

I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E LE CATENE DEL VALORE

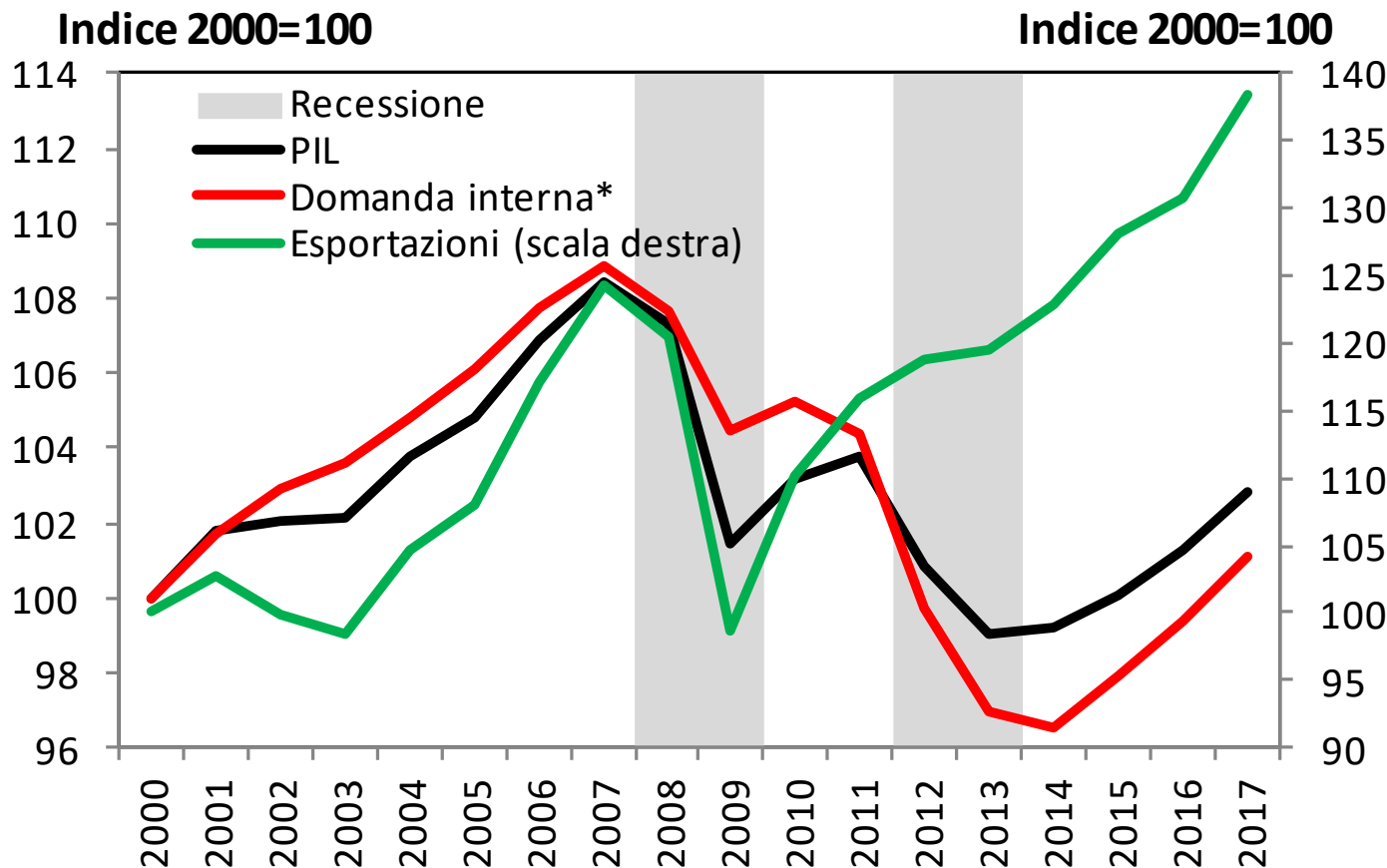
Matteo Pignatti
Centro Studi Confindustria

Webinar Series, 28 novembre 2018

Perché è importante?

Export componente più dinamica del PIL italiano

- Export ampiamente sopra ai livelli pre-crisi. Domanda interna ancora sotto.
- Export è pari a quasi un terzo del PIL.



