



NOTA DAL CSC

In forte crescita in USA il *bello e ben fatto* italiano

Teresa Gargiulo

*Con oltre 50mila euro di PIL pro-capite, ma soprattutto con circa 37mila euro di reddito disponibile per consumatore, gli Stati Uniti sono il mercato avanzato con il **maggiore potere d'acquisto**. Nonché il più grande, considerando la popolazione residente di oltre 320 milioni di persone e il **ceto medio di oltre 220 milioni**.*

*Gli americani amano le cose belle provenienti dall'Italia, i prodotti **belli e ben fatti (BBF)**¹ in grado di incorporare e trasmettere quello che più cercano dal Bel Paese: la **cultura**. Dai dati elaborati per l'ultimo rapporto Esportare la dolce vita (EDV)² emerge che negli USA sarà almeno del 28% la crescita cumulata tra il 2016 e il 2022 di importazioni BBF provenienti dall'Italia, fino a raggiungere quasi **13 miliardi nel 2022** (2,8 miliardi in più nei prossimi sei anni), confermandosi il primo mercato per il BBF italiano. Questa previsione rappresenta solo lo scenario prudenziale, di conservazione delle quote di mercato. Con l'aumento delle quote, l'import potenziale dall'Italia potrebbe arrivare **fino a 20 miliardi**.*

*I prodotti BBF italiani hanno già conquistato tra il 2011 e il 2015 una fetta più ampia delle importazioni americane nella maggior parte dei settori analizzati (in particolare: alimentare, abbigliamento e tessile-casa, calzature e occhialeria) o, comunque, hanno consentito all'Italia di rimanere il primo esportatore dell'Unione europea in USA (nell'arredamento e nell'oreficeria-gioielleria). Tuttavia, il **posizionamento dell'Italia negli USA è ancora inferiore al potenziale** e, quindi, la crescita nei 50 stati federati americani rappresenta una grande opportunità per le imprese BBF italiane.*

Stati Uniti: 50 mercati per un potenziale al 2022 da 13 fino a 20 miliardi di euro

Nel 2022 i 50 stati federati nel complesso continueranno a rappresentare il primo mercato per i prodotti BBF *made in Italy*. A renderli particolarmente attrattivi c'è la predisposizione agli

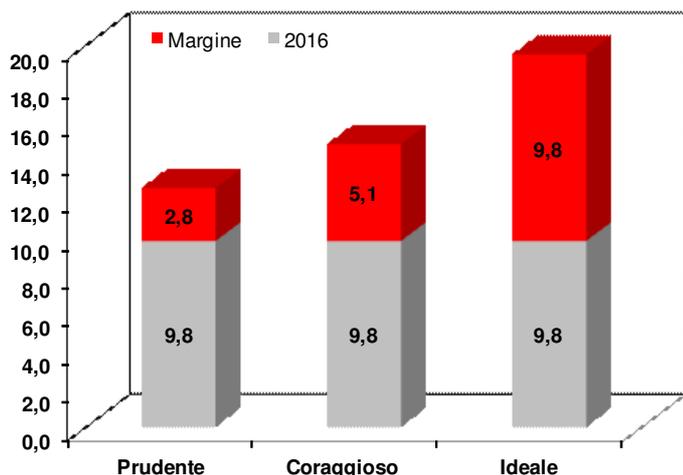
¹ I prodotti BBF rappresentano il 20% delle esportazioni manifatturiere italiane ed hanno un prezzo superiore del 20% rispetto ai concorrenti.

² CSC, Prometeia (2017), *Esportare la dolce vita. Il potenziale di mercato per il bello e ben fatto italiano nei mercati avanzati*, Roma, SIPI.

acquisti di qualità del consumatore americano, derivante da una ricchezza media particolarmente elevata. Tuttavia, la quota di mercato italiana per l'insieme dei prodotti BBF negli USA è tre punti percentuali sotto la quota media detenuta dall'Italia nell'insieme dei paesi avanzati, mostrando un posizionamento al di sotto del potenziale.

