplici come il deprezzamento del rublo, il calo del prezzo del petrolio e le sanzioni finanziarie e commerciali. Analogo segno negativo è atteso per l'import dell'Ucraina (-9.2% in euro correnti) un paese ancora lontano dal trovare una sua stabilità politica.



Per una ripresa più solida occorrerà quindi attendere il biennio 2016-2017, quando l'import dell'area è previsto accelerare fino a ritmi del 10% in media d'anno, evidenziando un consolidamento della ritrovata dinamicità e immaginando la parziale risoluzione dei diversi fronti di instabilità politica.

Lungo l'orizzonte di previsione sono previsti ritornare a crescere anche le importazioni della Russia (circa +12% in media d'anno a valori correnti) e dell'Ucraina (+14% nella media del biennio a prezzi correnti). Segnali positivi sono previsti mostrarsi anche in Libia, dove, se la ripresa dei flussi in valore è attesa già per l'anno in corso a prezzi correnti, solo nel biennio previsivo si potrà però assistere a una ripresa anche delle import in volume.

A livello settoriale, nel 2014 la crescita ha mostrato intensità diverse tra i diversi settori. **Si riscontra una buona dinamica delle importazioni di Sistema moda (+5.7% a prezzi correnti)** confermata sia nei paesi Mena sia negli emergenti europei. Più moderata risulta, invece, la crescita per gli altri beni di consumo, mentre si osserva una **contrazione dei flussi di Alimentare e bevande del 2.9% a prezzi correnti, ascrivibile soprattutto alla riduzione delle importazioni degli Emergenti Europa (-6.1% a prezzi correnti, -0.4% a valori costanti) e in particolar modo di quelle russe.** I flussi verso il paese rappresentano oltre il 30% degli acquisti dell'area di riferimento e si sono ridotti di oltre il 13% anche in virtù di politiche protezionistiche mirate da parte della Russia.



Emergenti Vicini⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. C

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Importazioni totali di manufatti	1 095 982	100.0	1.6	13.3	13.0	6.9
Alimentare e Bevande	77 096	7.0	-2.9	10.6	12.3	5.9
Sistema moda	91 015	8.3	5.7	17.8	13.4	5.9
Mobili	12 251	1.1	2.4	16.6	14.4	7.4
Elettrodomestici	11 805	1.1	0.7	10.8	10.6	4.7
Chimica farmaceutica e per il consumo	55 505	5.1	0.5	10.5	12.0	6.4
Altri prodotti di consumo	29 630	2.7	1.4	30.6	14.8	8.3
Autoveicoli e moto	125 360	11.4	-1.2	15.5	13.7	8.1
Treni, aerei e navi	27 436	2.5	2.0	21.6	17.0	10.1
Meccanica	142 889	13.0	2.5	11.6	13.0	7.2
Elettromedicali e Meccanica di precisione	36 412	3.3	1.9	12.0	11.3	5.8
Elettronica	100 527	9.2	5.0	16.2	11.2	5.9
Elettrotecnica	66 043	6.0	5.2	12.6	12.7	7.1
Prodotti e Materiali da costruzione	19 416	1.8	4.1	9.3	11.5	5.6
Prodotti in metallo	41 841	3.8	6.0	12.3	12.1	6.3
Metallurgia	92 413	8.4	-6.9	12.0	15.6	8.7
Intermedi chimici	92 145	8.4	3.6	5.6	13.6	7.0
Altri intermedi	74 196	6.8	4.0	12.0	11.3	5.7

⁽¹⁾Emergenti Europa e Paesi Mena

Contribuiscono a questo calo, ma in misura più contenuta, anche i segni negativi registrati da Ungheria e Ucraina. **In diminuzione sono risultati anche i flussi in valore di Autoveicoli e moto.** Anche in questo caso la contrazione interessa esclusivamente l'area europea di questo aggregato, che fa registrare una variazione del -5.8% a prezzi correnti (-1.4% valore costante). Risultano, infatti, in riduzione le importazioni di Russia, Turchia e Ucraina che insieme rappresentano quasi il 48% del mercato degli Emergenti europei. Si è chiuso in crescita l'import nel 2014 del comparto elettromeccanico, nonostante persistano difficoltà dei già citati grandi importatori dell'area.

Segno negativo per l'evoluzione delle importazioni di *Metallurgia* che calano nel 2014 di quasi 7 punti percentuali a valori correnti. La significativa contrazione è concentrata in questo caso nei paesi dell'area Mena, dove le importazioni sono calate dell'11.5%. Su questo risultato pesa significativamente il deciso calo dei flussi in ingresso degli Emirati Arabi che calano di oltre 27 punti percentuali a valori correnti in virtù di un ciclo delle costruzioni meno espansivo che in passato e della minor domanda asiatica, rispetto a cui il paese mediorientale fa spesso da hub logistico per molte produzioni.

Le stime per il 2015 prevedono un aumento generalizzato delle importazioni in euro correnti degli Emergenti vicini, tuttavia il dato è spesso sostenuto da un effetto puramente nominale a causa di un tasso di cambio dollaro/euro svalutato di oltre il 20% nel corso dell'anno.

Se nell'area del Medio Oriente e Nord Africa la crescita dei flussi è però diffusa a tutti i settori anche a prezzi costanti, nell'area degli Emergenti europei si osservano nei dati in volume diffusi segnali negativi. Questi cali interessano quasi tutti i beni di consumo a causa di un ridimensionamento della crescita della domanda delle famiglie per buona parte dei paesi dell'area. Pesa ovviamente soprattutto la contrazione attesa per il mercato russo. L'importante calo che sta interessando nel 2015 gli investimenti e la produzione industriale porta inoltre a stimare in riduzione anche l'evoluzione dei flussi di *Elettromeccanica* e *Prodotti per le costruzioni*, un segno negativo che pesa anche sul dato medio per gli Emergenti europei.

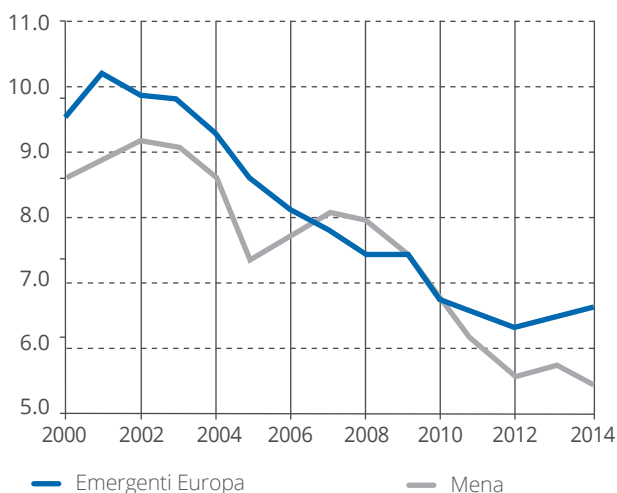


Per il prossimo biennio, le previsioni delle importazioni nelle due aree tornano ad essere convergenti, risultando decisamente positive, con aumenti generalizzati nei diversi comparti.

Tra i settori dei beni di consumo le crescite più dinamiche si ritroveranno in ambiti di specializzazione italiana come *Sistema moda*, *Mobili* e *Altri beni di consumo* grazie a un ritorno di vivacità della domanda in molti paesi, nonché all'interruzione della caduta dell'import russo al termine dell'orizzonte di previsione. Analogo andamento per i settori d'investimento e dei beni intermedi, favoriti da un ripartenza del ciclo degli investimenti e da un consolidamento della ripresa dell'Europa occidentale, mercato a cui i paesi qui considerati sono fortemente esposti.

Le opportunità per le imprese italiane

Quote italiane sulle importazioni di manufatti
(prezzi correnti) Fig. B



Nel 2014 le importazioni di manufatti italiani da parte degli Emergenti Vicini si sono attestate su livelli pari a 67.9 miliardi di euro rispetto ai 67.1 miliardi del 2013, registrando una crescita dell'1.3%. Gli Emergenti Europa hanno assorbito quasi il 70% dei flussi della macro-area. In termini di quota di mercato l'Italia ha sostanzialmente tenuto negli Emergenti Europei, mentre ha registrato un calo di 4 decimi di punto nel Medio Oriente e Nord Africa. Il risultato complessivo è quindi il proseguire



mento anche nel 2014 di un processo di lenta erosione a cui si assiste dal 2009 e che ha portato la quota italiana a ridursi in questi ultimi 5 anni di oltre 2 punti.

Un'analisi dei concorrenti pone in evidenza alcuni punti in comune con gli andamenti dell'offerta italiana, ma anche elementi di differenziazione. In particolare negli Emergenti Europa la Germania è il principale competitor, con oltre 152 milioni di euro di esportazioni nel 2014. Anche la Germania dal 2009 ha vissuto un'erosione della quota, che gli è costata la perdita di oltre 1.5 punti. Tuttavia nell'ultimo anno il posizionamento tedesco ha visto una leggera risalita che mostra una ripartenza della competitività soprattutto nei settori di specializzazione. Nei paesi europei le imprese tedesche detengono le quote più rilevanti, superiori al 25%, nel comparto elettromeccanico e nel settore *Autoveicoli e moto*, settori di riferimento della manifattura teutonica, che si sovrappongono e spesso si integrano all'interno di vere e proprie catene del valore europee anche con l'offerta italiana. Nell'area Mena invece le imprese tedesche rappresentano il 3° esportatore, detenendo una quota del 7.7% nel 2014. Diversamente dall'Italia il posizionamento si è rivelato sostanzialmente stabile rispetto al 2013 con un livello di export di poco inferiore ai 30 milioni di euro. Anche in quest'area, la Germania detiene le quote più rilevanti, in questo caso superiori all'11%, nei settori della meccanica e dell'automotive.

Emergenti Europa⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. D

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	713 425		18.1	5.3	0.9	-0.9	
Germania	152 676	21.4	18.5	2.4	1.0	-0.6	-1.6
Cina	82 087	11.5	18.0	12.5	5.9	5.6	3.3
Italia	47 079	6.6	14.7	0.7	3.8	1.3	-0.8
Olanda	31 255	4.4	13.3	7.2	-2.3	-1.7	-0.2
Francia	30 066	4.2	11.5	6.3	-4.7	-0.8	-0.8
Polonia	28 582	4.0	16.1	11.4	5.7	-1.1	0.3
Belgio e Lussemburgo	21 774	3.1	19.1	3.2	0.7	-0.3	-0.1
Slovacchia	20 622	2.9	16.5	12.0	2.3	-4.3	0.0
Austria	20 459	2.9	12.0	-0.1	2.6	2.7	-0.6
Rep. Ceca	19 608	2.7	23.3	12.4	2.6	1.2	0.3

⁽¹⁾Albania, Bulgaria, Rep. Ceca, Croazia, Ungheria, Polonia, Romania, Russia, Turchia, Ucraina

La leadership tra gli esportatori nell'area Mena risulta, non certo a sorpresa, detenuta dalla Cina che supera il 21% ed è in crescita negli ultimi anni.



Mena⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. E

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	382 557		9.0	16.3	-0.6	6.5	
Cina	80 560	21.1	20.2	18.6	7.1	21.7	6.3
Stati Uniti	30 293	7.9	9.2	32.8	2.8	2.8	0.7
Germania	29 563	7.7	-1.8	15.9	0.1	8.4	-1.0
India	29 017	7.6	25.4	0.8	-4.1	-1.0	0.6
Italia	20 844	5.4	-3.1	7.5	3.8	0.9	-2.1
Francia	19 999	5.2	-5.7	0.3	-0.3	-1.9	-2.6
Sud Corea	18 526	4.8	15.6	22.3	-17.8	7.8	-0.3
Giappone	15 093	3.9	-10.7	24.6	-16.7	12.0	-0.9
Regno Unito	15 029	3.9	6.6	12.6	45.8	-12.8	0.4
Turchia	14 743	3.9	-1.8	109.9	-31.3	-3.8	-0.1

⁽¹⁾ Emirati Arabi, Algeria, Egitto, Iran, Libano, Libia, Marocco, Arabia Saudita, Tunisia

I paesi del Medio Oriente e Nord Africa hanno importato dalla Cina oltre 80 milioni di euro di manufatti nel 2014, in aumento di quasi il 22% rispetto all'anno precedente. Il paese del Dragone detiene quote elevate in particolare nel comparto casa (superiori al 56% nei *Mobili*) e nel *Sistema moda* (53%), settori di specializzazione anche per l'offerta italiana. Anche nell'area degli Emergenti europei i produttori cinesi giocano un ruolo importante detenendo una quota dell'11.5% in crescita dal 2009 al 2014 di oltre 3 punti percentuali. In quest'area le imprese cinesi detengono le quote più rilevanti nel *Sistema moda* (32% e in crescita negli ultimi 5 anni di quasi 10 punti percentuali), *Elettronica* (oltre il 23%) ed *Elettrodomestici* (25%).

La menzione di questi due soli concorrenti pone in evidenza quali possono essere le difficoltà delle imprese italiane in questi mercati (e non solo). Queste si trovano infatti a confrontarsi, su comparti come quello della moda e quello della casa, con il colosso cinese che può contare su strategie di prezzo spesso molto aggressive, e sul comparto dell'*Elettromeccanica* e dell'*Automotive* con la tecnologia tedesca che rappresenta un'avanguardia mondiale.

Nonostante queste premesse l'Italia può contare anche su diversi punti di forza, tali da far immaginare una sfida ancora aperta per le imprese. Un fattore di ottimismo è certamente la ripresa della quota nell'ultimo anno negli Emergenti Europa, grazie alla capacità di difendere ed aumentare nel tempo il posizionamento in un settore altamente competitivo come la *Meccanica*. Positiva anche la tenuta negli *Elettromedicali* e *Meccanica di precisione*, ma anche *Autoveicoli* e *moto*, comparti in cui anche negli ultimi 5 anni la perdita di quota è risultata in realtà assai contenuta. Ci sono poi altri casi virtuosi al di fuori dei settori citati. In particolare la quota all'in-

terno degli Emergenti Europa è aumentata nell'*Alimentare* (settore in cui guadagna quote in particolare in Russia), nella *Chimica e farmaceutica per il consumo* e in *Treni, aerei e navi* (in questo caso il guadagno di quote si osserva in particolare in Polonia). Nel *Sistema moda* e nel comparto casa l'Italia registra nel 2014 ancora nell'area quote importanti (oltre il 15% nei *Mobili*, più del 13% nel *Sistema moda*), tuttavia queste sono messe a dura prova da un contesto competitivo particolarmente agguerrito soprattutto dal mondo emergente (ne è un esempio la contrazione di oltre 15 punti di quota nei *Mobili* in Russia negli ultimi 5 anni).