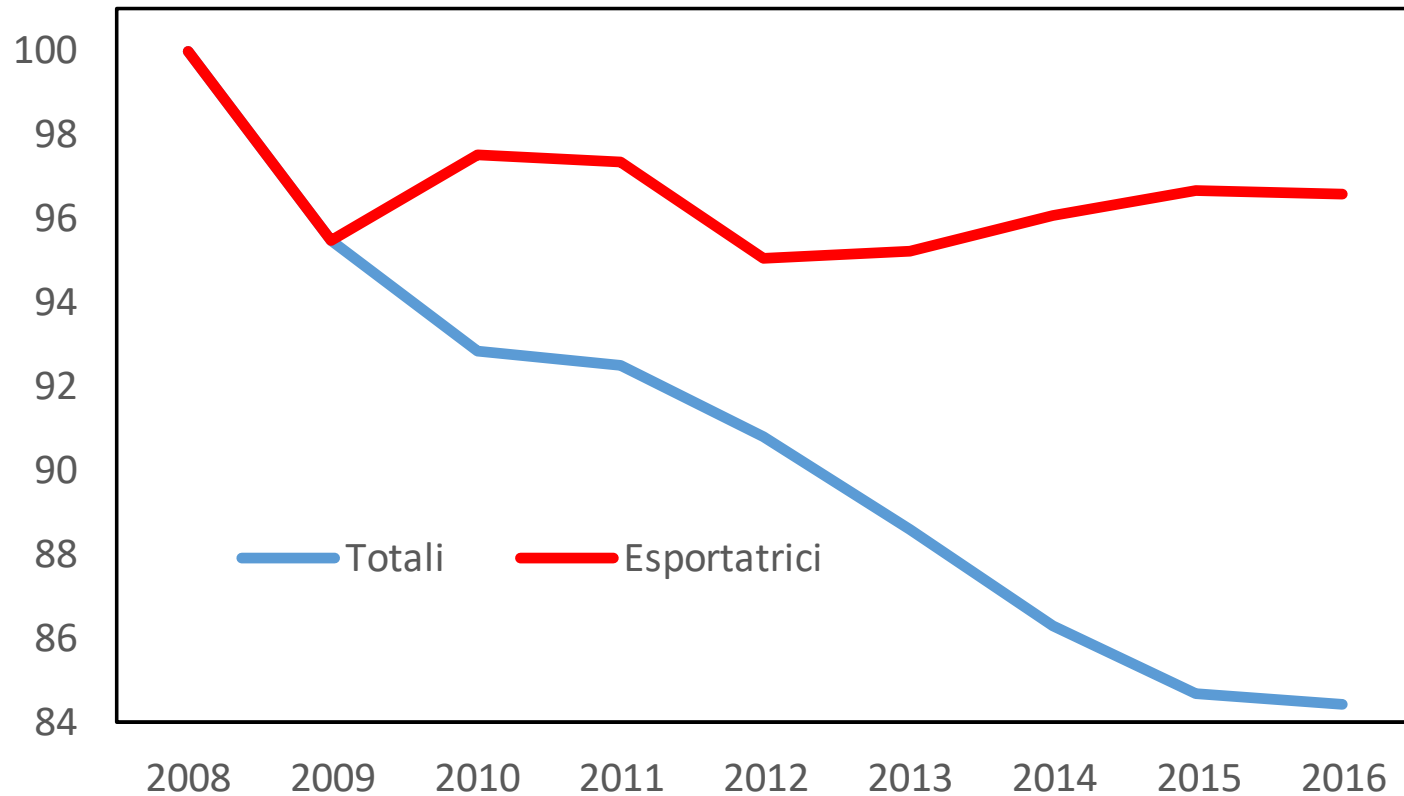
*Consumi finali e investimenti fissi lordi.
Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

Perché è importante?

Divaricazione delle performance delle imprese

- Imprese esportatrici più resilienti alla crisi.

Numero imprese manifatturiere, indice 2008=100



Export italiano in crescita a ritmo tedesco

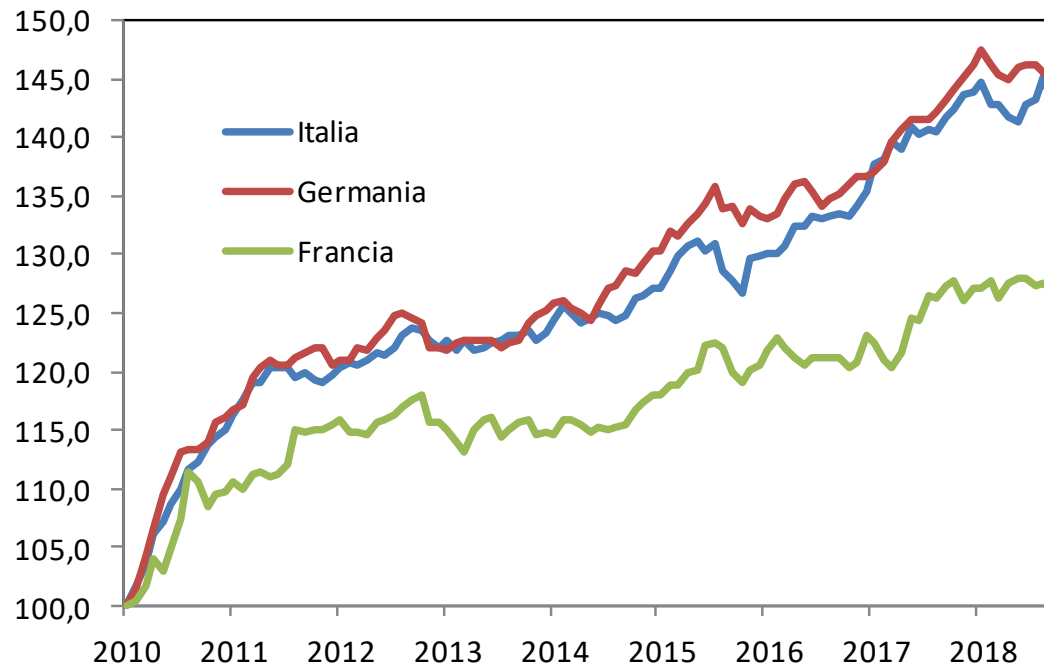
Quali forze competitive?

Le leve per la competitività delle imprese italiane:

- aumento della qualità dei prodotti;
- partecipazione e specializzazione nelle GVC.

(I nodi: crescita del CLUP, gap dimensionale e basso livello di R&S.)