FIGURA A

BBF italiano in USA: tre scenari per il potenziale al 2022
(Importazioni dall'Italia; miliardi di euro a prezzi 2016)



Fonte: CSC e Prometeia.

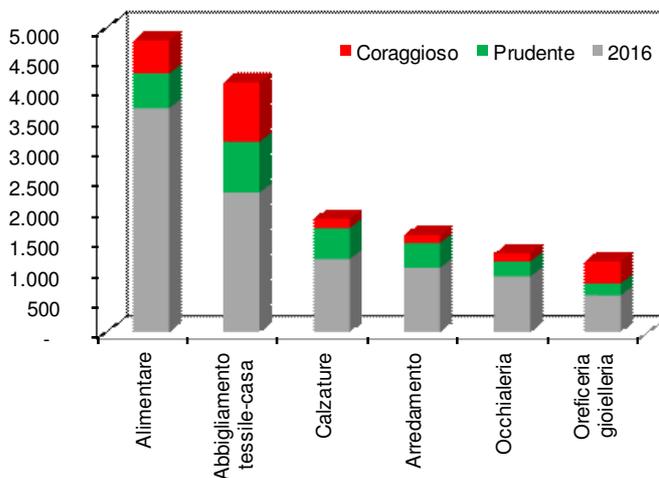
più rispetto al 2016 (risultanti da un margine di crescita aggiuntivo potenziale di 980 milioni di euro per l'abbigliamento e tessile-casa BBF, 366 milioni per l'oreficeria-gioielleria BBF, 545 milioni per l'alimentare BBF, 150 milioni per le calzature BBF, 133 milioni per l'occhialeria BBF, 129 milioni per l'arredamento BBF, Figura B). Questo scenario è reso molto credibile dalla performance degli ultimi cinque anni e dall'aver scelto tra i concorrenti

Dai dati elaborati per l'ultimo rapporto EDV emerge che le importazioni BBF dall'Italia raggiungeranno nel 2022 circa 13 miliardi di euro, **2,8 miliardi in più** rispetto ai 9,8 miliardi del 2016); una somma stimata in un **primo scenario 'prudente'**, a quote di mercato costanti per l'Italia (Figura A).

In un **secondo scenario 'coraggioso'**, in cui si ipotizza che il BBF italiano, almeno nei principali stati federati, riesca a erodere quote ai concorrenti più virtuosi³, si arriva ad **oltre 5 miliardi in**

FIGURA B

BBF italiano in USA: due scenari per settori
(Importazioni dall'Italia; milioni di euro a prezzi 2016)



Fonte: CSC e Prometeia.

³ Rispetto allo scenario conservativo, questa previsione è quindi più coraggiosa perché scommette che, almeno nei principali mercati, gli investimenti delle imprese e del sistema paese possano far crescere le esportazioni italiane più di quanto è atteso crescere lo stesso mercato, occupando spazi di altri concorrenti. Al fine di avere una misura realistica del guadagno di quota italiano possibile in ogni mercato, è stata analizzata la *performance* storica dei primi 20 concorrenti negli stessi paesi. Una volta individuati i fornitori più dinamici in termini di competitività, questo elenco è stato incrociato con i relativi valori medi unitari. Sono stati esclusi dai potenziali *benchmark* fornitori posizionati su segmenti di prezzo sensibilmente diversi da quelli presidiati dall'Italia o paesi la cui struttura dei costi non è comunque paragonabile (tipicamente produttori di paesi emergenti).

benchmark solo paesi simili all'Italia, per posizionamento o struttura dei costi.

Infine, in uno **scenario 'ideale'**, nel quale si ipotizza di riuscire a raggiungere negli USA la stessa quota di mercato media che il BBF italiano ha nei mercati avanzati (ossia l'8,1% dal 5,2%), il potenziale di crescita rispetto al 2016 raggiunge quasi **10 miliardi di euro**, portando l'import BBF 2022 degli USA fino a 20 miliardi di euro.