Emergenti Vicini⁽¹⁾: Quote di mercato degli esportatori italiani Tab. F

	Valori 2014 ⁽¹⁾	Emergenti Europa			Paesi Mena		
	(mil. euro)	09-12	2013	2014	09-12	2013	2014
Importazioni di manufatti dall'Italia	67 924	6.7	6.5	6.6	6.3	5.8	5.4
Alimentare e Bevande	2 969	4.2	4.6	4.9	2.0	2.4	2.3
Sistema moda	9 325	15.2	13.5	13.1	7.3	5.6	5.2
Mobili	1 668	19.1	17.2	15.3	13.0	9.7	10.9
Elettrodomestici	1 220	11.4	9.2	10.2	11.3	12.3	10.6
Chimica farmaceutica e per il consumo	2 405	3.8	4.2	4.5	3.9	3.7	3.8
Altri prodotti di consumo	1 954	7.5	6.7	6.7	4.5	8.0	6.5
Autoveicoli e moto	4 712	5.0	4.6	4.7	2.5	2.4	2.1
Treni, aerei e navi	1 108	3.4	4.8	5.2	3.6	1.4	3.2
Meccanica	17 266	11.9	10.8	11.5	15.4	14.1	13.2
Elettromedicali e Meccanica di precisione	1 516	4.0	3.9	3.8	5.7	5.0	5.0
Elettronica	918	0.9	0.9	0.9	1.3	1.1	1.0
Elettrotecnica	3 798	6.1	5.7	5.5	7.6	7.0	6.2
Prodotti e Materiali da costruzione	1 637	9.7	9.0	8.9	10.0	8.7	7.8
Prodotti in metallo	3 540	10.0	9.3	9.0	9.9	9.1	7.4
Metallurgia	5 289	5.7	5.6	6.0	5.4	5.1	5.3
Intermedi chimici	4 377	4.8	4.7	4.8	5.5	4.8	4.6
Altri intermedi	4 221	6.2	6.0	6.1	5.4	5.1	4.6

⁽¹⁾Emergenti Europa e Paesi Mena

Nei paesi dell'area Mena, oltre a Germania e Cina anche gli Stati Uniti rappresentano un concorrente sempre più importante. Le imprese americane sono, infatti, il secondo fornitore della regione con una quota prossima all'8% e in crescita negli ultimi 5 anni di quasi un punto.



In quest'area le imprese italiane, nonostante la forte competizione della Cina sono riuscite a guadagnare spazi tra il 2009 e il 2014 nell'*Alimentare* e negli *Altri prodotti di consumo* e a mantenere quote superiori (ma in calo) al 10% nel sistema casa e al 13% nella *Meccanica*, settore in cui il confronto è soprattutto con Germania e Stati Uniti.

Nonostante la sintesi di queste dinamiche settoriali sia nel complesso negativa, all'interno dell'area si possono notare anche qui una serie di successi delle imprese italiane in settori e paesi specifici che possono diventare un esempio da replicare per il futuro. È il caso per esempio dell'*Alimentare* in paesi come Emirati Arabi, Arabia Saudita e Algeria in cui le imprese sono riuscite, in questi ultimi anni, a guadagnare piccoli spazi anche grazie a una sinergia importante con il canale del turismo internazionale e la ristorazione locale. Un altro esempio di successo delle imprese italiane è quello del settore *Treni, aerei e navi* che si collega a una capacità tutta italiana di fare sistema all'interno dei programmi di ammodernamento infrastrutturale attraversati da molti paesi emergenti. In Algeria, per esempio, si è passati da una piccola presenza nel mercato (quota di poco superiore all'1% nel 2009) a un presidio consistente con una quota del 45% nel 2014. Analoga performance positiva anche nel settore della *Meccanica* dove in Arabia Saudita le imprese hanno saputo ben posizionarsi nella fornitura di materiali per il rinnovamento del comparto estrattivo del paese.

Certamente la celebrazione dei casi di successo non può compensare il dato generale, che mostra un andamento comunque cedente della quota di mercato italiana negli Emergenti Vicini. Non basta peraltro cercare di non perdere troppo o difendere quanto già è stato raggiunto. Al contrario è necessario puntare ad accrescere la presenza in queste aree. Nonostante il quadro di rischio e le difficoltà che grandi paesi al loro interno stanno vivendo (vale per la Russia come per l'area del Mediterraneo), costituiscono un importante e strategico bacino di clienti per le imprese.

Da questo punto di vista le prospettive di crescita settoriali per il prossimo biennio possono essere congeniali all'offerta italiana. Analizzando la crescita media attesa per le importazioni, questa è superiore al dato medio in diversi settori di specializzazione.

La *Meccanica* innanzitutto potrà beneficiare di una ripartenza del ciclo degli investimenti europei e di una sinergia con l'offerta tedesca che non è solo concorrente, ma può anche diventare una testa di ponte per raggiungere mercati complessi.

Un discorso simile riguarda il settore dell'*Automotive* dove la tradizionale vocazione europea della subfornitura e dei componentisti italiani può oggi beneficiare anche di una posizione rilevante e in crescita in queste aree anche del produttore nazionale. Per i beni di consumo le prospettive più dinamiche appaiono per il segmento arredo, anche in virtù di un processo di ammodernamento del settore immobiliare e dell'*Hospitality* rimasto per troppo tempo bloccato a causa dell'instabilità politica.

Le imprese italiane hanno già messo in luce attraverso il contract la capacità di servire anche esigenze complesse e articolate da parte dei grandi alberghi che rappresentano certamente un target di riferimento per far crescere il posizionamento italiano nell'area quando ripartirà il ciclo degli investimenti.



Negli altri settori di specializzazione, alimentare e sistema moda in particolare, la domanda di import dal mondo degli Emergenti Vicini sarà in linea o leggermente inferiore il dato generale.

Le imprese italiane di questi settori tuttavia non soddisfano soltanto un bisogno primario, ma alimentano desideri, ambizioni sociali e stili di vita. È probabile che, a fronte di una normalizzazione del quadro dei redditi di molti paesi dell'area, i prodotti italiani dell'alimentare e della moda potranno beneficiare di segmenti di domanda più dinamici rispetto alla media generale dei settori di riferimento.



Un discorso a parte merita infine la Russia, un mercato che è stato per anni per le imprese italiane il principale punto di riferimento nel mondo emergente, ma che oggi mostra non poche criticità. Per le prospettive dei settori più esposti al mercato (*Mobili, Sistema moda e Meccanica* in particolare) più che dalla crescita in sé della domanda, molto dipenderà dall'evoluzione delle tensioni internazionali nei prossimi mesi. **Il rischio è infatti che l'eredità dell'ultimo anno vada oltre la recessione in corso, comunque destinata a finire, e le sanzioni reciproche con l'occidente, non prorogabili in eterno.** Il rischio infatti è che anche se superata la fase più acuta della crisi internazionale, le tensioni accumulate in questi mesi abbiano strascichi sulla domanda finale, spostando nel medio termine sempre più verso oriente le preferenze d'acquisto e i legami commerciali.

**IMPORTAZIONI
DEI PAESI
MATURI LONTANI**



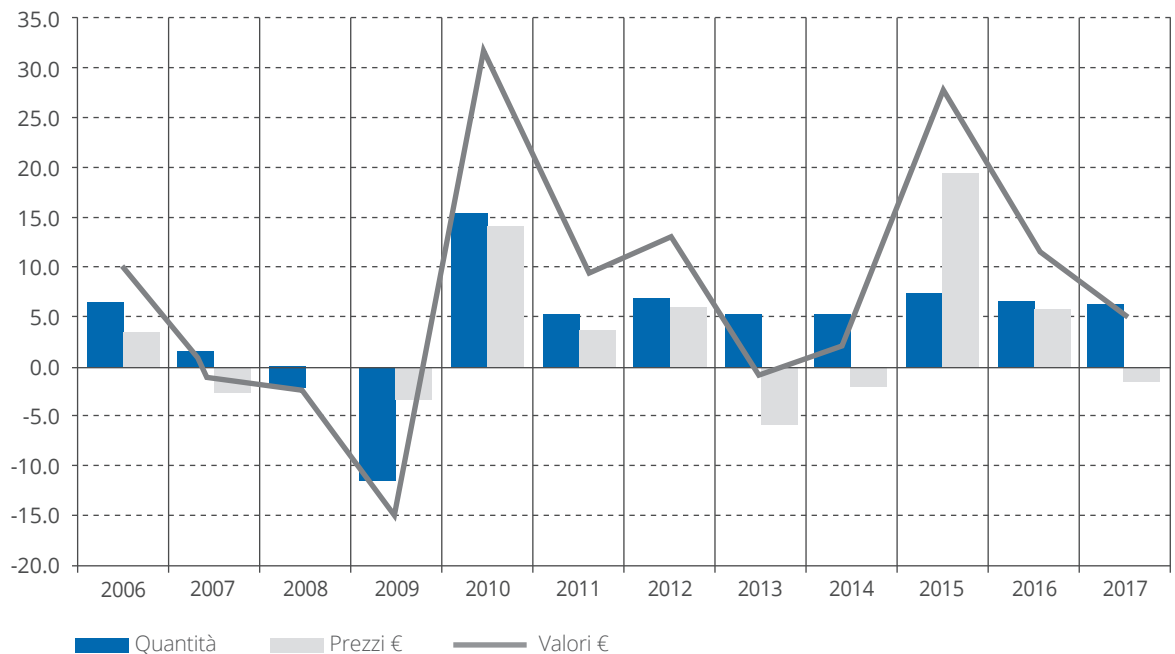


IMPORTAZIONI DEI PAESI MATURI LONTANI

Le importazioni di manufatti

Con un flusso di import che rappresenta, ormai stabilmente da quasi un decennio, circa 1/3 del commercio mondiale di manufatti, l'aggregato dei Maturi Lontani costituisce – insieme ai Maturi Vicini – il principale punto di attenzione nel panorama del commercio internazionale. **Nel 2014 questa è stata anche la macroarea che ha messo in luce le maggiori opportunità.** Con una crescita del 3.2% in euro correnti sull'anno precedente, le importazioni complessivamente attivate dai paesi Maturi Lontani hanno sfiorato i 3200 miliardi di euro; un risultato che, dopo la sostanziale stabilità del 2013, raffigura il massimo storico per l'import dell'area. La performance dello scorso anno risulta ancora più sostenuta se valutata a prezzi costanti (+5.3%), a fronte di un effetto prezzo che ha pesato, in media, negativamente per circa 2 punti percentuali. La dinamica deflativa è legata in gran parte all'evoluzione registrata dalle quotazioni internazionali delle materie prime input delle produzioni manifatturiere; l'andamento del tasso di cambio \$/€ ha giocato, invece, un ruolo nel complesso marginale (nonostante il forte deprezzamento osservato nella seconda parte dell'anno, nella media del 2014 la moneta europea si è, infatti, mantenuta sostanzialmente stabile nei confronti di quella statunitense rispetto al 2013).

Importazioni dei manufatti (var. %) Fig. A



La crescita registrata dai manufatti importati dai Maturi Lontani nel 2014 è imputabile quasi in toto (per il 90%) all'area Nord America, Oceania, Israele; in particolare, il contributo di gran lunga più rilevante è venuto dai flussi diretti negli Stati Uniti – che pesano per oltre il 40% sul totale della macroarea – aumentati lo scorso anno di quasi il 7%, a valori correnti, dopo il momentaneo stop del 2013.

Sostanzialmente nullo o contenuto nell'ordine di pochi decimi di punto percentuale, il contributo alla crescita degli altri paesi che rientrano in questo aggregato (addirittura leggermente negativo quello di Hong Kong e Australia).

Parlare di mercati Maturi Lontani equivale quindi oggi, in buona sostanza, a parlare di Stati Uniti. E certamente non si tratta di una storia inedita. Nei primissimi anni duemila, il mercato americano alimentava quasi la metà dei flussi di beni in ingresso nella macroarea; intorno alla metà dello scorso decennio il suo peso ha iniziato a scontare un progressivo ridimensionamento, processo che ha subito un'accelerazione in seguito all'esplosione della crisi finanziaria internazionale, partita proprio dagli Stati Uniti nel 2007. I numerosi segnali di ripresa fatti registrare dall'economia statunitense nel corso del 2014 hanno alimentato, parallelamente al miglioramento dell'attività economica interna, una sostenuta accelerazione delle importazioni che hanno così riguadagnato in un solo anno ben 1.5 punti in termini di peso sul valore dei manufatti importati dai Maturi Lontani.

Nord America, Oceania e Israele⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. A

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	1 814 652	100.0	5.1	27.8	12.1	3.6
Australia	125 515	6.9	-1.3	20.5	10.3	2.8
Canada	280 458	15.5	0.1	23.7	9.0	1.5
Israele	40 490	2.2	3.8	20.5	9.4	1.8
Nuova Zelanda	21 570	1.2	8.3	21.9	10.0	1.7
Stati Uniti	1 346 619	74.2	6.9	29.6	13.0	4.2

⁽¹⁾ Australia, Canada, Israele, Nuova Zelanda, Stati Uniti

In ottica settoriale, i contributi maggiori sono venuti da comparti dell'industria tecnologica quali *Meccanica e Automotive*, a cui si aggiungono *Elettronica e Chimica farmaceutica e per il consumo*.



Pur a fronte di flussi più contenuti in valore assoluto, tassi di crescita superiori alla media hanno contraddistinto anche le importazioni di *Elettrotecnica, Metallurgia, Prodotti per costruzioni, Treni, aerei e navi*, oltre a beni rivolti al sistema casa quali *Mobili ed Elettrodomestici*. Bassa inflazione e forza del dollaro – a cui si aggiunge il progressivo, seppure ancora non completo, recupero dell'occupazione – stanno, infatti, aumentando il potere d'acquisto delle famiglie americane, sostenendo un'accelerazione dei consumi privati.



L'unica variazione negativa, comunque contenuta a circa un punto percentuale, si è registrata per gli *Intermedi chimici*. **Ciò trova in parte spiegazione nell'intenso fenomeno di *back-shoring* che ha recentemente interessato le fasi più a monte della filiera chimica.** Grazie al consistente calo registrato dai costi energetici sul mercato interno, effetto del forte sviluppo dell'attività estrattiva di *shale oil&gas* (vera e propria rivoluzione che ha generato un *break* strutturale senza precedenti anche a livello di mercato energetico globale), questa industria – insieme ad altre marcatamente *energy intensive* – ha visto rientrare in patria porzioni sempre più significative di produzioni precedentemente delocalizzate in paesi caratterizzati da un più basso costo degli input produttivi. Ciò, pertanto, ha ridotto le necessità di acquistare all'estero i prodotti chimici di base.

Maturi Asia⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. B

	Valori 2014		Var. % medie annue			
	(mil. euro)	(% tot.)	2014	2015	2016	2017
Totale area	1 380 112	100.0	0.7	28.4	12.5	6.2
Hong Kong	498 525	36.1	-2.3	37.2	14.8	7.1
Giappone	324 880	23.5	0.8	22.2	10.0	5.0
Sud Corea	239 874	17.4	4.6	23.6	12.5	7.3
Singapore	175 187	12.7	2.1	25.0	10.4	3.8
Taiwan	141 645	10.3	3.6	23.6	11.8	6.1

⁽¹⁾ Hong Kong, Giappone, Sud Corea, Singapore, Taiwan

Per completare il podio per valore di manufatti importati tra i Maturi Lontani bisogna spostarsi nell'area asiatica. **Qui troviamo, nell'ordine, Hong Kong e Giappone i cui flussi in ingresso nel 2014 si sono comunque assestati su livelli pari rispettivamente a poco più di 1/3 e 1/4 rispetto a quelli confluiti sul mercato americano.** Decisamente più deludenti anche le dinamiche registrate dall'import di questi paesi nella media dello scorso anno. Il Giappone – a fronte della stagnazione sperimentata dall'attività economica e della debolezza dello yen – ha catalogato una variazione positiva molto contenuta (+0.8% a valori correnti); a sostenere la crescita sono stati principalmente i settori della *Meccanica*, *Metallurgia* ed *Elettrotecnica*, che hanno messo a segno incrementi nell'ordine del 7-8%, dopo le flessioni subite nel 2013. Negativo, invece, soprattutto il contributo dei beni del *Sistema moda* (la cui domanda, come quella di altri prodotti rivolti alle famiglie, ha presumibilmente risentito negativamente dell'aumento dell'imposta sui consumi messo in atto dal governo Abe ad aprile 2014).