Export di beni a prezzi costanti, medie mobili a tre mesi, indici gennaio 2010=100

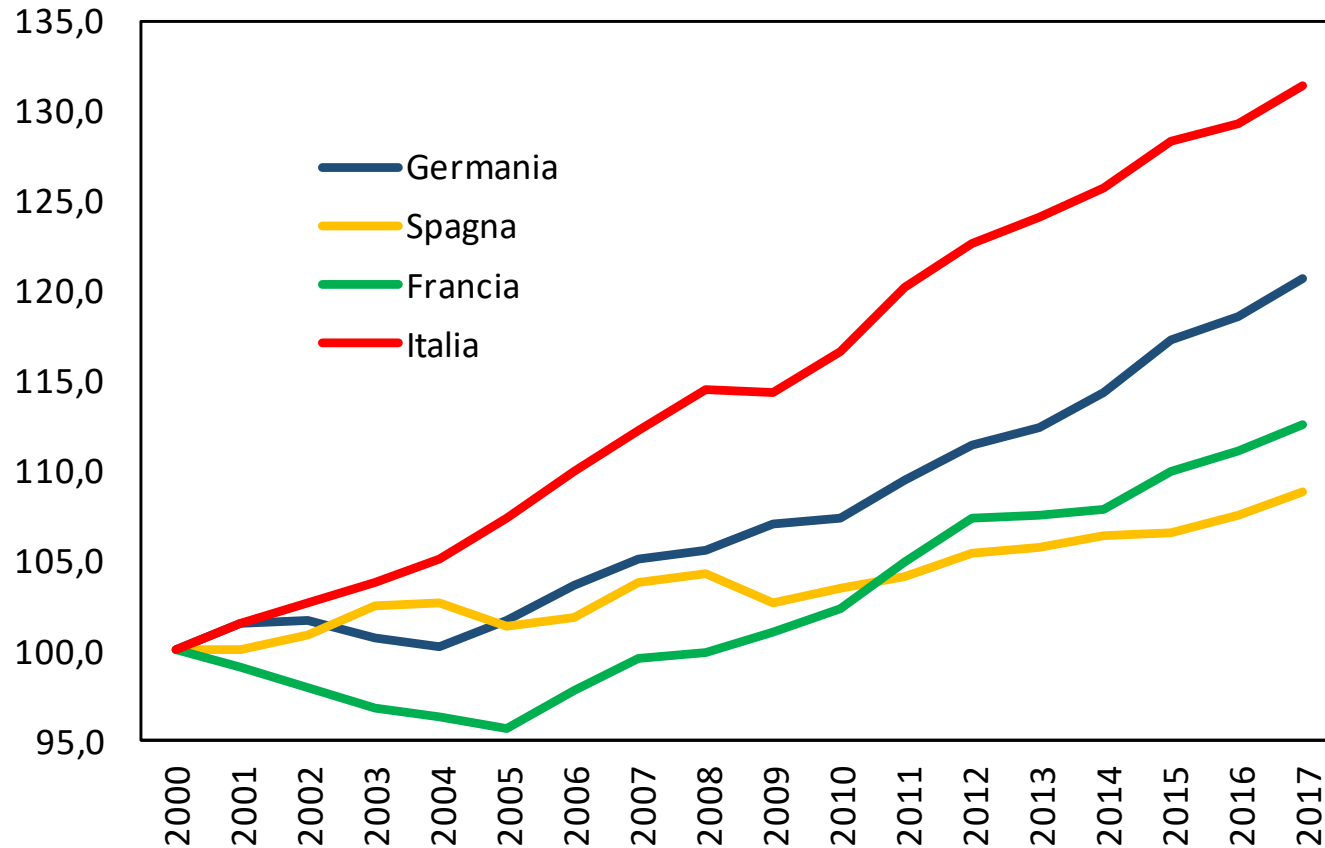


Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT, Destatis e INSEE.

L'aumento di qualità dell'export italiano

- Le imprese esportatrici hanno guadagnato quote di mercato attraverso strategie di innovazione e upgrading qualitativi.

Qualità dei beni esportati*, indici 2000=100



* Rapporto tra valori medi unitari e prezzi all'export.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

L'aumento di qualità dell'export italiano

- La qualità italiana cresce più rapidamente nella maggior parte dei settori.

Variazione % cumulata 2000-2016, indicatore di qualità settoriale*

	Italia	Area euro	Germania	Spagna
Altri mezzi di trasporto	168,1	-7,2	163,5	477,2
Bevande	167,1	50,9	134,5	-72,6
Componenti elettrici	51,4	24,5	39,9	21,8
Pelle e calzature	50,7	18,1	18,7	-56,1
Metalli di base	42,9	15,1	9,4	-8,5
Autoveicoli	38,6	17,9	8,9	4,5
Alimentari lavorati	26,9	15,7	26,8	7,9
Prodotti chimici	23,2	8,1	13,6	-6,4
Prodotti farmaceutici	19,0	103,3	76,9	115,6
Minerali non metalliferi	15,0	-9,0	-11,9	-33,1
Prodotti di metallo	12,8	14,0	3,3	-4,0
Macchinari	11,8	3,1	-1,5	5,2
Carta e prodotti di carta	11,1	-1,8	-12,8	-15,7
Legno	8,3	-2,5	-4,2	-23,2
Tessile	-11,8	-15,5	-21,7	10,0
Mobili	-13,5	-16,1	-11,6	-7,0