Questi numeri danno la misura dei vantaggi concreti che imprese e Sistema Paese possono raggiungere lavorando insieme per il successo del BBF italiano. È un dato di fatto come in generale, tra gli oltre 200mila esportatori italiani (industria e servizi), meno di 40mila vendono negli Stati Uniti; anche a causa di fattori oggettivi, primi tra tutti gli oltre 7mila chilometri che separano l'Italia dalla costa est americana. In particolare, a limitare il posizionamento del BBF italiano sotto il potenziale contribuiscono, però, la minore conoscenza del mercato, l'accessibilità peggiore, per via di standard e norme diversi e più rigidi di quelli UE, e le dimensioni relativamente piccole della maggioranza delle imprese italiane che hanno gli USA come primo mercato di sbocco.

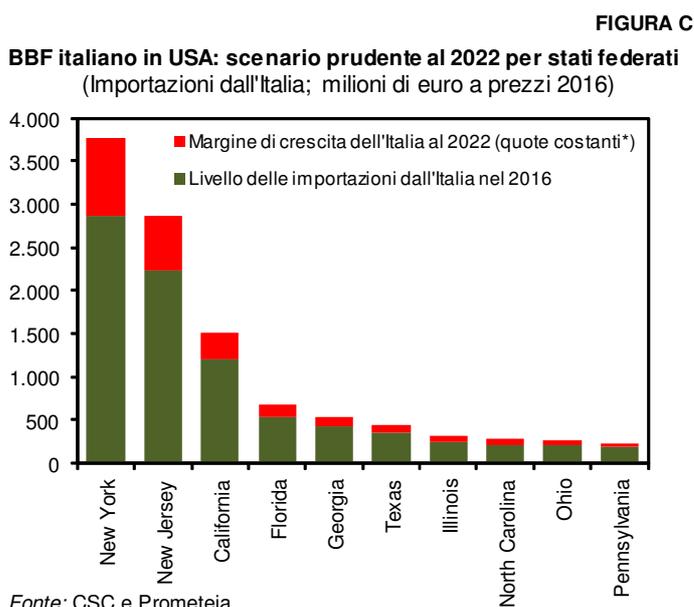
Gli stati federati con maggiori opportunità per i settori BBF

Nel 2015 le quote di mercato italiane a New York e nel New Jersey superavano la doppia cifra ed erano a livelli significativi in Florida e Massachusetts, in entrambi casi sopra al 5%. L'Italia, in generale, ha un discreto posizionamento in stati dove sono presenti **grandi città**. In Delaware, Maryland e Virginia (gli stati intorno a Washington DC) la quota italiana è rispettivamente dell' 8,9%, 4,3% e 4,1%.

Un adeguato presidio dei canali distributivi tradizionali, il corretto posizionamento dei prodotti, lo sfruttamento dell'e-commerce e del *brand* Italia e maggiori sinergie fra i

settori BBF e il settore del turismo sono le principali strade per il rafforzamento della presenza italiana negli USA. Un'altra leva su cui agire è la **conoscenza dettagliata degli stati federati americani**, che hanno tra loro un diverso potenziale di generare opportunità per i vari prodotti del BBF italiano.

Secondo quanto stimato nel rapporto EDV per import proveniente dall'Italia, **l'area intorno a New York** (la somma dei flussi diretti verso lo stesso stato e il New Jersey) acquisterà nel



2022 **6,7 miliardi di euro**, un valore simile alle attuali importazioni di BBF dall'Italia effettuate dal Regno Unito (Figura C). Per quest'area sono previste almeno 1,5 miliardi di maggiori importazioni nei prossimi sei anni. Un potenziale che potrebbe ampliarsi di buona misura se l'Italia riuscisse a erodere quote di mercato ai *best performer* o a conservare il primato dove essa stessa ha avuto la migliore performance. Ad esempio l'abbigliamento BBF potrebbe espandere il potenziale di circa 650 milioni se riuscisse a ripetere la stessa prestazione registrata negli ultimi cinque anni in quest'area, l'alimentare BBF di circa 220 milioni se eguagliasse il risultato della Spagna in New Jersey e continuasse a essere il *best performer* a New York.