Le importazioni di Hong Kong sono, invece, risultate in calo, riflettendo con ogni probabilità il rallentamento dell'economia cinese, per cui il paese riveste l'importante ruolo di *hub* commerciale (triangolando, soprattutto, le merci in ingresso dall'occidente). A conferma di ciò, il mix di beni importati evidenzia un contributo positivo dell'*Alimentare e bevande* e degli *Altri beni di consumo* che riflette la progressiva transizione dell'economia cinese verso un modello di crescita maggiormente trainato dalla domanda interna delle famiglie¹.

Gli altri mercati Maturi Asia – che assorbono nel complesso il 40% dei flussi di manufatti in ingresso in questa sottoarea - hanno evidenziato, nel 2014, dinamiche più favorevoli. In queste economie mature dell'area del Pacifico il PIL è aumentato mediamente a un ritmo nell'ordine del 2% lo scorso anno, con buone performance sia dei consumi sia degli investimenti. Nel caso della Corea del Sud sono stati però principalmente i beni di consumo a sostenere la crescita delle importazioni (+4.6%): in particolare, *Alimentare e bevande*, *Sistema moda*, *Autoveicoli e moto*, *Elettronica*; pur a fronte di flussi più contenuti, tassi di crescita a doppia cifra hanno caratterizzato anche *Mobili*, *Elettrodomestici*, *Chimica farmaceutica* e *Altri prodotti di consumo*. Dinamiche simili si sono osservate per Taiwan (+3.6% il valore dei beni importati nel 2014).

Al di là delle peculiarità che necessariamente emergono quando si guarda ai singoli mercati, a livello complessivo di macroarea il mix settoriale delle importazioni dei Maturi Lontani rispecchia l'elevato grado di maturità e sviluppo che caratterizza le economie dei paesi che ne fanno parte.

A conferma di ciò il fatto che non si riscontrano differenze significative nella composizione del paniere dei beni importati da quest'area dal 2005 a oggi. Certo, alcuni piccoli cambiamenti di peso si sono osservati, ma l'entità degli spostamenti è nettamente più contenuta di quella che ha caratterizzato i mercati Emergenti (protagonisti, invece, di una profonda trasformazione del proprio modello economico nel periodo considerato).

¹ Piuttosto che da investimenti ed esportazioni, come è stato nella fase di forte sviluppo vissuta dall'economia cinese nella prima parte degli anni duemila.

Maturi Lontani⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. C

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Importazioni totali di manufatti	3 194 764	100.0	3.2	28.0	12.3	4.7
Alimentare e Bevande	177 349	5.6	6.3	21.0	8.3	1.4
Sistema moda	202 659	6.3	2.5	31.5	9.9	2.8
Mobili	44 783	1.4	5.8	36.7	14.9	7.4
Elettrodomestici	30 296	0.9	6.3	34.4	14.8	7.0
Chimica farmaceutica e per il consumo	133 366	4.2	8.1	27.9	14.6	7.8
Altri prodotti di consumo	143 131	4.5	11.9	32.4	11.2	4.4
Autoveicoli e moto	332 828	10.4	3.8	26.7	12.3	4.6
Treni, aerei e navi	98 720	3.1	6.6	28.8	16.5	7.0
Meccanica	292 249	9.1	5.7	26.8	13.1	4.7
Elettromedicali e Meccanica di precisione	167 504	5.2	1.6	29.9	14.8	7.0
Elettronica	700 217	21.9	0.4	33.4	12.2	4.9
Elettrotecnica	179 730	5.6	4.4	31.4	14.7	5.7
Prodotti e Materiali da costruzione	40 431	1.3	3.3	23.1	11.1	3.6
Prodotti in metallo	75 200	2.4	3.4	30.0	13.3	4.8
Metallurgia	212 678	6.7	1.0	20.1	11.9	4.9
Intermedi chimici	212 693	6.7	-1.2	13.9	10.0	3.5
Altri intermedi	150 930	4.7	2.0	28.9	11.1	3.4

⁽¹⁾ Nord America, Oceania e Israele e Maturi Asia

Da oltre un decennio, stabilmente al primo e secondo posto per valore importato dai paesi Maturi Lontani si trovano, rispettivamente, i beni dell'*Elettronica* e dell'*Automotive*, che riflettono anche l'effetto traino di importanti insediamenti produttivi localizzati in queste aree. In particolare, le importazioni di *Elettronica* dominano nei mercati lontani asiatici (dove rappresentano circa 1/3 del totale), mentre *Autoveicoli e moto* sono al top nella classifica delle importazioni dell'area Nord America, Oceania e Israele (di cui quasi 2/3 riconducibili al solo mercato statunitense).

Al 3° posto del ranking troviamo la *Meccanica*, con una quota prossima al 9% nel complesso dei Maturi Lontani, che si mostra tuttavia in moderata – ma progressiva – riduzione nel corso dell'ultimo decennio (il calo è imputabile in toto ai maturi asiatici, fatta eccezione per il Giappone). Per contro, un comparto che ha visto aumentare la propria rilevanza (per circa 1 punto percentuale) dal 2005 ad oggi – in particolare sui mercati dell'area Nord America, Oceania e Israele – è l'*Alimentare e bevande*. La recente maggiore apertura commerciale internazionale di questo settore – pur con i vincoli dettati dalle numerose e stringenti barriere, tariffarie e non (dalla *shelf life* dei prodotti alle normative igienico-sanitarie) – costituisce un rilevante stimolo per gli esportatori internazionali anche in ottica prospettica. Stabilmente agli ultimi posti per valore importato troviamo, invece, beni che gravitano nella sfera immobiliare: *Prodotti e materiali per costruzioni*, *Mobili* ed *Elettrodomestici*.

Volgendo l'attenzione all'orizzonte di previsione, uno dei tratti dominanti dello scenario macroeconomico internazionale per gli anni 2015-'17 è il riscatto dei mercati Maturi, in particolare di quelli Lontani; le buone prospettive di crescita economica dovrebbero tradursi in un incremento del peso relativo di questa macroarea anche in termini di commercio mondiale di manufatti.



Quest'ultimo è atteso registrare un'accelerazione del ritmo di espansione lungo l'orizzonte di previsione considerato. In termini di volumi si prospetta un graduale recupero degli scambi su tassi medi nell'ordine del 6% all'anno. La macroarea dei Maturi Lontani è prevista mostrare un incremento dei flussi di manufatti in ingresso ancora più sostenuto, prossimo al 6.7% annuo (a prezzi costanti) nella media del triennio; il differenziale positivo rispetto allo sviluppo del commercio internazionale sarà concentrato soprattutto nel 2015, per assottigliarsi poi progressivamente nel biennio successivo.

Nonostante un contesto marcatamente deflativo per i prezzi degli input industriali (in dollari) sui mercati internazionali, la dinamica in euro correnti sarà fortemente sostenuta, soprattutto nel 2015, dall'andamento del tasso di cambio \$/€: un apprezzamento della valuta americana su quella europea superiore ai 20 punti percentuali in media d'anno² porterà, secondo le nostre stime, il valore dei flussi in euro a sperimentare una crescita del 28% rispetto al livello del 2014 (a fronte di una variazione in dollari di poco superiore all'1%). Il ritmo di crescita è previsto progressivamente decelerare nel biennio successivo, guidando comunque il valore delle importazioni di manufatti dell'aggregato Maturi Lontani verso un aumento del 50% circa nel complesso del periodo 2015-'17.

Il mercato più dinamico è atteso essere quello di Hong Kong (secondo per dimensione dei flussi), seguito a ruota dagli Stati Uniti, previsti però fornire il contributo di gran lunga più rilevante allo sviluppo della domanda estera di manufatti espressa dalla macroarea.

Sebbene non manchino elementi di fragilità (lento riassorbimento dei disoccupati di lunga durata, modesta dinamica salariale, rallentamento della produzione industriale, apprezzamento del dollaro, etc.) che hanno recentemente portato a rivedere al ribasso le stime del PIL per il 2015-'17, l'economia statunitense è prevista in crescita a un ritmo nell'ordine del 2.7% annuo nel periodo. Il principale contributo verrà dalla domanda interna, in particolare dal rafforzamento della spesa delle famiglie che beneficerà, tra le altre cose, dell'aumentato potere d'acquisto legato al calo dei prezzi dell'energia; in consolidamento è attesa anche la ripresa del mercato immobiliare residenziale (resterà, invece, presumibilmente al di sotto del potenziale il recupero degli investimenti produttivi). Un quadro che, pur sottotono rispetto agli slanci di ripresa osservati in fasi

² Dettato principalmente dal crescente disallineamento delle politiche monetarie tra le due sponde dell'Atlantico.



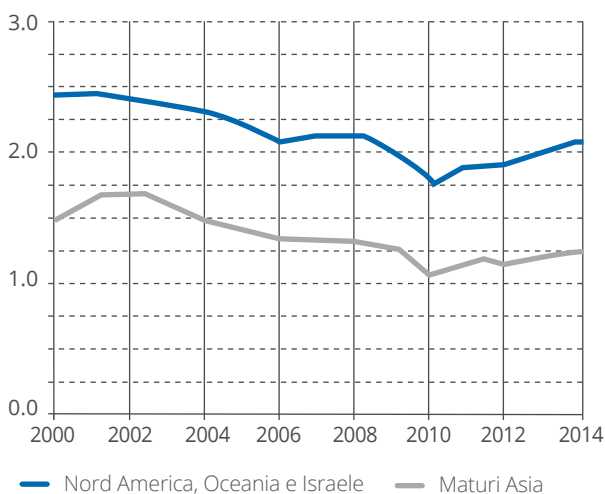
cicliche precedenti, offre interessanti opportunità in termini di potenziali importazioni di beni manufatti: secondo le nostre stime, il loro valore potrebbe superare i 7500 miliardi di euro nel complesso del triennio di previsione (contro i 5300 miliardi conseguiti nel precedente triennio 2012-'14).

Un contributo significativo, sebbene nettamente più contenuto rispetto a quello fornito dai primi due occupanti del podio per dimensione dell'import, è atteso venire anche dal terzo mercato dell'area, quello giapponese che – a fronte di una crescita del PIL attesa consolidarsi intorno all'1% annuo – vedrà un incremento degli acquisti dall'estero per tutti i settori manifatturieri nel periodo 2015-'17. Di entità solo di poco inferiore saranno gli apporti positivi di Sud Corea e Canada (la cui economia beneficerà della stretta correlazione con il ciclo Usa).

In ottica settoriale, a livello di macroarea, si confermano le tendenze già evidenziate per il 2014. I ritmi di crescita in euro correnti si presenteranno sostenuti – a doppio *digit* in pressoché tutti i comparti nel biennio 2015-'16, in generalizzata decelerazione nel 2017 - per tutte le categorie di beni importati. I contributi più rilevanti verranno però dall'*Elettronica*, la voce di gran lunga più rilevante nell'area dei Maturi Lontani asiatici, a cui si aggiungono *Autoveicoli e moto* e *Meccanica*. Tra i prodotti più direttamente attivati dai consumi delle famiglie, si segnala in particolare il buon contributo atteso dal *Sistema moda*, soprattutto per quanto riguarda la domanda espressa dall'area del Nord America. In linea generale, nell'orizzonte di previsione considerato non si attendono comunque ricomposizioni significative del paniere di beni importati dall'aggregato dei Maturi Lontani.

Le opportunità per le imprese italiane

Quote italiane sulle importazioni di manufatti
(prezzi correnti) Fig. B



Sul "grande" mercato dei Maturi Lontani le imprese italiane vantano una presenza nel complesso piuttosto contenuta. L'Italia risulta al 9° posto tra gli esportatori nell'area Nord America, Oceania e Israele – con una quota media attualmente assestata nell'ordine del 2% – ed è fuori dalla top-10 per quanto riguarda la fornitura dei Maturi asiatici, dove compare solo al 17° posto, con una quota media poco al di sopra dell'1%.

L'oggettiva elevata distanza geografica è sicuramente tra i principali fattori ad accrescere la complessità delle opera-



zioni di export verso questi mercati³, con l'effetto di contenerne la potenziale espansione (i chilometri che separano Roma da New York sono circa 7000, che salgono a 10000 per portarsi sulla costa ovest del paese americano; la distanza con Tokio ammonta a oltre 9800 km). Tuttavia, negli ultimi anni, a fronte di un contesto di domanda difficile sul mercato nazionale e, almeno fino allo scorso anno, su gran parte dei vicini europei, **le imprese manifatturiere italiane sembrano essersi attrezzate per muoversi anche su distanze più lunghe, pur di cogliere le opportunità offerte dalla domanda mondiale di manufatti.**

Gli sforzi di internazionalizzazione commerciale in questo senso sono ben testimoniati dalla consistente accelerazione registrata dalle esportazioni verso i Maturi Lontani nel quadriennio 2011-'14: nel complesso, la variazione media annua delle vendite su questi mercati di manufatti prodotti in Italia (misurata in euro correnti) è stata di poco inferiore al 10%, a fronte di un incremento della domanda di importazioni della macroarea prossima al 6% all'anno nel periodo. In particolare, nel 2014 il valore in euro delle esportazioni italiane nei Maturi Lontani è aumentato del 7% circa, superando la soglia dei 55 miliardi di euro (l'import complessivo di manufatti nella macroarea è, invece, cresciuto del 3.2%). Il contributo di gran lunga più rilevante è venuto dall'incremento dei flussi diretti in Nord America.

Tali dinamiche sottendono un moderato recupero negli anni più recenti della quota italiana, dopo il minimo dell'1.5% toccato nel 2010 (era 2.1% nel 2000, nell'ordine del 2.5% nella media degli anni '90). Il recupero di competitività è stato un po' più intenso - circa 3 decimi di punto percentuale nel periodo 2011-'14 - nell'area Nord America, Oceania e Israele, stimolato soprattutto dalle interessanti opportunità offerte dal migliorato stato di salute del mercato statunitense. Un poco inferiore ai 2 decimi di punto l'incremento della quota registrato sui mercati Maturi asiatici.

Scendendo più nel dettaglio, l'area Nord America, Oceania e Israele rappresenta mediamente poco più del 10% dell'export italiano di manufatti (il peso è in leggera crescita negli anni recenti). Come accennato in apertura, ciò è appena sufficiente a conseguire una quota di mercato prossima al 2%. Al di là del dato medio, va comunque osservato che alcuni settori vantano una maggiore penetrazione, dai *Prodotti per costruzioni* (6.4% la quota italiana nel 2014, grazie principalmente alle esportazioni di piastrelle, prodotto di eccellenza del Made in Italy ben riconosciuto dal consumatore americano) alla *Meccanica* (4.7% nel 2014, che negli ultimi anni ha saputo far valere la distintività dei propri prodotti, riguadagnando buona parte delle posizioni perse negli anni acuti della crisi).

³ A conferma di ciò il fatto che analoghi livelli di quota di mercato caratterizzano anche i mercati Emergenti Lontani.

Nord America, Oceania, Israele⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. D

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	1 814 652		8.3	13.8	-1.9	5.1	
Cina	350 169	19.3	10.2	17.5	1.0	7.0	2.6
Stati Uniti	215 527	11.9	7.6	14.2	-4.7	0.6	-1.0
Messico	214 532	11.8	5.7	17.2	2.3	9.2	1.5
Canada	165 704	9.1	6.4	10.3	-3.1	3.0	-0.8
Giappone	118 607	6.5	1.7	21.9	-10.2	-4.3	-1.0
Germania	113 735	6.3	12.5	18.1	2.3	5.1	0.3
Sud Corea	59 896	3.3	12.0	9.9	1.0	11.6	0.4
Regno Unito	47 495	2.6	7.9	8.5	-6.9	8.8	-0.4
Italia	37 773	2.1	14.9	13.7	3.6	8.7	0.1
Taiwan	35 477	2.0	12.0	2.4	-5.6	5.5	-0.2

⁽¹⁾ Australia, Canada, Israele, Nuova Zelanda, Stati Uniti

Ben diversa è, tuttavia, la posizione competitiva del principale fornitore di quest'area - la Cina - che nel 2014 ha soddisfatto oltre il 19% dei flussi di manufatti in ingresso, consolidando il trend di progressivo miglioramento osservato nell'ultimo quinquennio storico.