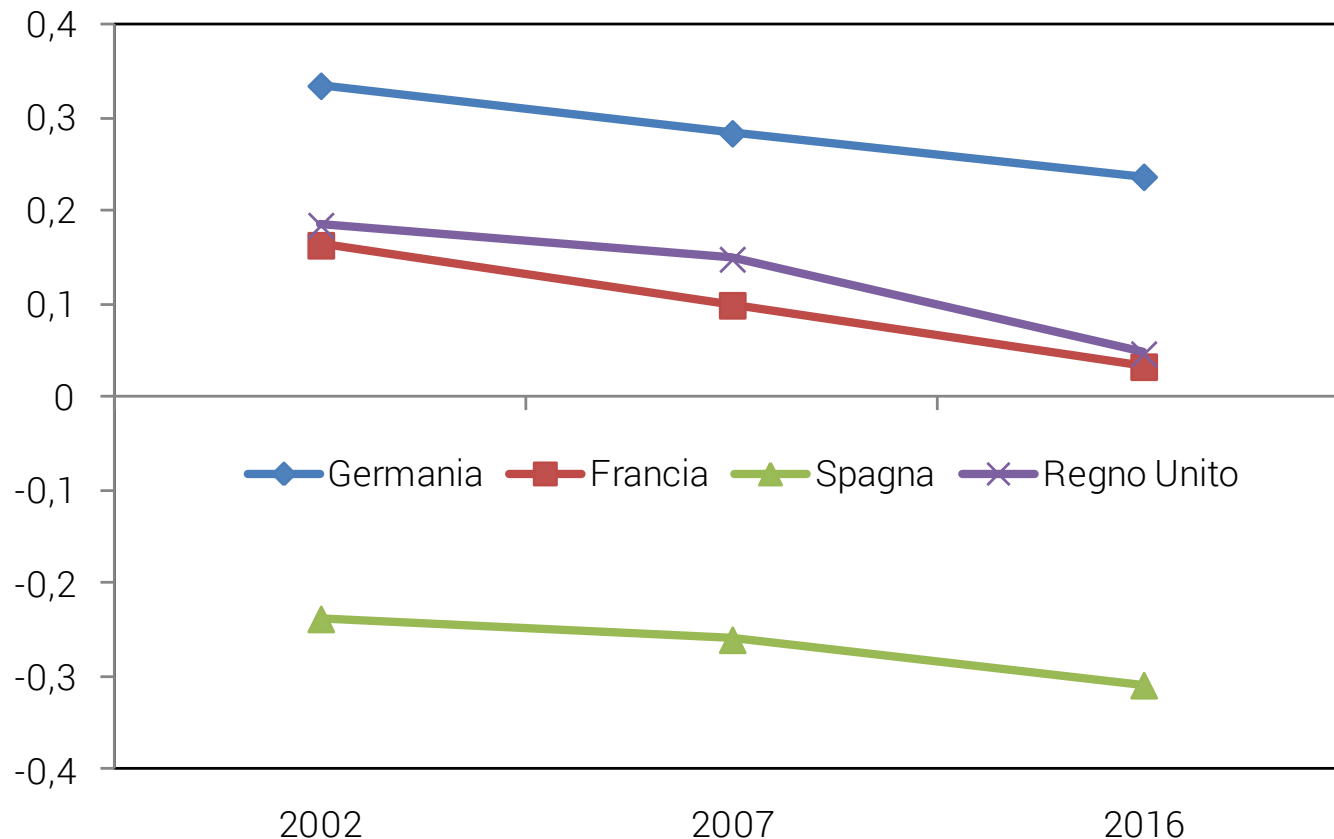
* Rapporto tra gli indici dei valori medi unitari e dei prezzi alla produzione dei prodotti venduti all'estero.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

L'aumento di qualità dell'export italiano

- Si rafforza il potere di mercato delle imprese italiane.

Pricing power dell'export manifatturiero*, differenza % rispetto all'Italia.



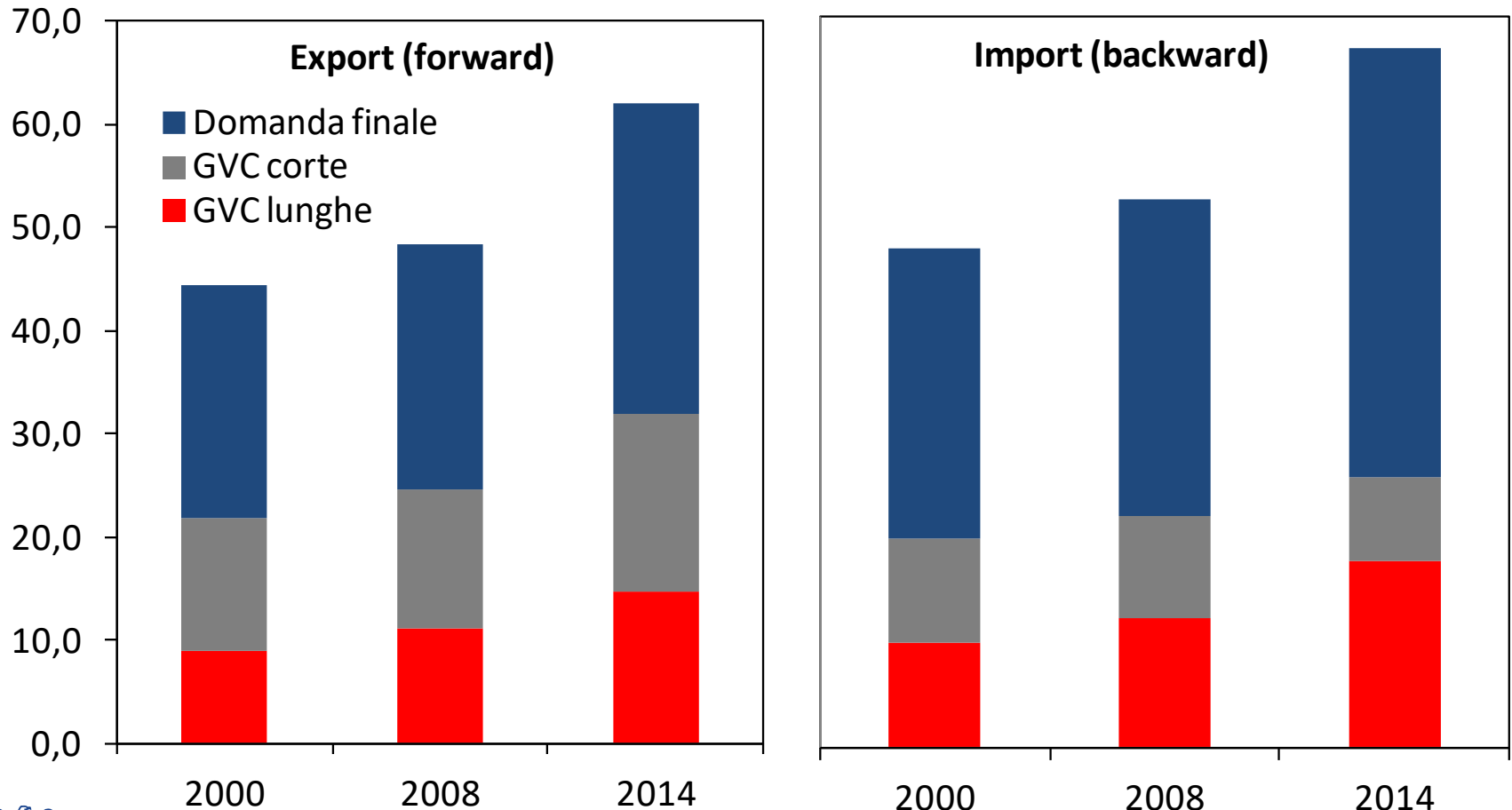
* Livello dei prezzi (VMU) a parità di prodotto (6 digit HS), destinazione (53 paesi) e quantità vendute.