Nel 2022 per la **California** il potenziale di importazioni dall'Italia raggiungerà almeno **1,5 miliardi di euro**, un valore simile come ordine di grandezza a quanto esportato dalle imprese del BBF verso il Belgio. La graduatoria degli stati federati importatori di BBF dall'Italia prosegue con **Florida** e **Georgia**, stimati assestarsi su un valore di import rispettivamente di 680 e 550 milioni di euro nel 2022. Questi stati (insieme allo stesso **New Jersey**, ma anche al **North Carolina** o allo stato di **Washington**) sono, oltre che mercati, anche importanti piattaforme logistiche e commerciali per aggredire altri territori.

Emblematico di un potenziale ancora non sfruttato appieno è il posizionamento in Texas del BBF italiano, la cui quota, seppur in crescita, è ancora inferiore al 3%. Il **Texas**, che ha una popolazione di oltre 27 milioni di abitanti con un reddito disponibile superiore ai 37.000 euro, nel 2022 importerà dall'Italia 438 milioni di euro, un valore simile come ordine di grandezza a quanto esportato dalle imprese italiane del BBF verso il Portogallo, che tuttavia presenta una popolazione di soli 10 milioni di persone con un reddito disponibile pro-capite di 17.000 euro. Se l'Italia riuscisse ad erodere quote di mercato ai suoi concorrenti più simili potrebbe recuperare questo sottodimensionamento. Ad esempio, nel rapporto EDV si calcola che sia l'alimentare BBF sia l'oreficeria-gioielleria BBF potrebbero espandere il potenziale rispettivamente di 100 milioni ciascuno se riuscissero ad emulare la *performance* raggiunta negli ultimi cinque anni dalla **Francia**, il *best performer in Texas* in entrambi i settori.

La leadership della nautica da diporto negli USA

Le imbarcazioni italiane, oltre a presentare le caratteristiche tipiche del BBF⁴, svolgono un ruolo chiave perché veicolano al proprio interno altri prodotti BBF e quindi sono vere e proprie vetrine mobili per esportare la dolce vita. Il caso della nautica da diporto negli USA rappresenta un utile esempio di superamento degli ostacoli dovuti a 'divergenza regolamentare'. Infatti, a livello normativo si riscontrano negli USA numerose differenze di standard per la costruzione delle unità da diporto rispetto alle regole dell'UE, in particolare per

⁴ Seppure il settore della nautica non viene analizzato nel rapporto EDV con il modello econometrico, esso è stato oggetto di un capitolo a sé stante. La procedura di selezione dei codici HS6 volta a identificare il BBF nautico è la stessa rispetto a tutti gli altri comparti.

quanto riguarda regolamenti di sicurezza, sistemi di omologazione e limiti di emissione gassose (peraltro molto stringenti in alcuni stati). Specifiche tecniche (come il diverso voltaggio degli impianti elettrici) impongono ulteriori adeguamenti del prodotto al mercato d'Oltreoceano. Nonostante ciò, **l'Italia nel 2015 si è aggiudicata la fetta di mercato più ampia negli USA (23,2%)** davanti a Canada (12,8%), Francia (11,3%) e Messico (10,8%).

I principali porti di attracco della nautica *made in Italy* sono la Florida e New York, (in entrambi gli stati l'Italia conquista le quote più ampie, rispettivamente del 33,5% e del 55,6%); ma l'Italia è anche presente con quote significative nel Rhode Island (12,1%), nel Tennessee (6,6%), nel New Jersey (2,6%) e in California (2,2%). Ampi margini per un'ulteriore penetrazione della nautica italiana permangono in Texas e Washington, presidiati principalmente da produttori messicani, cinesi e canadesi. Il CSC e Prometeia stimano che se l'industria italiana della nautica riuscisse a presidiare gli stati in cui è più debole come riescono a fare le imprese canadesi, avrebbe **un potenziale di crescita di 560 milioni di euro**, pari al +7,6% dell'export verso gli USA.