In ottica di specializzazione settoriale è però opportuno sottolineare che imprese italiane e cinesi si confrontano su campi in parte diversi.

Se i beni del Sistema moda rappresentano una fetta rilevante dell'export per entrambi i paesi (17% per la Cina, 11% per l'Italia, nel 2014), le esportazioni italiane sono composte per quasi il 40% da prodotti dell'industria *Meccanica* (25% del totale, che sale di un ulteriore 4% se si considera anche il comparto *Elettromedicali e meccanica di precisione*) e dell'*Alimentare e bevande* (11%). Per contro, tra le vendite cinesi dominano i prodotti dell'*Elettronica* - poco meno del 30% del totale - un dato che riflette in parte le delocalizzazioni in loco di fasi di lavorazione/assemblaggio di prodotti IT attuate in questi anni da grandi imprese statunitensi.

Una posizione di rilievo nella top-10 degli esportatori nell'area Nord America, Oceania e Israele è occupata dal Messico che, con una quota prossima al 12%, si colloca sul 3° gradino del podio, beneficiando dell'elevato grado di integrazione produttiva e commerciale con i vicini Stati Uniti: *Automotive ed Elettronica* alimentano quasi la metà dei flussi di manufatti messicani in ingresso, a cui si aggiunge un 20% di *Elettrotecnica e Meccanica*. Il commercio intra-area, per mano principalmente di Stati Uniti e Canada, rappresenta circa 1/5 dei beni industriali di origine estera assorbiti dalla macroarea - per un valore di oltre 380 miliardi nel 2014 - alimentato, anche in questo caso, in gran parte da flussi *cross border* tra i due paesi. Nell'ultimo quinquennio, tuttavia, a fronte dell'avanzata cinese e di un guadagno di quote del Messico, il peso degli scambi intra-area ha subito un significativo arretramento.

Nei Maturi asiatici la rilevanza del commercio intra-area è un poco più elevata (23% del totale importato nel 2014), ma in consistente riduzione nell'ultimo periodo. Concentrandosi sui primi 10 esportatori (che soddi-

sfano l'80% dell'import complessivo), si osserva come a scontare una forte perdita di competitività nell'ultimo quinquennio siano state soprattutto le produzioni giapponesi, che hanno ceduto il secondo posto, in termini di valore, agli Stati Uniti.

Maturi Lontani asiatici⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. E

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	1 380 112		9.8	12.1	0.4	0.7	
Cina	511 940	37.1	15.8	22.3	7.7	-0.7	6.4
Stati Uniti	121 063	8.8	6.9	9.0	-2.6	1.0	-0.7
Giappone	110 157	8.0	-1.8	2.0	-12.8	-5.3	-3.6
Taiwan	83 026	6.0	4.7	13.4	3.5	10.5	0.7
Singapore	62 698	4.5	1.9	11.8	-1.9	1.9	-0.2
Sud Corea	57 407	4.2	15.6	4.0	-12.3	-1.6	-0.8
Germania	49 320	3.6	10.7	7.7	2.0	4.8	-0.1
Malesia	48 507	3.5	1.6	2.9	-5.6	6.9	-0.6
Thailandia	36 081	2.6	1.7	11.2	-4.4	1.0	-0.4
Indonesia	22 614	1.6	7.9	7.5	-7.4	3.4	-0.3

⁽¹⁾Hong Kong, Giappone, Sud Corea, Singapore, Taiwan

Vero *dominus* incontrastato su questi mercati è però ancora la Cina, arrivata ad alimentare il 37% del fabbisogno estero di manufatti dei mercati Maturi asiatici, guadagnando quasi 6.5 punti rispetto al posizionamento del 2009, grazie anche al beneficio della vicinanza geografica che favorisce lo sviluppo di partnership produttive e commerciali tra i paesi dell'area. Una quota rilevante di questi flussi riguarda scambi di componenti ICT.

Tra gli europei, l'unico paese a figurare tra i principali fornitori dell'area è la Germania, con una quota nel complesso di poco inferiore al 4%, concentrata principalmente su beni del comparto *Automotive* e della filiera *Meccanica*. Nonostante l'avanzata cinese, le produzioni tedesche hanno saputo mantenere relativamente saldo il proprio posizionamento nell'ultimo quinquennio.

Per l'Italia l'area dei Maturi asiatici rappresenta appena il 5% dell'export complessivo di manufatti, un dato in crescita dopo il minimo toccato nel biennio 2007-'08, ma ancora del tutto insufficiente a far comparire le nostre imprese nelle posizioni che contano.

La quota di mercato italiana, stimata mediamente pari all'1.3% nel 2014, è ancora quella di un fornitore marginale. Il peso più rilevante nel paniere di beni importati dall'Italia è rivestito dal *Sistema moda* (1/3 del totale); in questo comparto la quota italiana è ben più elevata della media - ha raggiunto il 7% nel 2014 - in virtù del segmento del lusso molto apprezzato dalle ampie fasce di consumatori benestanti residenti in quest'area. Segue la *Meccanica*, dove la quota si è stabilmente attestata intorno al 3% nell'ultimo biennio storico.



In ottica prospettica, un'attenzione particolare meritano i mercati del Nord America, Oceania e Israele. Già oggi quest'area assorbe la parte dominante dei manufatti italiani diretti verso i Maturi Lontani ed è tra quelle che, nell'ultimo triennio, hanno fornito i contributi positivi più rilevanti all'evoluzione dell'export manifatturiero complessivo dell'Italia; **ma, soprattutto, essa mostra un ampio potenziale ancora non sfruttato per il futuro.**

Il riferimento è, in particolare, agli Stati Uniti, un mercato composto da oltre 315 milioni di persone (il 7% della popolazione mondiale), con un PIL pro capite medio tra i più alti al mondo (quasi 55 mila dollari, nel 2014), che contribuisce rispettivamente per oltre il 20% e il 13% al PIL e al commercio mondiale di manufatti. Un polo di attrazione notevole per gli interessi degli esportatori internazionali; e ancor di più per quelli italiani che, alla luce della struttura di specializzazione del manifatturiero, possono trovare nel consumatore statunitense un acquirente maturo che associa consapevolmente il prodotto di origine italiana agli effettivi settori di punta del Made in Italy. Ad oggi, la penetrazione dei manufatti prodotti in Italia risulta, infatti, significativamente maggiore della media per il tritico Alimentare-Moda-Arredamento, oltre che per il comparto allargato della *Meccanica* e i già citati *Prodotti per costruzioni* (piastrelle), che potrebbero nei prossimi anni beneficiare anche del supporto di un ritrovato rafforzamento del ciclo edilizio.

Maturi Lontani⁽¹⁾: Quote di mercato degli esportatori italiani Tab. F

	Valori 2014 ⁽¹⁾	Nord America, Oceania e Israele			Maturi Asia		
	(mil. euro)	09-12	2013	2014	09-12	2013	2014
Importazioni di manufatti dall'Italia	55 123	1.9	2.0	2.1	1.2	1.2	1.3
Alimentare e Bevande	5 493	4.3	4.3	4.3	1.5	1.6	1.6
Sistema moda	9 813	3.2	3.3	3.4	6.1	6.5	7.0
Mobili	1 263	2.6	2.7	2.8	3.8	3.0	3.0
Elettrodomestici	542	2.0	1.8	2.0	1.3	1.2	1.3
Chimica farmaceutica e per il consumo	3 128	2.0	2.2	1.8	4.0	5.1	3.8
Altri prodotti di consumo	1 663	1.6	1.4	1.4	0.8	0.6	1.0
Autoveicoli e moto	3 944	0.8	1.0	1.1	2.1	2.0	2.0
Treni, aerei e navi	3 051	5.3	4.4	4.2	0.9	1.1	1.2
Meccanica	12 136	3.8	4.5	4.7	2.5	3.0	2.9
Elettromedicali e Meccanica di precisione	2 685	1.7	1.8	1.8	1.0	1.2	1.4
Elettronica	792	0.3	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1
Elettrotecnica	1 462	1.0	0.9	1.0	0.6	0.6	0.6
Prodotti e Materiali da costruzione	1 773	6.1	6.5	6.4	1.6	1.5	1.6
Prodotti in metallo	1 332	1.9	2.1	2.1	1.1	1.1	1.0
Metallurgia	2 393	1.4	1.6	1.9	0.4	0.4	0.4
Intermedi chimici	2 145	1.2	1.2	1.3	0.6	0.6	0.7
Altri intermedi	1 508	1.2	1.1	1.2	0.7	0.6	0.6

⁽¹⁾ Nord America, Oceania, Israele e Maturi Asia

Lusso, qualità, status symbol e bellezza sono i principali valori che guidano l'acquisto di prodotti italiani negli Stati Uniti. Per migliorare il proprio posizionamento in futuro le imprese italiane dovranno valorizzare e fare sinergia di questi punti di forza richiamati alla mente del potenziale consumatore dal "brand Italia".

Quello statunitense è un mercato variegato e complesso, date le sue dimensioni. Gli oltre 300 milioni di consumatori non possono essere approcciati come un *unicum* omogeneo. In particolare, la ricchezza è concentrata su pochi stati o province, con un forte divario nei redditi tra il nord e il sud del paese.

Il budget medio annuo di spesa dedicato alle produzioni tipiche del Made in Italy ammonta a oltre 5 mila \$ all'anno, ma la spesa maggiore è attualmente concentrata sulla costa est. L'allargamento verso ovest (Texas e California i casi più interessanti) rappresenta una sfida strategica per le imprese italiane.

La distribuzione rappresenta poi un non marginale elemento di criticità. La piccola dimensione che mediamente caratterizza gli operatori italiani appare poco adatta a interfacciarsi con il "grande" mercato americano. In questo senso, un possibile salto di qualità potrebbe venire da consistenti investimenti in termini di e-commerce, un canale che sta assumendo sempre più importanza nelle modalità di acquisto del consumatore statunitense (gli Usa sono risultati il 2° mercato al mondo per vendite on-line nel 2014, dopo la Cina).

Più in generale, in riferimento al potenziale dell'area Nord America, Oceania e Israele per i prossimi anni meritano un accenno gli accordi bilaterali Ue-Canada (CETA) e Ue-Usa (TTIP): il primo negoziato di recente approvazione, il secondo ancora in discussione, rappresentano importanti opportunità per lo sviluppo futuro dei rapporti commerciali tra i due continenti, allargando considerevolmente la platea di consumatori anche per i prodotti italiani. Secondo stime Prometeia, *Sistema moda, Alimentare e bevande, Prodotti per le costruzioni e Altri beni di consumo* (gioielleria, etc.) sono i settori che avrebbero i guadagni più significativi (in quanto attualmente subiscono dazi e barriere). Nello scenario ottimistico, che vede interessati tutti i capitoli della liberalizzazione e un contrasto dei comportamenti scorretti (*Italian sounding*), si avrebbero oltre 2 miliardi di maggiori esportazioni per l'Italia rispetto al mondo senza accordi di libero scambio tra le due sponde dell'Atlantico.

**IMPORTAZIONI
DEI PAESI
EMERGENTI LONTANI**





IMPORTAZIONI DEI PAESI EMERGENTI LONTANI

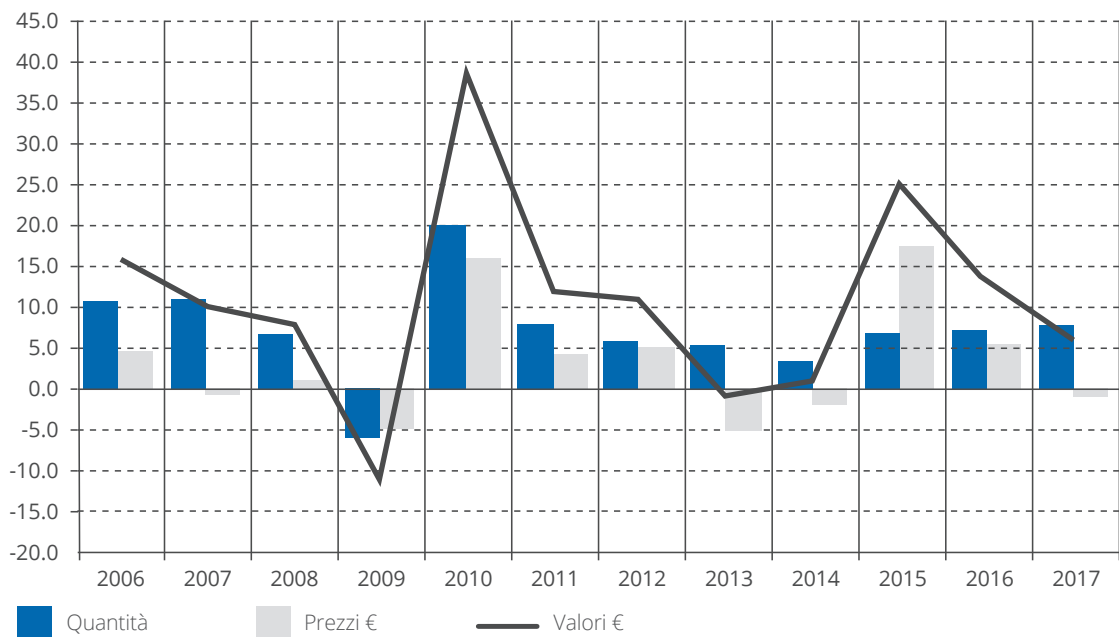
Le importazioni di manufatti

I paesi Emergenti Lontani costituiscono un aggregato piuttosto eterogeneo, per quanto unito nel passato recente da estrema dinamicità della domanda di manufatti.

Malgrado nel 2014 la crescita dell'area sia stata piuttosto contenuta, ad un tasso pari a circa la metà di quello mondiale, già a partire da questo anno gli Emergenti Lontani torneranno ad essere un traino per lo sviluppo del commercio internazionale.

Anche in un anno di relativo rallentamento, il peso dell'area si è mantenuto comunque al di sopra di un quinto sul totale delle importazioni mondiali. Dopo un 2014 caratterizzato da un contributo positivo delle quantità rispetto ai prezzi, nel 2015, alla luce delle dinamiche deflative in corso sui mercati internazionali, i prezzi incideranno maggiormente sulle importazioni a valori correnti, che risentono principalmente del deprezzamento dell'euro vis-à-vis con il dollaro.

Importazioni di manufatti (Var. %) Fig. A



Il gruppo si compone di tre sottoinsiemi diversi non solo per posizione geografica, ma anche e soprattutto per peso sul commercio mondiale. **Dominano gli Emergenti asiatici che costituiscono oltre i 2/3 delle importazioni dell'area.** Il dato non sorprende dal momento che l'aggregato contiene la seconda economia mondiale, la Cina, che da sola



pesa per più della metà delle importazioni degli Emergenti Asia. Ma all'interno dell'insieme vi sono anche altri importanti paesi quali India, Malesia, Thailandia e Vietnam i cui tassi di crescita delle importazioni si manterranno sostenuti nei prossimi anni.