Fonte: stime CSC su dati WITS e Cepii-Baci.

Maggiore partecipazione italiana alle GVC

- Manifatturiero sempre più integrato nelle catene globali del valore.
- Con una specializzazione a monte delle filiere, specie rispetto alla Germania.

% VA manif. attivato negli scambi con l'estero

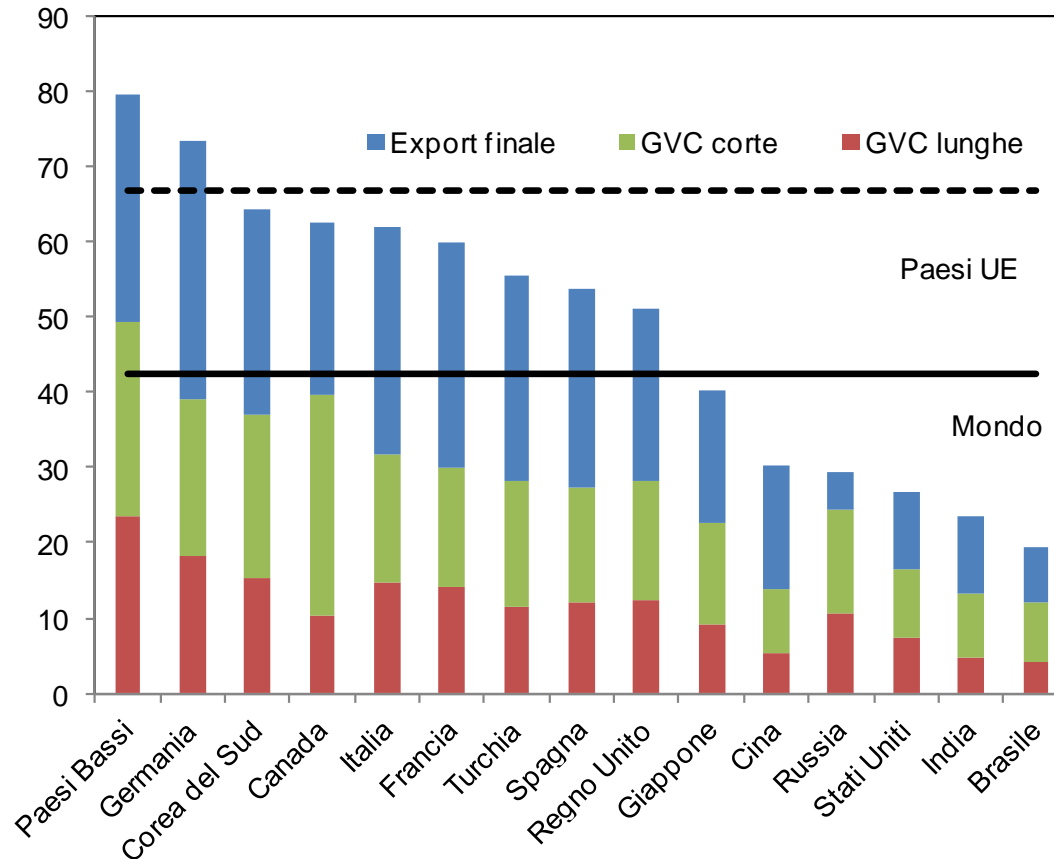


Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati WIOD.

Maggiore partecipazione italiana alle GVC

- Germania e Paesi Bassi più integrati nelle GVC.
- L'Italia supera la Francia.