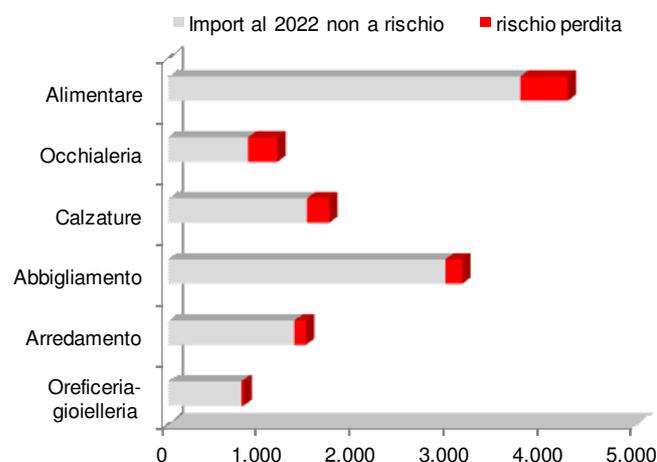
I rischi per il BBF nel caso di neo-protezionismo

Sulle buone prospettive del BBF negli USA incombe, però, lo spettro del neo-protezionismo. Se messo in atto potrebbe condizionare gli scenari a medio termine per le importazioni americane, vanificando una parte dei vantaggi prospettati per il BBF. Lo scenario prudente, adottato nel rapporto EDV come scenario base, recepisce un peggioramento delle condizioni di accesso ma non vere e proprie guerre commerciali. Ben prima della Presidenza Trump, la crisi ha infatti formato uno spartiacque tra i processi di liberalizzazione e il protezionismo strisciante⁵.

Per quanto riguarda gli Stati Uniti, non mancheranno certo dichiarazioni forti o casi isolati di tensione. L'idea di fondo è, però, che a queste non seguiranno vere e proprie rivoluzioni della

FIGURA D

BBF italiano in USA: rischio per settori se ritorno ai dazi 1989
(Importazioni dall'Italia, milioni di euro)



Fonte: CSC e Prometeia.

⁵ Si veda CSC (2016), Globalizzazione in stallo: profonde le cause, inadeguate le risposte della politica, *Scenari industriali*, n. 7, cap. 2. e CSC (2017), L'aumento delle misure protezionistiche aggrava il rallentamento degli scambi mondiali, *Nota dal CSC* n° 17-02.

politica commerciale americana, almeno per ciò che interessa le imprese italiane e gli strumenti più tradizionali, e misurabili, come i dazi. Le imprese del BBF dovranno probabilmente confrontarsi con inasprimenti più sottili (certificazioni ulteriori, allungamento dei tempi, nuovi passaggi burocratici), che non cambiano gli ordini di grandezza della domanda di beni importati dall'estero, ma possono rendere oggettivamente più complessa l'attività di esportazione e indirettamente incentivare una presenza diretta sul territorio americano.

È utile, tuttavia, quantificare il costo per l'Italia di uno **scenario shock in cui si ipotizza che le tariffe doganali ritornino alle condizioni precedenti le liberalizzazioni degli anni Novanta**, un *benchmark* utile per avere un ordine di grandezza dei rischi per le imprese del BBF (Figura D). Usando un modello econometrico è stata stimata la relazione che esiste, in ogni settore, tra il livello dei dazi per accedere al mercato degli Stati Uniti e le esportazioni dei suoi partner commerciali. Per l'Italia nei settori del BBF **i coefficienti di reazione** (che stimano quanto cala in percentuale l'export italiano a seguito di un aumento di un punto dei dazi) si muovono tra l'1,9% della gioielleria e il 4,1% dell'occhialeria. È da notare come le variazioni stimate per l'Italia siano mediamente inferiori sia a quelle della media dei concorrenti sia a quelle della Cina (primo competitor emergente sul mercato USA). In questo differenziale c'è la forza del BBF nazionale, per cui il prezzo è meno rilevante nel determinare una domanda in cerca più di qualità che di risparmio. Nell'ipotesi che i dazi medi pagati dalle imprese italiane tornino ai livelli del 1989, l'import degli Stati Uniti dall'Italia nel 2022 risulterebbe di **1,4 miliardi inferiore rispetto allo scenario base** (11,6 invece di 13 miliardi nel 2022).