Fanno parte degli Emergenti Lontani anche i paesi dell'America Latina, *in primis* Messico e Brasile che, da soli, costituiscono poco meno dei 3/4 dell'import dell'area. Accanto a questi paesi vi sono poi economie in difficoltà quali l'Argentina e il Venezuela, ma anche grandi promesse, attese a tassi di crescita elevati, come Colombia e Perù.

Infine, l'area degli Emergenti Lontani include alcune tra le principali economie dell'Africa subsahariana, Nigeria e Sud Africa, rispettivamente prima e seconda economia del sub-continente per prodotto interno lordo; ma anche Angola, in continua espansione; Etiopia, che ha registrato tra i più alti tassi di crescita del PIL nel continente; e, infine, Ghana e Kenya, anch'essi pedine stabili nell'Africa subsahariana.

L'area con valori di importazioni maggiori, la terza al mondo, è rappresentata dall'Asia, i cui paesi hanno complessivamente registrato un incremento dell'1.8% a prezzi correnti.



In sintonia con quanto segnalato rispetto alle dinamiche deflative registrate nel corso del 2014, le importazioni a prezzi costanti sono cresciute ad un tasso più elevato (+3.9%). **Il risultato è stato trainato dalla Cina, che domina l'area, ma ottime performance sono state registrate anche dal Vietnam, dalle Filippine e dal Pakistan.** I restanti paesi hanno invece riscontrato delle contrazioni. Tuttavia, un'analisi sui dati a prezzi costanti mostra dinamiche molto diverse: le importazioni risultano infatti cresciute in quasi tutti i paesi con la sola eccezione del Kazakistan, la cui moneta ha subito una forte svalutazione, e della Thailandia.

Emergenti Asia⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. A

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	1 491 979	100.0	1.8	27.7	14.2	7.2
Cina	778 898	52.2	2.3	27.0	14.6	7.4
Indonesia	96 867	6.5	-4.4	26.6	14.3	9.1
India	153 647	10.3	-0.5	31.3	16.2	8.5
Kazakistan	19 164	1.3	-9.0	22.4	8.3	4.3
Malesia	129 926	8.7	-0.1	25.5	12.3	5.3
Pakistan	20 925	1.4	8.8	27.2	10.6	3.3
Filippine	60 029	4.0	11.1	29.4	12.1	5.0
Thailandia	118 435	7.9	-7.0	26.4	11.7	5.9
Vietnam	114 088	7.6	17.3	32.7	15.9	7.8

⁽¹⁾ Cina, Indonesia, India, Kazakistan, Malesia, Pakistan, Filippine, Thailandia, Vietnam



Già a partire da questo anno, gli acquisti dall'estero di tutti i paesi monitorati sono stimati in crescita, sia a prezzi correnti che a prezzi costanti. Tuttavia, la dinamica di deprezzamento dell'euro inciderà sulle esportazioni potenziando l'effetto valori su quello dei volumi. Questi ultimi hanno previsioni dunque molto più contenute rispetto a quelle a prezzi correnti, nel 2015 previste in crescita di oltre il 20% per tutti i paesi asiatici.

In particolare, a trainare gli acquisti dell'area dall'estero saranno i due "giganti": Cina e India, quest'ultima attesa ad un tasso di crescita del PIL per la prima volta superiore a quello cinese. Il sorpasso garantirà la possibilità per l'India di incrementare l'import, registrando l'aumento più significativo nell'area. Una dinamica particolarmente positiva caratterizzerà anche il Vietnam.

Nel prossimo triennio tutta l'Asia emergente si confermerà una delle aree più dinamiche per import, trainata dall'andamento di India, Indonesia e Vietnam.

Delle tre aree considerate, l'Africa meridionale ha registrato complessivamente una crescita del 3.5% nel 2014, la più alta dell'aggregato e la terza al mondo dopo i paesi Mena e quelli del gruppo Nord America.

Tutti i paesi africani hanno vissuto incrementi considerevoli, ad eccezione del Ghana e del Sud Africa. Particolarmente elevati i tassi di crescita di Angola ed Etiopia. L'Angola sta rapidamente ascendendo nella graduatoria dei produttori di petrolio greggio al mondo; in meno di 10 anni è passata dal 12° al 7° posto tra i principali esportatori mondiali di greggio, una crescita che ha consentito anche un parallelo incremento del PIL e ha sostenuto la domanda interna, anche di prodotti stranieri, per lo più manufatti, dal momento che l'economia locale è concentrata nella produzione di prodotti estrattivi (quasi il 99%¹⁾). L'Etiopia è invece il paese che ha ottenuto i maggiori tassi di crescita del PIL rispetto a tutti i paesi dell'Africa subsahariana. Anche in questo caso l'andamento positivo dell'attività produttiva si è tradotto in un boom di importazioni di manufatti.

Africa meridionale⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. B

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	118 167	100.0	3.5	23.3	12.6	5.5
Angola	17 190	14.5	25.0	26.1	13.8	8.0
Etiopia	4 614	3.9	27.1	39.1	22.3	15.3
Ghana	7 192	6.1	-10.7	26.0	11.8	7.8
Kenya	8 576	7.3	11.5	30.5	15.8	7.5
Nigeria	28 740	24.3	13.3	20.5	11.2	4.0
Sud Africa	51 856	43.9	-6.8	20.9	11.5	3.7

⁽¹⁾ Angola, Etiopia, Ghana, Kenya, Nigeria, Sud Africa

Fonte: Unctad.



Nel prossimo biennio, il ritmo di crescita degli acquisti dal mondo continuerà ad essere considerevole, grazie anche a un effetto prezzo derivante dal deprezzamento dell'euro.



Dal 2017, invece, è attesa una crescita trainata dai volumi più che dai valori, come attestano i dati a prezzi costanti. Particolarmente esplosive saranno le dinamiche di Etiopia, Kenya e Angola, mentre una crescita più contenuta, non solo rispetto ai partner dell'area, ma anche rispetto alla media mondiale, si dovrebbe verificare nelle prime due economie subsahariane: Nigeria e Sud Africa.

L'ultima area all'interno dell'aggregato Emergenti Lontani è costituita dall'**America Latina, le cui importazioni sono complessivamente calate dell'1% nel corso del 2014**. Il dato non sorprende vista la situazione peculiare di molti paesi, coinvolti in problemi sia politici che economici, particolarmente esposti al ciclo delle commodity. Il rallentamento più significativo è stato quello del Brasile, il cui import di manufatti si è ridotto del 6% nel 2014. Questo dato può essere ascrivibile alla stagnazione del paese, il cui prodotto interno lordo è cresciuto, a prezzi costanti, appena dello 0.1%².

Le flessioni più consistenti in termini percentuali si sono registrate in Argentina e Venezuela. Entrambi i paesi hanno sperimentato delle turbolenze macroeconomiche e finanziarie che ne hanno minato la performance economica. Nel caso dell'Argentina, le controversie con gli hedge fund statunitensi hanno minato la credibilità del sistema finanziario, già provata da precedenti default, fino al fallimento della metà del 2014. Il dato sull'inflazione si è attestato sul 24% alla fine dell'anno.

Anche il Venezuela si trova in serie difficoltà economiche dalla fine dell'era Chavez, incrementate dal basso corso del petrolio e da un'inflazione galoppante (oltre il 60%). In questo contesto di forte scarsità di generi per la popolazione, anche di prima necessità, e di riserve di valuta estera in veloce contrazione, non sorprende che le importazioni ne abbiano risentito pesantemente.

America Latina⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. C

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	519 065	100.0	-1.0	20.9	11.4	4.0
Argentina	34 463	6.6	-17.8	15.6	6.3	3.0
Brasile	127 284	24.5	-6.0	12.1	8.7	4.6
Cile	34 756	6.7	-9.4	24.7	9.9	1.6
Colombia	33 138	6.4	5.5	20.9	10.6	3.2
Messico	246 265	47.4	7.5	25.7	13.7	5.5
Perù	21 599	4.2	-4.0	22.8	9.5	3.1
Venezuela	21 560	4.2	-16.4	17.5	12.7	7.9

⁽¹⁾ Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Messico, Perù, Venezuela

⁽²⁾ Fonte: Fmi.



A prezzi costanti, le importazioni si sono contratte pressoché in tutte le economie, ad eccezione della Colombia e del Messico, che costituisce il primo importatore di manufatti dell'area. La Colombia ha registrato la maggiore crescita dell'area a livello di PIL: l'andamento favorevole dell'economia ha stimolato, anche in questo caso, gli acquisti dall'estero cresciuti sia in volume che in valore. Nel caso del Messico, l'aumento dell'import è stato significativo, +9.1% e si accompagna ad un tasso di crescita del prodotto interno lordo che va rafforzandosi anno dopo anno.

Le prospettive per il prossimo biennio disegnano per l'America Latina un 2015 ancora piuttosto dinamico, con una crescita in linea con la media mondiale.

Tuttavia è previsto un rallentamento nel corso dei successivi due anni, con espansioni ragguardevoli per il solo Messico.

Emergenti Lontani⁽¹⁾: Importazioni di manufatti in euro correnti Tab. D

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % medie annue			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Importazioni totali di manufatti	2 129 211	100.0	1.2	25.8	13.4	6.5
Alimentare e Bevande	122 672	5.8	2.9	26.7	13.6	6.6
Sistema moda	109 512	5.1	6.9	34.4	15.4	8.2
Mobili	12 157	0.6	2.5	31.0	13.3	6.3
Elettrodomestici	9 001	0.4	2.3	23.4	8.0	1.6
Chimica farmaceutica e per il consumo	58 772	2.8	4.2	22.5	11.5	5.1
Altri prodotti di consumo	29 627	1.4	0.6	34.6	15.1	8.5
Autoveicoli e moto	182 924	8.6	-1.6	28.9	15.8	9.4
Treni, aerei e navi	46 510	2.2	2.1	22.4	14.2	7.1
Meccanica	251 529	11.8	0.7	23.2	11.1	4.5
Elettromedicali e Meccanica di precisione	119 060	5.6	-0.2	33.1	18.0	11.6
Elettronica	398 755	18.7	1.9	30.4	13.1	5.9
Elettrotecnica	128 433	6.0	3.1	27.0	13.6	6.5
Prodotti e Materiali da costruzione	26 672	1.3	8.4	21.3	11.1	4.2
Prodotti in metallo	55 955	2.6	6.9	24.1	11.4	4.4
Metallurgia	181 381	8.5	-6.6	21.9	13.1	6.0
Intermedi chimici	284 007	13.3	2.0	15.3	13.4	6.1
Altri intermedi	112 244	5.3	1.8	27.0	11.5	4.5

⁽¹⁾ Emergenti Asia, Africa meridionale e America Latina



Un'analisi disaggregata per settori mostra che l'incremento complessivo dell'area degli Emergenti Lontani (1.2 % nel corso del 2014) è il frutto di aumenti generalizzati tra i vari settori.



Le contrazioni hanno, infatti, interessato solo l'import di *Metallurgia* (-6.6%), *Autoveicoli e moto* (-1.6%) ed *Elettromedicali e Meccanica di precisione* (-0.2%).

Il settore più incisivo sull'aggregato è stato tuttavia l'*Elettronica*, che da sola costituisce poco meno di un quinto delle importazioni totali dell'area, cresciuta dell'1.9%.

Particolarmente dinamici si sono inoltre rivelati i settori del *Sistema moda*, della *Chimica farmaceutica e per il consumo*, dei *Prodotti e Materiali da costruzione* e dei *Prodotti in metallo*.

Le dinamiche settoriali sono naturalmente diversificate per aree geografiche. In America Latina, il dato negativo è ascrivibile a tre settori, costituenti oltre il 40% degli acquisti dall'estero: *Elettronica* (-1.1%), *Meccanica* (-1.8%) e *Autoveicoli e moto* (-12.3%).

In Asia, il dato aggregato è stato frenato dalla *Metallurgia*, in contrazione dell'8.2%, settore peraltro in sofferenza a livello mondiale (le importazioni infatti si sono ridotte del 5.7% nel 2014).

L'area più dinamica, l'Africa meridionale, ha sperimentato sviluppi positivi settorialmente diffusi con flessioni solo per *Autoveicoli e moto*, *Metallurgia* e *Altri prodotti di consumo*.

Le tendenze per il prossimo triennio prevedono incrementi generalizzati dell'import per tutti i tre raggruppamenti: gli Emergenti Lontani si confermeranno un'area estremamente dinamica, con una domanda interna in rapida espansione anche se con ritmi diversificati a seconda dell'area geografica di appartenenza. Complessivamente la domanda aumenterà in modo significativo negli *Altri prodotti di consumo*, nel *Sistema moda* e nei *Mobili* oltre che nella *Meccanica*, negli *Elettromedicali* e nell'*Elettronica*.

Su queste dinamiche appare incisivo il progressivo spostamento verso paradigmi di consumo più vicini a quelli occidentali, soprattutto da parte della Cina, cambiamento che dovrebbe stimolare gli acquisti dall'estero che, infatti, proprio nell'area degli Emergenti Asia troveranno l'incremento più cospicuo.

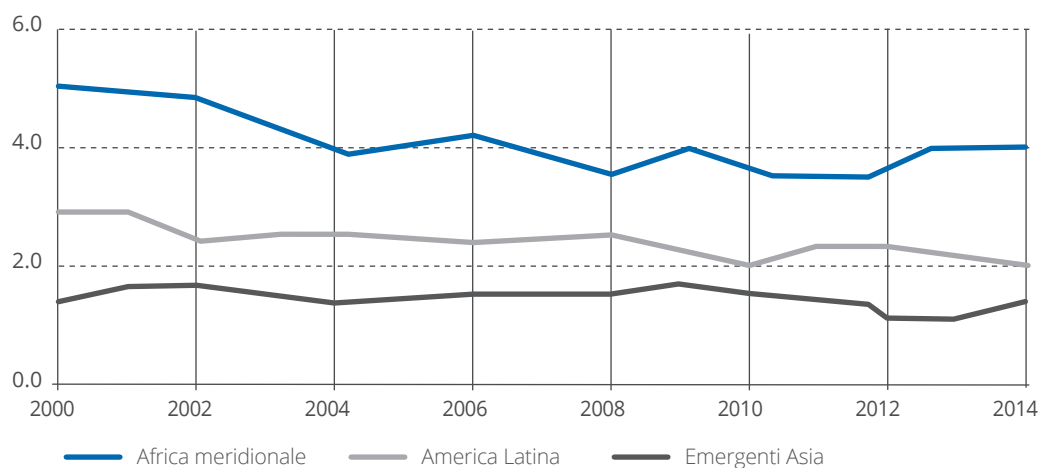
Torneranno positivi anche i settori che hanno vissuto le maggiori sofferenze in questo periodo, quali la *Metallurgia* e gli *Autoveicoli e moto*. Tuttavia, l'andamento delle importazioni dall'area degli Emergenti Lontani dipenderà in modo cruciale dal corso delle commodity. Molti dei paesi appartenenti a quest'area hanno economie strutturate sulla produzione di materie prime, il cui corso internazionale risulta dunque fondamentale per la loro crescita economica e conseguentemente per la loro capacità di approvvigionarsi dall'estero per quanto concerne soprattutto i manufatti.

Le opportunità per le imprese italiane

Il posizionamento dell'Italia nella macroarea degli Emergenti Lontani risulta relativamente debole. La quota nell'area complessivamente considerata è pari all'1.6%, in lieve riduzione rispetto al periodo 2008-'12, ma stabile rispetto al 2013. Negli ultimi due anni, tuttavia, la dinamica delle importazioni di manufatti dal mondo degli Emergenti Lontani ha mostrato un rallentamento se confrontata con i ritmi del decennio precedente, con particolare riferimento all'area asiatica e a quella dell'America Latina.