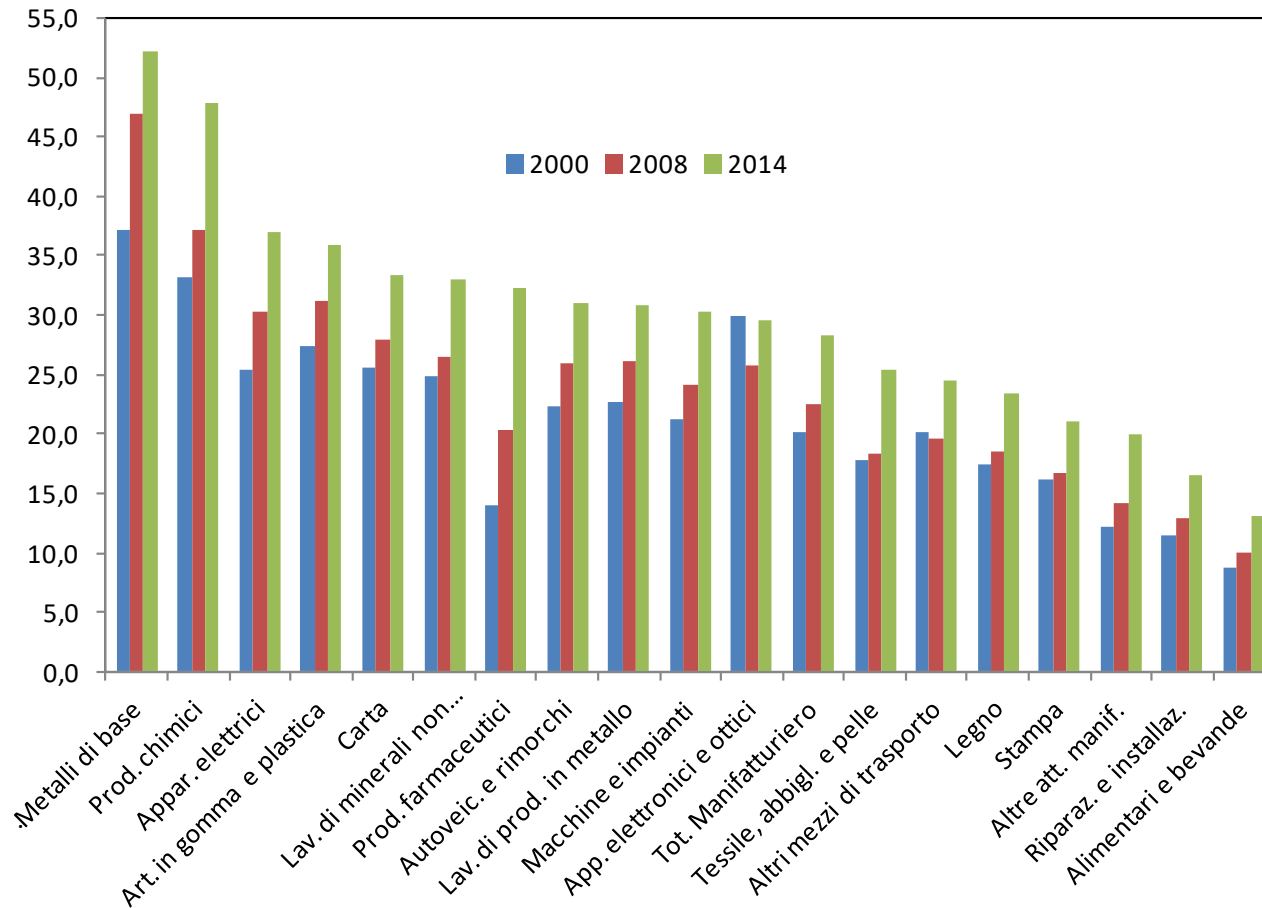
Manif. escl. petrolif., va attivato all'estero, in % del totale, 2014



Maggiore partecipazione italiana alle GVC

- (Quasi) tutti i settori partecipano più intensamente alle GVC.