L'andamento positivo atteso per la domanda di manufatti può far ben sperare per le opportunità di paesi manifatturieri ed esportatori come l'Italia. Da un lato il potenziale appare interessante, dall'altro le imprese italiane scontano però le tradizionali difficoltà che persistono nella penetrazione dei mercati emergenti. Non solo la distanza geografica, ma anche la distanza culturale e le difficoltà di sistemi burocratici e logistici molto diversi dai modelli occidentali possono costituire degli ostacoli al commercio con i paesi Emergenti Lontani, anche se tra loro convivono gruppi estremamente eterogenei.

Quote italiane sulle importazioni di manufatti (prezzi correnti) Fig. B



Il ritardo dell'Italia è particolarmente evidente negli Emergenti Asia, area che riveste un ruolo importante negli scambi mondiali, assorbendo oltre il 15% delle importazioni mondiali e dove l'Italia non figura fra i principali esportatori, con una quota dell'1.3%.

Tale quota è il risultato di un lieve incremento registrato negli ultimi due anni, un recupero che è avvenuto in un contesto di rallentamento della domanda di importazioni degli emergenti asiatici. L'area risulta fortemente presidiata da altre economie asiatiche, in particolare Cina, Giappone, Sud Corea e Taiwan che forniscono da sole quasi la metà delle



importazioni dell'area. Considerando i principali partner non asiatici, gli Stati Uniti figurano al quinto posto della graduatoria assoluta con una quota del 7.1% e flussi in evidente rallentamento rispetto agli ultimi due anni. La Germania sembra difendere meglio il proprio posizionamento con una quota del 6.5%, in aumento di tre decimi di punto rispetto al 2009. Nella graduatoria figura anche il Regno Unito, collocandosi al decimo posto con una quota modesta (1.9%) e in netto distacco rispetto agli altri principali partner.

Emergenti Asia⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. E

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-'14
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	1 491 979		11.0	10.5	0.4	1.8	
Cina	204 475	13.7	18.0	24.1	12.1	12.6	4.6
Giappone	195 047	13.1	5.4	6.7	-14.2	-2.5	-3.7
Sud Corea	151 826	10.2	9.1	10.8	7.0	1.3	0.5
Taiwan	142 209	9.5	4.2	12.3	11.8	-1.1	0.5
Stati Uniti	106 366	7.1	6.7	6.1	3.7	1.4	-0.6
Singapore	104 123	7.0	4.9	10.9	0.9	1.3	-0.7
Germania	97 432	6.5	19.4	5.3	-0.7	7.7	0.3
Malesia	61 688	4.1	16.1	7.3	-4.1	-2.0	0.1
Thailandia	42 425	2.8	11.3	12.9	-4.3	1.5	0.0
Regno Unito	28 598	1.9	24.5	9.9	9.9	17.4	0.6

⁽¹⁾ Cina, Indonesia, India, Kazakistan, Malesia, Pakistan, Filippine, Thailandia, Vietnam

Nel dettaglio settoriale, l'Italia presenta un posizionamento superiore alla media nei settori tipici del Made in Italy, con particolare riferimento al *Sistema moda* e al sistema casa. Il peso dei prodotti del sistema casa (*Mobili ed Elettrodomestici*) risulta tuttavia marginale nella distribuzione settoriale delle importazioni degli Emergenti Asia dal mondo, rappresentando meno dell'1% del totale. Il *Sistema moda* presenta un peso maggiore (5%) e una dinamicità superiore alla media anche nelle proiezioni riferite al triennio 2015-'17, con variazioni superiori al 10% (prezzi costanti).



Nell'ambito dei settori di specializzazione commerciale dell'Italia, **fanno eccezione i prodotti dell'*Alimentare e Bevande*, dove la quota italiana è inferiore all'1%**. Verosimilmente per i paesi asiatici la crescita dei redditi si riflette in misura minore nel cambiamento delle abitudini alimentari rispetto a quanto avviene per le altre abitudini di consumo, quali ad esempio quelle legate ai prodotti dell'abbigliamento. Guardando ai beni d'investimento, l'Italia presenta un posizionamento discreto anche nella ***Meccanica*, settore che pesa per il 10% sugli acquisti degli emergenti asiatici dal mondo e dove la quota italiana è pari al 4.4%**. Le proiezioni per il triennio 2015-'17 mostrano una

dinamica che seppur positiva è leggermente meno vivace rispetto alla media dei manufatti.

Si segnala, inoltre, **l'avanzamento italiano nella *Chimica farmaceutica e per il consumo***, dove la quota nel 2014 ha raggiunto il 2.6%, con un guadagno di mezzo punto percentuale rispetto alla media del 2009-'12; si tratta di un settore ancora marginale per le importazioni degli emergenti asiatici (2% del totale), che ha però registrato un andamento decisamente vivace nel 2013 e nel 2014 di cui l'Italia ha potuto beneficiare. Le proiezioni riferite al triennio 2015-'17 rivelano, tuttavia, una dinamica in rallentamento, seppure positiva.

Un potenziale elemento di interesse per le imprese italiane potrebbe derivare dalla crescita attesa nelle importazioni di *Altri prodotti di consumo*, sospinte in buona misura dalla domanda cinese di prodotti di gioielleria e oreficeria, stimolata anche dal calo delle quotazioni dell'oro. **Rispetto al dato medio negli Emergenti Lontani, il posizionamento dell'Italia è leggermente più forte in America Latina, mostrando una sostanziale stabilità rispetto agli ultimi cinque anni.** Gli Stati Uniti si confermano il principale partner per l'area seguiti dalla Cina, la cui quota ha raggiunto il 15.3%. In un contesto di indebolimento della domanda di importazioni dell'America Latina, gli Stati Uniti e la Cina rappresentano gli unici due paesi dai quali i flussi di import sono continuati ad aumentare, seppure con un forte rallentamento rispetto alla media degli ultimi anni. Passando all'analisi degli altri principali esportatori nell'area, tutti hanno registrato variazioni negative dei flussi, particolarmente significative per i flussi intra-area.



L'Italia si colloca alle spalle del Messico al nono posto della graduatoria, con una quota del 2.1%. Nel dettaglio settoriale è ulteriormente proseguita la riduzione del presidio italiano nei settori del sistema casa, la cui quota, pur essendo superiore alla media (3.5% per i *Mobili* e 2.7% per gli *Elettrodomestici*), ha subito una discreta erosione rispetto al 2009. Si è per contro rafforzato il presidio dell'Italia nei settori della *Meccanica* e dei *Prodotti e Materiali da costruzione*, dove la quota ha raggiunto rispettivamente il 6.7 e il 4%.

La *Meccanica* rappresenta un settore rilevante per le importazioni dell'area, pur avendo risentito della crisi della domanda nel 2014. Per la maggior parte degli altri settori si osserva un indebolimento del posizionamento italiano rispetto al periodo 2009-'12.



America Latina⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. F

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	519 065		14.8	13.7	-1.0	-1.0	
Stati Uniti	198 995	38.3	10.8	17.9	-0.6	2.8	-0.5
Cina	79 620	15.3	30.7	19.9	0.5	1.9	5.2
Germania	25 761	5.0	11.1	10.7	-0.7	-5.6	-0.5
Giappone	21 561	4.2	5.9	14.2	-8.6	-5.3	-0.9
Brasile	20 313	3.9	10.9	0.9	-1.7	-18.5	-1.4
Sud Corea	19 035	3.7	18.2	-0.5	-0.2	-1.5	-0.2
Argentina	13 767	2.7	11.1	9.5	-4.9	-11.7	-0.8
Messico	11 483	2.2	19.3	13.3	-6.5	-9.5	0.1
Italia	11 077	2.1	23.0	9.9	-1.8	-4.8	-0.1
Spagna	9 566	1.8	28.1	9.1	5.3	-7.1	0.1

⁽¹⁾Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Messico, Perù, Venezuela

In uno scenario di rallentamento delle importazioni delle economie emergenti lontane che ha interessato sia gli Emergenti Asia che i paesi dell'America Latina, l'unica eccezione è costituita dall'Africa meridionale, dove la crescita delle importazioni è stata superiore alla media mondiale. Proprio in quest'area l'Italia, dopo un arretramento che ha visto la quota di mercato passare dal 5.1% del 2000 al 2.7% del 2012, ha sperimentato un recupero negli ultimi due anni ritornando al 3%.



Nonostante il peso dell'area risulti marginale rispetto agli scambi internazionali (1.2% sull'import mondiale, 5% sull'import degli Emergenti Lontani), l'area riveste quindi comunque un interesse importante per le esportazioni italiane, soprattutto in termini di potenziale a lungo termine.

Africa meridionale⁽¹⁾: Primi 10 esportatori Tab. G

	2014	Quota	Var. % in euro correnti				Var. quota 2009-2014
	(mil. euro)		2011	2012	2013	2014	
Import totali di manufatti	118 167		20.4	11.1	0.0	3.5	
Cina	35 395	30.0	23.7	27.8	7.1	17.0	10.6
Germania	10 277	8.7	13.2	5.4	-1.2	0.1	-1.4
Stati Uniti	8 518	7.2	16.7	17.3	-3.5	-7.3	-1.1
India	7 354	6.2	27.0	14.6	0.6	5.9	2.0
Regno Unito	5 455	4.6	29.3	-11.9	1.1	-1.8	-0.8
Sud Corea	3 808	3.2	78.5	-24.4	22.5	5.6	0.7
Francia	3 708	3.1	11.8	-16.6	-0.2	4.0	-1.6
Italia	3 559	3.0	13.3	9.8	11.8	1.5	-0.8
Olanda	3 439	2.9	13.7	11.8	-3.2	-7.8	-0.9
Giappone	3 339	2.8	-0.4	6.9	-6.3	-4.6	-1.0

⁽¹⁾Angola, Etiopia, Ghana, Kenya, Nigeria, Sud Africa



Le imprese italiane in quest'area devono tuttavia fare i conti con l'avanzamento della Cina, il cui presidio in Africa meridionale è sempre più forte (30% nel 2014) con ritmi di crescita delle importazioni nell'ordine del 17% nel 2014. Oltre alla Cina, solo l'India e, in misura minore, la Corea del Sud hanno guadagnato quote in Africa meridionale nel periodo 2009-'14, mentre tutti gli altri partner occidentali, così come il Giappone, hanno faticato a conservare un solido posizionamento.

Emergenti Lontani⁽¹⁾: Quote di mercato degli esportatori italiani Tab. H

	Valori 2014	Emergenti Asia			Africa meridionale			America Latina		
	(mil. euro)	09-12	2013	2014	09-12	2013	2014	09-12	2013	2014
Importazioni di manufatti dall'Italia	33 483	1.4	1.2	1.3	3.0	3.1	3.0	2.2	2.2	2.1
Alimentare e Bevande	1 169	0.6	0.7	0.7	2.2	2.5	1.9	1.2	1.4	1.3
Sistema moda	2 876	3.2	3.1	3.2	1.7	1.4	1.2	1.8	1.7	1.6
Mobili	567	4.9	4.6	5.3	5.5	4.9	4.4	4.1	3.6	3.5
Elettrodomestici	250	2.7	2.1	2.2	5.8	5.5	5.2	3.3	3.0	2.7
Chimica farmaceutica e per il consumo	1 556	2.1	2.4	2.6	3.1	2.5	2.3	2.8	2.8	2.8
Altri prodotti di consumo	380	1.4	1.8	0.7	5.1	6.2	6.9	3.1	2.9	2.9
Autoveicoli e moto	2 533	1.0	1.2	1.4	1.5	1.8	1.3	1.6	1.6	1.4
Treni, aerei e navi	700	1.8	0.9	1.1	4.7	1.7	1.6	2.8	2.3	2.4
Meccanica	13 344	4.7	4.4	4.4	7.3	7.5	8.1	6.5	6.6	6.7
Elettromedicali e Meccanica di precisione	1 270	0.7	0.8	0.8	2.9	2.8	2.8	1.7	1.8	1.8
Elettronica	493	0.2	0.1	0.1	0.6	1.3	0.5	0.2	0.2	0.2
Elettrotecnica	1 577	1.2	0.9	0.8	3.0	3.1	3.9	1.9	1.6	1.6
Prodotti e Materiali da costruzione	588	1.8	1.6	1.5	3.5	3.3	3.0	3.6	4.0	4.0
Prodotti in metallo	1 164	1.9	1.5	1.5	3.7	3.7	3.2	3.0	3.0	2.8
Metallurgia	1 471	0.8	0.5	0.6	1.9	2.0	2.6	2.2	1.8	1.3
Intermedi chimici	2 052	0.6	0.6	0.6	1.9	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0
Altri intermedi	1 492	1.2	1.1	1.2	2.7	2.3	2.2	1.5	1.6	1.5

⁽¹⁾ Emergenti Asia, Africa meridionale e America Latina

Il rafforzamento del presidio italiano nell'area sembra essere maggiormente legato ai settori relativi ai beni di investimento e alla realizzazione di infrastrutture, più che a quelli legati al consumo.

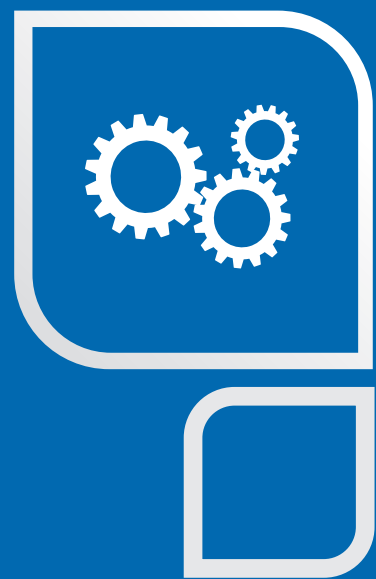
Tale tendenza può essere spiegata dalla capacità delle imprese italiane di intercettare le opportunità collegate alla realizzazione di progetti di investimento. Negli ultimi sei anni l'Italia ha progressivamente guadagnato quote di mercato nei settori della *Meccanica* (8.1%), *Elettrotecnica* (3.9%) e *Metallurgia* (2.6%). Nella *Meccanica* l'andamento positivo delle importazioni dal mondo atteso per i prossimi anni (con variazioni oltre la media dei manufatti) dovrebbe incoraggiare un ulteriore rafforzamento del presidio



italiano nell'area. Per quanto riguarda, invece, i prodotti di consumo il posizionamento italiano è forte e in crescita negli *Altri prodotti di consumo*, principalmente per effetto della domanda di prodotti della gioielleria ed oreficeria. **Con riferimento agli altri comparti tradizionali, quali *Alimentare e Bevande* e *Sistema moda*, il posizionamento dell'Italia è ancora leggermente inferiore alla media. Ciò non toglie che vi siano opportunità per le imprese anche considerando che si tratta di settori con un peso non marginale sulle importazioni dell'area (9.3% per *Alimentare e Bevande* e 8.6% per il *Sistema moda*).** A questo aspetto si aggiunge quello della dinamica attesa nel prossimo triennio, generalmente favorevole. In particolare per il *Sistema moda* gli acquisti dall'estero dei paesi dell'Africa meridionale dovrebbero aumentare dell'8.4% nel periodo 2015-'17 (variazioni a prezzi costanti).

Il messaggio finale dall'analisi del posizionamento italiano all'interno dei mercati Emergenti Lontani è in sostanza un quadro di luci ed ombre. **Tra le luci ci sono certamente i vantaggi di quota che hanno interessato alcuni dei settori di specializzazione. A queste si aggiunge un *catching up* dei modelli di consumo di molti di questi paesi (dalla mera soddisfazione di un bisogno a un acquisto più evoluto), che potrebbe favorire i segmenti di domanda più congeniali all'offerta italiana.** Tra le ombre c'è certamente il livello assoluto del posizionamento considerando che la quota non va oltre il 3% in nessuna delle aree (rispetto a una media mondiale del 3.6%). **Altro fattore negativo è il quadro di rischio di questi paesi.** Le prospettive di sviluppo delineate rappresentano, infatti, uno scenario centrale rispetto a un quadro internazionale comunque volatile e complicato, che vede proprio all'interno di alcuni di questi paesi possibili elementi di fragilità. La sintesi è quindi di mercati dall'alto potenziale, ancora ampiamente sottodimensionati rispetto alla competitività del Made in Italy, ma che allo stesso tempo le **imprese dovranno saper selezionare non solo rispetto agli obiettivi di breve**, ma valutando la solidità di certi modelli anche per il medio termine.

APPENDICI



Nota

Nell'Appendice A vengono riportati gli andamenti delle importazioni a prezzi costanti per paese e per settore.

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

- *la banca dati (FIPICE) che alimenta il modello è relativa agli scambi commerciali a valori correnti di 72 paesi, suddivisi in 124 classi merceologiche; successivamente, i paesi sono aggregati in 9 macro aree geografiche e le merci relative all'industria manifatturiera in 17 settori; nelle Appendici B e C sono riportati sia la composizione per paese delle aree geografiche sia quella per classe merceologica dei settori;*
- *la banca dati è stata deflazionata con un apposito modello (MOPICE), il cui scopo è quello di suddividere le variazioni dei valori tra una componente di quantità ed una di prezzo; nella lettura dei risultati, il prezzo va quindi considerato come un deflatore degli scambi commerciali e non come un valore medio unitario;*
- *l'evoluzione dei prezzi dei flussi internazionali è stimata con la variazione dei prezzi di mercato nei paesi importatori, la variazione dei prezzi alla produzione dei paesi esportatori e la variazione di un adeguato mix di materie prime che entrano nei processi produttivi di ciascun settore;*
- *l'evoluzione delle quantità è stimata in base alle variazioni di uno specifico indicatore di domanda per ciascun paese importatore e per gruppi di settori.*

Lo scenario previsivo dei flussi di commercio con l'estero descritto in questo Rapporto è stato alimentato dallo scenario macroeconomico internazionale descritto nel Rapporto Prometeia di Aprile 2015.

Si ricorda, inoltre, che la Nota metodologica completa può essere scaricata dai siti internet di ICE e Prometeia.





APPENDICE A: IMPORTAZIONI A PREZZI COSTANTI

Mondo

Mondo⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Mondo	9 688 051	100.0	4.4	5.6	6.0	6.5
Area Euro	2 484 909	25.6	5.0	4.6	4.8	5.0
Altra Europa	783 185	8.1	1.8	3.7	4.2	4.2
Emergenti Europa	713 425	7.4	3.6	0.4	6.3	7.7
Nord America, Oceania, Israele	1 814 652	18.7	7.3	7.3	6.2	5.6
Maturi lontani asiatici	1 380 112	14.2	2.7	7.4	6.6	7.2
Emergenti Asia	1 491 979	15.4	3.9	7.6	8.0	8.1
Mena	382 557	3.9	8.3	5.5	6.5	7.4
Africa meridionale	118 167	1.2	5.1	5.2	6.2	6.8
America Latina	519 065	5.4	1.0	5.0	5.5	5.9
Importazioni totali di manufatti	9 688 051	100.0	4.4	5.6	6.0	6.5
Alimentare e Bevande	648 667	6.7	4.4	3.4	4.0	4.7
Sistema moda	650 649	6.7	8.0	5.7	5.8	6.9
Mobili	116 136	1.2	7.3	6.0	6.4	7.4
Elettrodomestici	84 880	0.9	6.6	5.4	6.3	7.1
Chimica farmaceutica e per il consumo	505 642	5.2	6.5	7.6	7.7	8.4
Altri prodotti di consumo	277 913	2.9	11.3	7.1	5.5	6.2
Autoveicoli e moto	1 006 402	10.4	5.7	6.0	6.8	7.6
Treni, aerei e navi	261 928	2.7	5.2	7.2	8.1	8.0
Meccanica	978 319	10.1	6.6	5.0	5.9	6.2
Elettromedicali e Meccanica di precisione	464 939	4.8	3.8	8.4	8.3	8.4
Elettronica	1 516 085	15.6	3.2	6.7	5.9	6.6
Elettrotecnica	535 607	5.5	7.0	6.0	6.8	6.8
Prodotti e Materiali da costruzione	133 048	1.4	7.3	2.6	4.0	4.7
Prodotti in metallo	283 359	2.9	6,6	4.5	5.8	6.0
Metallurgia	767 007	7.9	-3.6	4.9	5.7	5.9
Intermedi chimici	897 936	9.3	2.9	4.2	5.0	5.7
Altri intermedi	559 534	5.8	2.7	4.2	4.7	5.1

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

Maturi Vicini

Area Euro⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	2 484 909	100.0	5.0	4.6	4.8	5.0
Austria	106 284	4.3	2.1	2.4	3.3	4.0
Belgio e Luss.	243 779	9.8	3.8	4.4	3.9	4.0
Germania	710 520	28.6	6.5	5.8	5.4	5.4
Spagna	186 985	7.5	10.5	6.2	5.7	6.4
Finlandia	41 940	1.7	2.6	1.0	4.0	4.4
Francia	402 365	16.2	2.8	3.4	3.8	4.2
Grecia	27 657	1.1	8.7	1.1	3.6	4.2
Irlanda	45 588	1.8	6.4	6.2	5.2	4.8
Italia	260 502	10.5	4.0	4.4	5.2	5.3
Olanda	305 907	12.3	3.5	4.5	4.9	5.0
Portogallo	44 817	1.8	8.0	3.9	3.1	4.0
Estonia	11 439	0.5	2.4	0.9	3.9	6.0
Slovacchia	51 269	2.1	4.6	2.9	6.8	7.7
Slovenia	19 406	0.8	8.7	3.7	2.8	3.6
Lituania	15 221	0.6	-1.7	2.9	3.9	6.7
Lettonia	11 230	0.5	3.3	3.2	5.0	5.6
Importazioni totali di manufatti	2 484 909	100.0	5.0	4.6	4.8	5.0
Alimentare e Bevande	209 677	8.4	1.6	2.7	2.6	3.1
Sistema moda	191 383	7.7	9.4	4.6	4.8	5.2
Mobili	33 923	1.4	7.4	2.1	3.0	3.6
Elettrodomestici	25 179	1.0	6.6	3.8	5.1	5.6
Chimica farmaceutica e per il consumo	194 219	7.8	4.6	8.6	7.5	7.9
Altri prodotti di consumo	50 599	2.0	6.2	3.4	2.8	3.3
Autoveicoli e moto	270 525	10.9	9.2	5.0	5.6	6.2
Treni, aerei e navi	66 156	2.7	-2.1	5.3	5.0	5.1
Meccanica	224 591	9.0	6.8	5.2	5.3	4.9
Elettromedicali e Meccanica di precisione	108 769	4.4	6.3	6.1	5.8	5.2
Elettronica	244 699	9.8	4.8	4.5	4.1	4.7
Elettrotecnica	126 669	5.1	8.0	4.1	5.1	4.6
Prodotti e Materiali da costruzione	36 050	1.5	5.8	1.3	2.5	2.7
Prodotti in metallo	84 064	3.4	5.2	4.0	4.9	4.6
Metallurgia	186 118	7.5	2.1	3.2	4.4	4.6
Intermedi chimici	259 150	10.4	2.4	5.0	5.0	5.6
Altri intermedi	173 136	7.0	2.2	3.0	3.4	3.4

⁽¹⁾ Austria, Belgio e Lussemburgo, Germania, Spagna, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Olanda, Portogallo, Estonia, Slovacchia, Slovenia, Lituania, Lettonia

Maturi Vicini

Altri Europa⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	783 185	100.0	1.8	3.7	4.2	4.2
Svizzera	167 399	21.4	-13.5	3.8	4.1	4.4
Danimarca	60 558	7.7	6.4	2.9	4.2	4.4
Regno Unito	403 996	51.6	7.5	4.4	4.5	4.2
Norvegia	57 393	7.3	5.9	1.3	3.5	4.2
Svezia	93 838	12.0	6.7	2.2	3.4	3.5
Importazioni totali di manufatti	783 185	100.0	1.8	3.7	4.2	4.2
Alimentare e Bevande	61 873	7.9	2.3	1.1	2.5	2.9
Sistema moda	56 079	7.2	10.2	4.7	5.6	5.8
Mobili	13 022	1.7	7.1	4.8	6.0	6.2
Elettrodomestici	8 598	1.1	5.8	6.3	7.0	7.5
Chimica farmaceutica e per il consumo	63 781	8.1	10.2	6.6	7.6	7.8
Altri prodotti di consumo	24 926	3.2	13.7	3.9	2.9	2.9
Autoveicoli e moto	94 765	12.1	9.6	2.7	4.1	4.5
Treni, aerei e navi	23 107	3.0	13.1	4.0	4.7	3.6
Meccanica	67 060	8.6	7.7	3.1	3.2	2.8
Elettromedicali e Meccanica di precisione	33 194	4.2	6.6	4.2	3.6	2.9
Elettronica	71 886	9.2	4.0	2.8	2.4	2.7
Elettrotecnica	34 732	4.4	6.4	3.5	3.9	3.4
Prodotti e Materiali da costruzione	10 479	1.3	8.3	0.5	2.1	2.1
Prodotti in metallo	26 299	3.4	3.3	3.9	4.4	4.1
Metallurgia	94 416	12.1	-22.5	6.4	5.7	5.4
Intermedi chimici	49 940	6.4	0.9	1.5	3.1	3.3
Altri intermedi	49 027	6.3	2.7	1.7	2.4	2.5

⁽¹⁾ Svizzera, Danimarca, Regno Unito, Norvegia, Svezia

Emergenti Vicini

Emergenti Europa⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	713 425	100.0	3.6	0.4	6.3	7.7
Albania	2 528	0.4	11.0	3.1	5.3	6.2
Bulgaria	17 832	2.5	13.3	2.5	4.4	5.3
Rep. Ceca	95 978	13.5	10.4	5.2	7.6	8.1
Croazia	11 564	1.6	8.3	0.0	4.1	4.1
Ungheria	65 252	9.1	10.7	4.2	5.4	6.5
Polonia	138 138	19.4	10.6	4.8	6.9	7.1
Romania	47 089	6.6	9.7	3.5	8.0	8.6
Russia	186 217	26.1	-2.8	-8.1	4.0	8.4
Turchia	121 430	17.0	1.9	3.8	7.6	7.6
Ucraina	27 396	3.8	-22.4	-11.9	8.7	11.4
Importazioni totali di manufatti	713 425	100.0	3.6	0.4	6.3	7.7
Alimentare e Bevande	46 212	6.5	-0.5	-1.3	4.5	5.6
Sistema moda	57 738	8.1	8.6	-0.9	4.3	5.0
Mobili	7 511	1.1	11.2	-1.7	4.9	5.6
Elettrodomestici	7 904	1.1	0.1	-1.9	4.1	5.7
Chimica farmaceutica e per il consumo	40 345	5.7	3.5	1.4	5.8	7.5
Altri prodotti di consumo	8 910	1.2	10.6	0.8	5.3	6.7
Autoveicoli e moto	79 455	11.1	-1.4	2.2	7.8	9.8
Treni, aerei e navi	11 496	1.6	-2.0	-3.3	6.3	8.3
Meccanica	95 096	13.3	3.2	-1.0	6.8	9.0
Elettromedicali e Meccanica di precisione	24 500	3.4	4.1	-0.9	5.9	7.6
Elettronica	70 179	9.8	4.3	2.0	5.7	7.5
Elettrotecnica	44 103	6.2	7.3	0.3	7.0	8.5
Prodotti e Materiali da costruzione	11 095	1.6	5.2	-2.7	5.2	6.8
Prodotti in metallo	28 159	3.9	5.4	-0.9	6.4	7.9
Metallurgia	59 413	8.3	0.6	3.3	8.7	8.8
Intermedi chimici	69 536	9.7	7.9	1.1	6.4	7.3
Altri intermedi	51 775	7.3	3.0	-0.3	5.7	7.0

⁽¹⁾Albania, Bulgaria, Rep. Ceca, Croazia, Ungheria, Polonia, Romania, Russia, Turchia, Ucraina

Emergenti Vicini

Paesi Mena ⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	382 557	100.0	8.3	5.5	6.5	7.4
Emirati Arabi	136 219	35.6	5.3	8.8	7.5	8.1
Algeria	35 770	9.4	14.2	4.5	7.9	8.8
Egitto	38 142	10.0	20.7	2.2	6.2	6.3
Iran	35 829	9.4	28.1	3.7	6.0	7.2
Libano	9 023	2.4	3.2	3.3	4.6	5.8
Libia	7 994	2.1	-29.2	-4.8	11.3	20.8
Marocco	20 072	5.2	3.6	2.7	4.3	5.6
Arabia Saudita	87 561	22.9	6.8	5.1	5.4	6.0
Tunisia	11 947	3.1	1.3	2.1	3.9	5.3
Importazioni totali di manufatti	382 557	100.0	8.3	5.5	6.5	7.4
Alimentare e Bevande	30 884	8.1	5.5	4.5	7.0	7.3
Sistema moda	33 278	8.7	13.0	9.6	9.1	9.7
Mobili	4 740	1.2	0.7	10.1	10.2	11.3
Elettrodomestici	3 901	1.0	16.4	0.5	3.6	4.4
Chimica farmaceutica e per il consumo	15 159	4.0	4.4	3.0	4.9	6.0
Altri prodotti di consumo	20 720	5.4	3.7	14.3	9.4	10.0
Autoveicoli e moto	45 906	12.0	9.4	5.8	6.6	7.3
Treni, aerei e navi	15 940	4.2	11.9	14.9	12.4	13.6
Meccanica	47 793	12.5	14.3	3.5	5.6	6.6
Elettromedicali e Meccanica di precisione	11 912	3.1	5.0	3.4	3.8	4.6
Elettronica	30 348	7.9	17.8	2.8	4.5	5.8
Elettrotecnica	21 940	5.7	12.2	3.6	5.4	6.7
Prodotti e Materiali da costruzione	8 322	2.2	12.6	1.4	3.6	5.4
Prodotti in metallo	13 683	3.6	19.8	2.9	4.8	5.9
Metallurgia	33 000	8.6	-10.0	6.5	7.9	8.4
Intermedi chimici	22 609	5.9	4.5	3.2	4.2	4.8
Altri intermedi	22 422	5.9	11.6	1.4	4.4	5.2

⁽¹⁾ Emirati Arabi, Algeria, Egitto, Iran, Libano, Libia, Marocco, Arabia Saudita, Tunisia



Maturi Lontani

Nord America. Oceania e Israele⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	1 814 652	100.0	7.3	7.3	6.2	5.6
Australia	125 515	6.9	2.0	5.2	3.6	4.0
Canada	280 458	15.5	3.4	7.1	3.8	3.7
Israele	40 490	2.2	6.0	4.2	3.7	3.7
Nuova Zelanda	21 570	1.2	10.3	4.5	3.9	3.6
Stati Uniti	1 346 619	74.2	8.7	7.7	7.1	6.2
Importazioni totali di manufatti	1 814 652	100.0	7.3	7.3	6.2	5.6
Alimentare e Bevande	98 885	5.4	8.7	4.8	3.4	3.3
Sistema moda	121 269	6.7	7.7	7.8	5.3	5.6
Mobili	35 367	1.9	8.5	10.7	9.1	9.9
Elettrodomestici	22 339	1.2	7.7	11.1	9.4	9.1
Chimica farmaceutica e per il consumo	98 162	5.4	12.0	11.2	10.3	10.5
Altri prodotti di consumo	57 895	3.2	8.3	6.1	2.1	2.2
Autoveicoli e moto	288 349	15.9	5.3	7.2	6.5	6.0
Treni, aerei e navi	61 869	3.4	14.5	6.7	8.3	5.6
Meccanica	196 206	10.8	11.2	8.1	7.5	5.9
Elettromedicali e Meccanica di precisione	84 762	4.7	6.1	8.8	8.1	6.4
Elettronica	255 003	14.1	5.9	7.0	5.0	4.7
Elettrotecnica	104 075	5.7	8.9	8.6	8.0	5.9
Prodotti e Materiali da costruzione	23 589	1.3	7.8	4.7	4.4	3.9
Prodotti in metallo	52 111	2.9	4.6	8.8	7.6	6.2
Metallurgia	105 142	5.8	8.3	4.5	4.4	3.7
Intermedi chimici	107 303	5.9	1.0	4.1	3.2	3.5
Altri intermedi	102 326	5.6	4.1	7.6	6.0	4.9

⁽¹⁾Australia, Canada, Israele, Nuova Zelanda, Stati Uniti

Maturi Lontani

Maturi Lontani asiatici⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	1 380 112	100.0	2.7	7.4	6.6	7.2
Hong Kong	498 525	36.1	-1.3	10.3	8.7	9.4
Giappone	324880	23.5	4.8	5.9	4.8	5.0
Sud Corea	239 874	17.4	5.0	6.0	6.6	7.4
Singapore	175 187	12.7	4.4	5.9	4.5	5.2
Taiwan	141 645	10.3	6.2	5.5	6.1	6.9
Importazioni totali di manufatti	1 380 112	100.0	2.7	7.4	6.6	7.2
Alimentare e Bevande	78 463	5.7	9.6	2.1	2.3	2.4
Sistema moda	81 390	5.9	0.3	4.4	3.3	3.7
Mobili	9 416	0.7	7.3	7.9	7.1	7.8
Elettrodomestici	7 957	0.6	9.8	8.0	7.9	8.4
Chimica farmaceutica e per il consumo	35 204	2.6	3.3	7.7	7.0	7.5
Altri prodotti di consumo	85 236	6.2	21.8	8.6	7.9	8.7
Autoveicoli e moto	44 479	3.2	12.0	5.3	6.9	7.8
Treni, aerei e navi	36 852	2.7	1.0	15.0	13.8	13.8
Meccanica	96 043	7.0	4.3	6.9	6.4	6.9
Elettromedicali e Meccanica di precisione	82 742	6.0	0.3	11.1	9.6	10.3
Elettronica	445 214	32.3	-0.5	8.9	7.1	7.9
Elettrotecnica	75 655	5.5	4.3	9.7	8.7	9.1
Prodotti e Materiali da costruzione	16 842	1.2	2.8	6.6	6.0	6.3
Prodotti in metallo	23 089	1.7	9.1	7.2	7.1	7.3
Metallurgia	107 536	7.8	-1.2	5.2	5.9	6.5
Intermedi chimici	105 390	7.6	0.3	3.7	3.8	4.3
Altri intermedi	48 604	3.5	-0.8	6.2	4.7	5.1

⁽¹⁾ Hong Kong, Giappone, Sud Corea, Singapore, Taiwan



Emergenti Lontani

Emergenti Asia⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	1 491 979	100.0	3.9	7.6	8.0	8.1
Cina	778 898	52.2	4.4	7.5	8.5	8.6
Indonesia	96 867	6.5	0.0	7.7	7.7	7.5
India	153 647	10.3	0.6	10.1	8.5	8.7
Kazakistan	19 164	1.3	-4.6	2.6	4.9	7.8
Malesia	129 926	8.7	2.2	6.0	5.7	6.3
Pakistan	20 925	1.4	9.5	6.3	4.4	4.9
Filippine	60 029	4.0	13.4	7.2	6.7	6.4
Thailandia	118 435	7.9	-4.1	6.9	6.1	6.5
Vietnam	114 088	7.6	18.4	9.0	10.2	10.0
Importazioni totali di manufatti	1 491 979	100.0	3.9	7.6	8.0	8.1
Alimentare e Bevande	84 060	5.6	5.6	7.8	8.3	8.2
Sistema moda	73 904	5.0	8.7	10.3	10.9	11.6
Mobili	6 707	0.4	-0.6	10.3	10.0	11.0
Elettrodomestici	4 773	0.3	7.7	1.8	2.8	3.1
Chimica farmaceutica e per il consumo	31 779	2.1	9.3	5.0	6.2	6.1
Altri prodotti di consumo	23 879	1.6	4.9	12.5	10.3	11.0
Autoveicoli e moto	103 232	6.9	9.1	11.3	12.6	13.2
Treni, aerei e navi	31 311	2.1	0.8	7.4	8.5	9.1
Meccanica	162 467	10.9	5.0	5.1	5.1	5.3
Elettromedicali e Meccanica di precisione	91 935	6.2	1.0	13.5	13.0	13.3
Elettronica	315 099	21.1	4.5	8.1	8.0	7.9
Elettrotecnica	85 993	5.8	6.1	8.4	8.4	8.5
Prodotti e Materiali da costruzione	18 256	1.2	16.5	4.2	5.2	5.5
Prodotti in metallo	32 962	2.2	10.0	4.5	6.0	5.8
Metallurgia	145 343	9.7	-6.3	6.2	6.0	6.0
Intermedi chimici	208 168	14.0	4.5	5.1	6.1	5.9
Altri intermedi	72 111	4.8	2.3	7.1	7.2	7.3

⁽¹⁾Cina, Indonesia, India, Kazakistan, Malesia, Pakistan, Filippine, Thailandia, Vietnam

Emergenti Lontani

Africa meridionale⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	118 167	100.0	5.1	5.2	6.2	6.8
Angola	17 190	14.5	25.5	6.9	7.9	9.3
Etiopia	4 614	3.9	27.9	14.9	15.1	16.3
Ghana	7 192	6.1	-4.4	8.5	8.0	11.3
Kenya	8 576	7.3	11.7	7.6	9.4	9.4
Nigeria	28 740	24.3	13.6	4.0	5.1	5.6
Sud Africa	51 856	43.9	-3.8	3.8	4.7	4.7
Importazioni totali di manufatti	118 167	100.0	5.1	5.2	6.2	6.8
Alimentare e Bevande	11 028	9.3	4.2	4.5	5.6	6.5
Sistema moda	10 213	8.6	20.7	8.4	8.4	8.4
Mobili	1 934	1.6	26.7	4.3	5.8	6.4
Elettrodomestici	1 158	1.0	3.1	1.5	1.7	2.6
Chimica farmaceutica e per il consumo	5.239	4.4	3.2	5.4	5.6	6.2
Altri prodotti di consumo	1 105	0.9	1.7	-0.8	0.1	0.4
Autoveicoli e moto	15 197	12.9	-2.6	6.4	6.8	7.1
Treni, aerei e navi	3 776	3.2	57.9	9.5	10.6	10.1
Meccanica	17 412	14.7	3.7	5.8	6.6	7.2
Elettromedicali e Meccanica di precisione	3 237	2.7	2.6	2.9	5.2	5.7
Elettronica	8 774	7.4	4.0	0.4	1.1	2.2
Elettrotecnica	7 454	6.3	7.8	4.2	6.4	6.9
Prodotti e Materiali da costruzione	2 762	2.3	7.2	4.7	6.3	7.8
Prodotti in metallo	5 443	4.6	19.1	6.0	8.4	9.3
Metallurgia	6 421	5.4	-15.5	7.1	7.5	7.9
Intermedi chimici	9 706	8.2	3.7	4.9	6.5	6.9
Altri intermedi	7 311	6.2	3.2	3.9	5.1	5.9

⁽¹⁾ Angola, Etiopia, Ghana, Kenya, Nigeria, Sud Africa



Emergenti Lontani

America Latina⁽¹⁾: Importazioni di manufatti

	Valori 2014	(% tot.)	Var. % a prezzi costanti			
	(mil. euro)		2014	2015	2016	2017
Totale area	519 065	100.0	1.0	5.0	5.5	5.9
Argentina	34 463	6.6	-11.1	-0.7	4.2	4.3
Brasile	127 284	24.5	-2.7	2.4	4.4	6.9
Cile	34 756	6.7	-5.2	5.6	5.0	4.3
Colombia	33 138	6.4	8.5	7.3	5.7	6.1
Messico	246 265	47.4	9.1	8.3	6.7	7.1
Perù	21 599	4.2	-1.1	5.0	5.0	6.3
Venezuela	21 560	4.2	-26.3	-11.5	-0.8	3.3
Importazioni totali di manufatti	519 065	100.0	1.0	5.0	5.5	5.9
Alimentare e Bevande	27 584	5.3	7.3	5.0	5.5	6.4
Sistema moda	25 395	4.9	6.9	7.8	7.1	6.6
Mobili	3 517	0.7	4.7	2.0	1.3	1.1
Elettrodomestici	3 071	0.6	-0.5	1.8	2.6	3.0
Chimica farmaceutica e per il consumo	21 754	4.2	1.3	4.7	5.8	5.8
Altri prodotti di consumo	4 642	0.9	1.4	3.4	2.0	0.3
Autoveicoli e moto	64 495	12.4	-9.2	6.8	6.6	7.1
Treni, aerei e navi	11 422	2.2	4.0	2.8	6.3	8.4
Meccanica	71 650	13.8	0.7	4.2	5.4	6.2
Elettromedicali e Meccanica di precisione	23 888	4.6	2.9	7.4	8.3	4.5
Elettronica	74 882	14.4	0.3	5.5	4.3	3.8
Elettrotecnica	34 986	6.7	3.6	4.1	4.7	6.0
Prodotti e Materiali da costruzione	5 654	1.1	-1.6	0.9	2.5	3.9
Prodotti in metallo	17 551	3.4	4.5	2.1	3.7	4.8
Metallurgia	29 617	5.7	7.2	5.2	7.0	7.4
Intermedi chimici	66 133	12.7	2.7	5.0	6.2	6.8
Altri intermedi	32 823	6.3	1.2	3.1	3.0	2.6

⁽¹⁾ Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Messico, Perù, Venezuela



APPENDICE B: I PAESI E LE AREE ANALIZZATI

MATURI VICINI	EMERGENTI VICINI	MATURI LONTANI	EMERGENTI LONTANI
Area Euro	Emergenti Europa	Nord America, Oceania e Israele	Emergenti Asia
Austria	Albania	Australia	Cina
Belgio e Lussemburgo	Bulgaria	Canada	Indonesia
Germania	Rep. Ceca	Israele	India
Spagna	Croazia	Nuova Zelanda	Kazakistan
Finlandia	Ungheria	Stati Uniti	Malesia
Francia	Lituania		Pakistan
Grecia	Lettonia		Filippine
Irlanda	Polonia		Thailandia
Italia	Romania		Vietnam
Olanda	Russia		
Portogallo	Turchia		
Estonia	Ucraina		
Slovacchia			
Slovenia			
Altri Europa	Medio Oriente e Nord Africa	Maturi Asia	Africa meridionale
Danimarca	Algeria	Hong Kong	Angola
Norvegia	Arabia Saudita	Giappone	Etiopia
Svezia	Iran	Singapore	Ghana
Svizzera	Egitto	Sud Corea	Kenya
Regno Unito	Marocco	Taiwan	Nigeria
	Emirati Arabi		Sudafrica
	Libia		
	Tunisia		
	Libano		
			America Latina
			Argentina
			Brasile
			Cile
			Colombia
			Messico
			Perù
			Venezuela





APPENDICE C: SETTORI ANALIZZATI

Alimentare e Bevande	Elettromedicali e Meccanica di precisione
salumi e altri prodotti base carne	strumenti di misurazione e orologi
macellazione carne	elettromedicali
lavorazione e conservazione del pesce	strum. ottici e attrezzature fotograf.
lavor. e conserv. di frutta e ortaggi	strum. e forniture medico-dentistiche
oli e grassi	Sistema moda
latte e derivati	tessile casa e per l'arredamento
industria molitoria e riso	filati e tessuti
pasta	abbigliamento
prodotti da forno	pellicceria
cacao. cioccolato. caramelle. confett.	calzetteria
lavorazione del tè e del caffè	maglieria esterna
piatti pronti. dietetici e zucchero	pelli e concia
prod. per l'alimentazione degli animali	pelletteria
bevande dissetanti e acqua minerale	calzature
bevande alcoliche	Altri prodotti di consumo
vino	industria del tabacco
birra	gioielleria e bigiotteria
Chimica farmaceutica e per il consumo	strumenti musicali
cosmesi e chimico casa	articoli sportivi e attrezzi da palestra
prodotti farmaceutici di base	giochi e giocattoli
specialità medicinali	stampa
Meccanica	riproduzione su supporti registrati
armi e munizioni	Elettrotecnica
motori non elettrici e turbine	appar. gener., trasform., distrib. elettricità
rubinetti e valvole	accumulatori e batterie
organi di trasmissione	filii. cavi. interruttori
pompe e compressori	app. per illuminazione e lampadine
appar. di sollevam. e movimentazione	segnalazione. insegne e altre app. elettr.
altre macchine di impiego generale	Elettronica
macchine per agricoltura e silvicoltura	microelettronica
macch. utensili per formatura metalli	computer e unità periferiche
altre macchine utensili	macchine per tlc
macchine per la metallurgia a caldo	elettronica di consumo
macchine da miniera. cava e cantiere	
macch. per ind. aliment. e bevande	
macch. per ind. tess., abbigl. e pelle	
macch. per ind. carta e cartone	
macch. per ind. mat. plasti. e gomma	
altre macchine per impieghi speciali	



Intermedi chimici	Autoveicoli e moto
chimica di base e gas tecnici	automobili
prodotti chimici per l'agricoltura	veicoli industriali e commerciali
pitture, vernici, inchiostri e adesivi	carrozzerie per autoveicoli e rimorchi
ausiliari fini e specialistici	componenti autoveicoli
fibre chimiche	motocicli
Altri intermedi	biciclette e passeggini
prima lavorazione del legno	Treni, aerei e navi
semilavorati in legno e infissi	navi e imbarcazioni
carta	locomotive e materiale rotabile
articoli in carta per l'industria e il consumo	aeromobili e veicoli spaziali
pneumatici	Prodotti in metallo
prodotti in gomma	elementi da costruzione in metallo
prodotti in plastica	cisterne, serbatoi, radiatori in metallo
Mobili	generatori di vapore
mobili per ufficio	fucinatura, imbutitura, stampaggio e profilatura dei metalli
mobili per cucina	coltelleria, utensileria e serramenta
mobili imbottiti	ferramenta e altri articoli in metallo
mobili per camera e soggiorno	Metallurgia
Elettrodomestici	siderurgia
elettrodomestici bianchi	tubi in acciaio
piccoli elettrod., condizionatori e cappe	lavorazione a freddo dell'acciaio
componentistica per elettrodomestici	metalli non ferrosi
apparecchi per il riscaldamento	fonderie
Prodotti e Materiali da costruzione	
vetro cavo	
vetro piano e tecnico	
piastrelle in ceramica	
laterizi	
ceramica sanitaria e per il consumo	
cemento	
calce e gesso	
calcestruzzo	
marmo e pietre affini	
altri prodotti in minerali non metalliferi	