Indice di partecipazione alle GVC*, in % del valore aggiunto



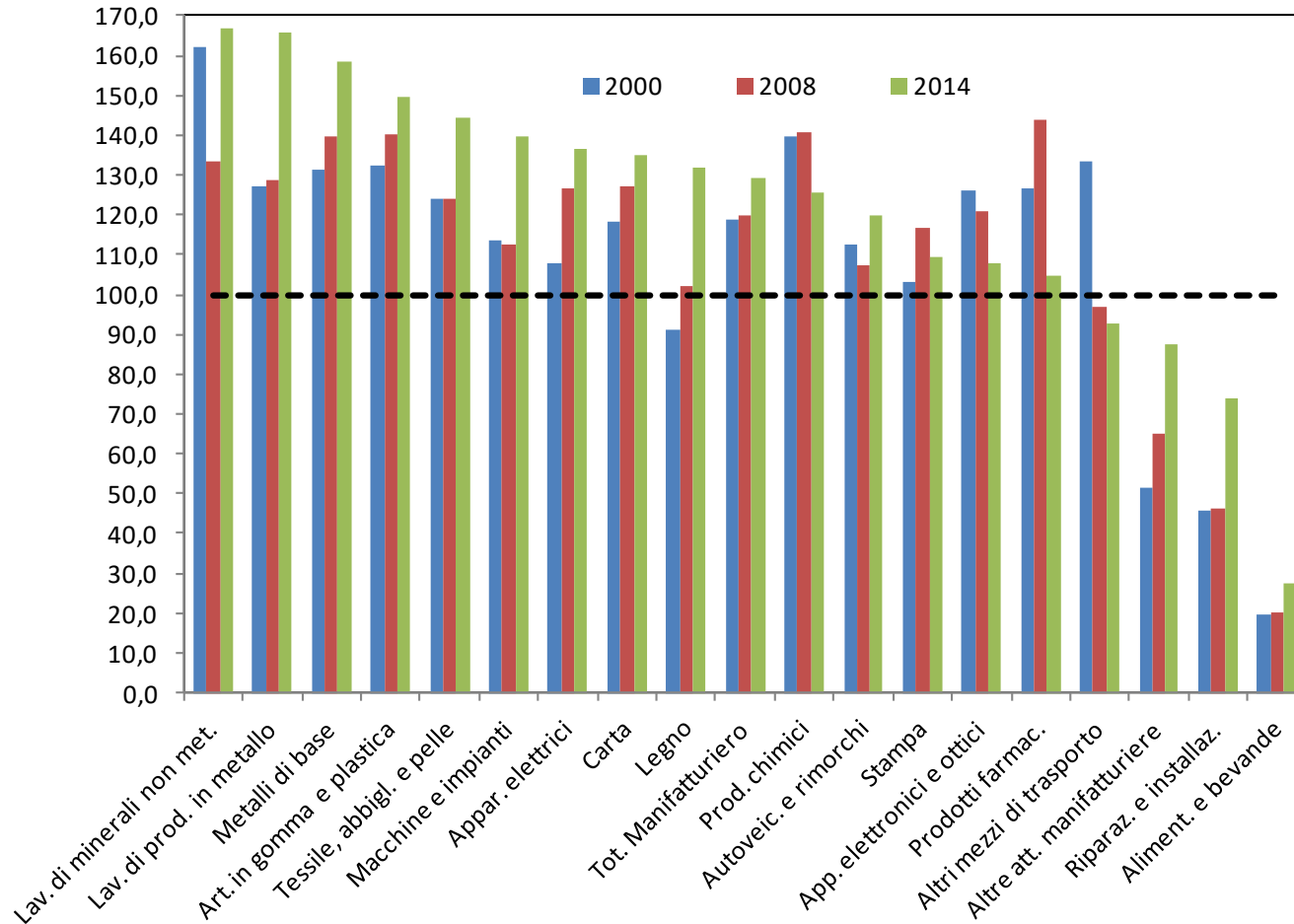
* Media della partecipazione forward (export) e backward (import) alle GVC.

Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati WIOD.

Posizione italiana a monte delle GVC

- Gran parte dei settori si posizionano a monte delle catene.

Indice di posizione nelle GVC*, 100=in mezzo alle filiere



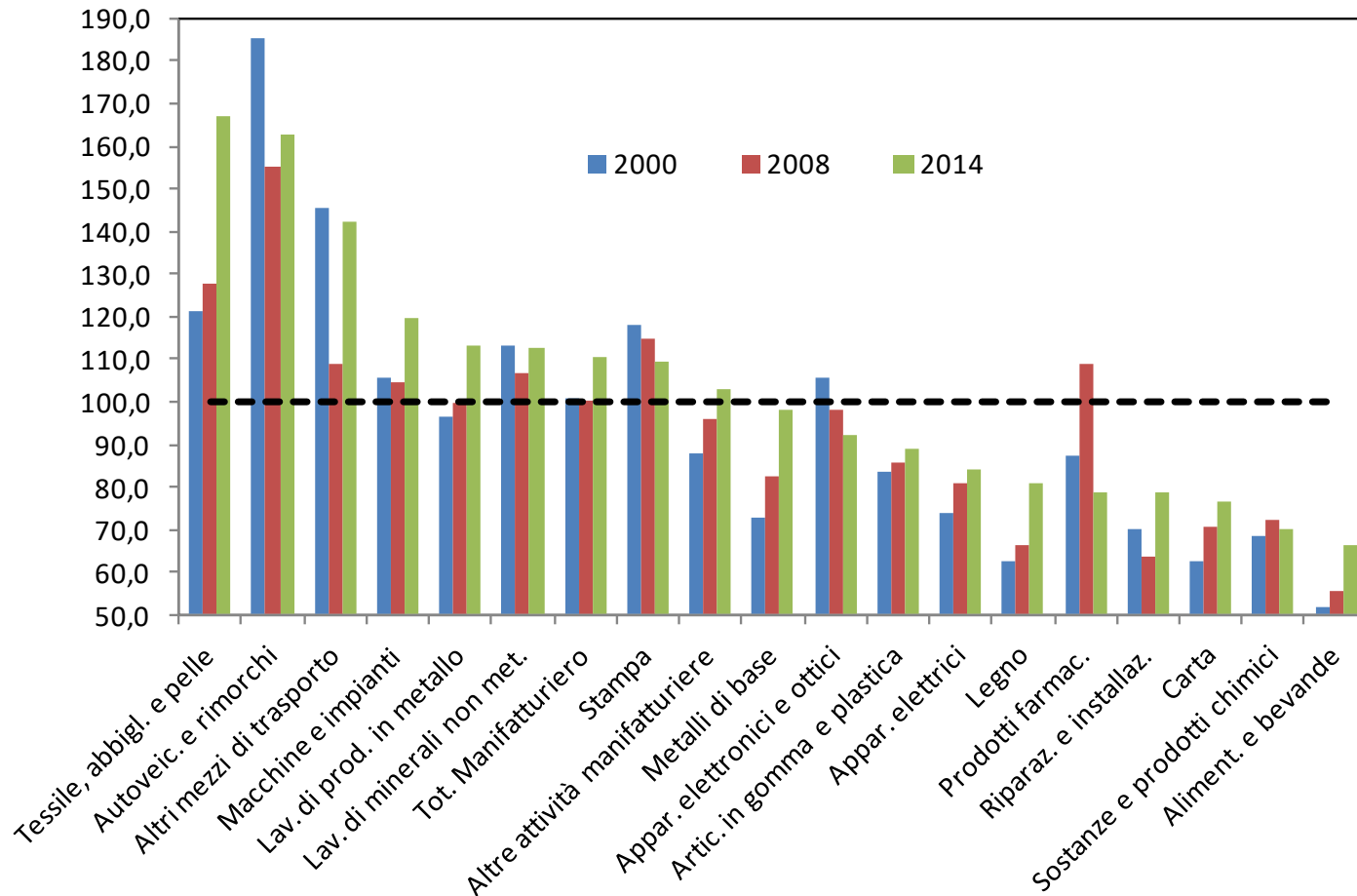
* Rapporto tra partecipazione forward (export) e backward (import) alle GVC.

Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati WIOD.

Posizione italiana a monte delle GVC

- Specializzati a monte il tessile-abbigliamento e i mezzi di trasporto .

Italia, posizione nelle GVC rispetto al resto dell'Area euro*, 100=stessa posizione



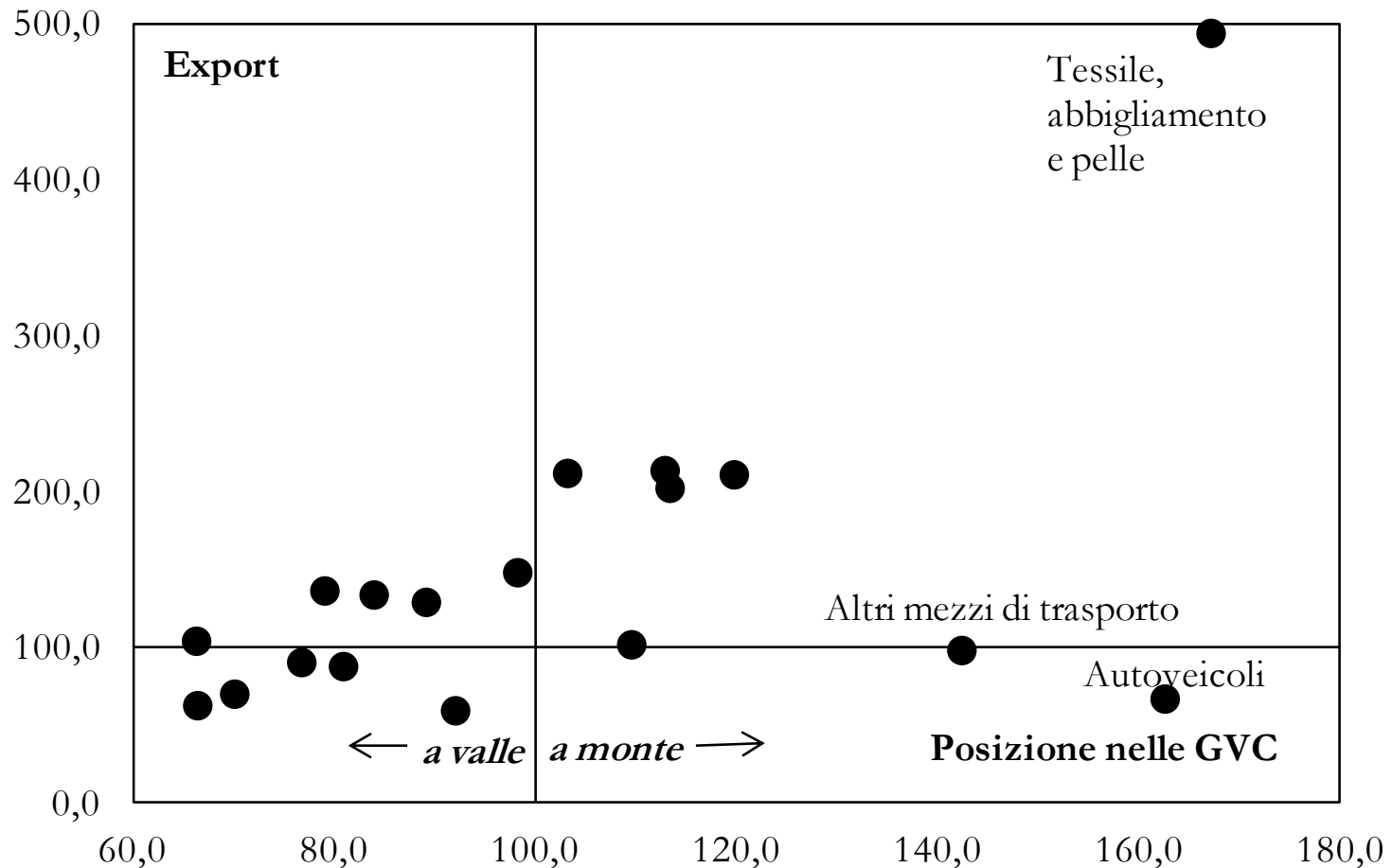
* Rapporto tra la posizione in Italia e nel resto dell'Area euro.

Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati WIOD.

Posizione italiana a monte delle GVC

- I settori orientati più a monte sono quelli di maggiore specializzazione relativa.

Italia, posizione nelle GVC ed export, indici di specializzazione, 100=resto Area euro, 2014

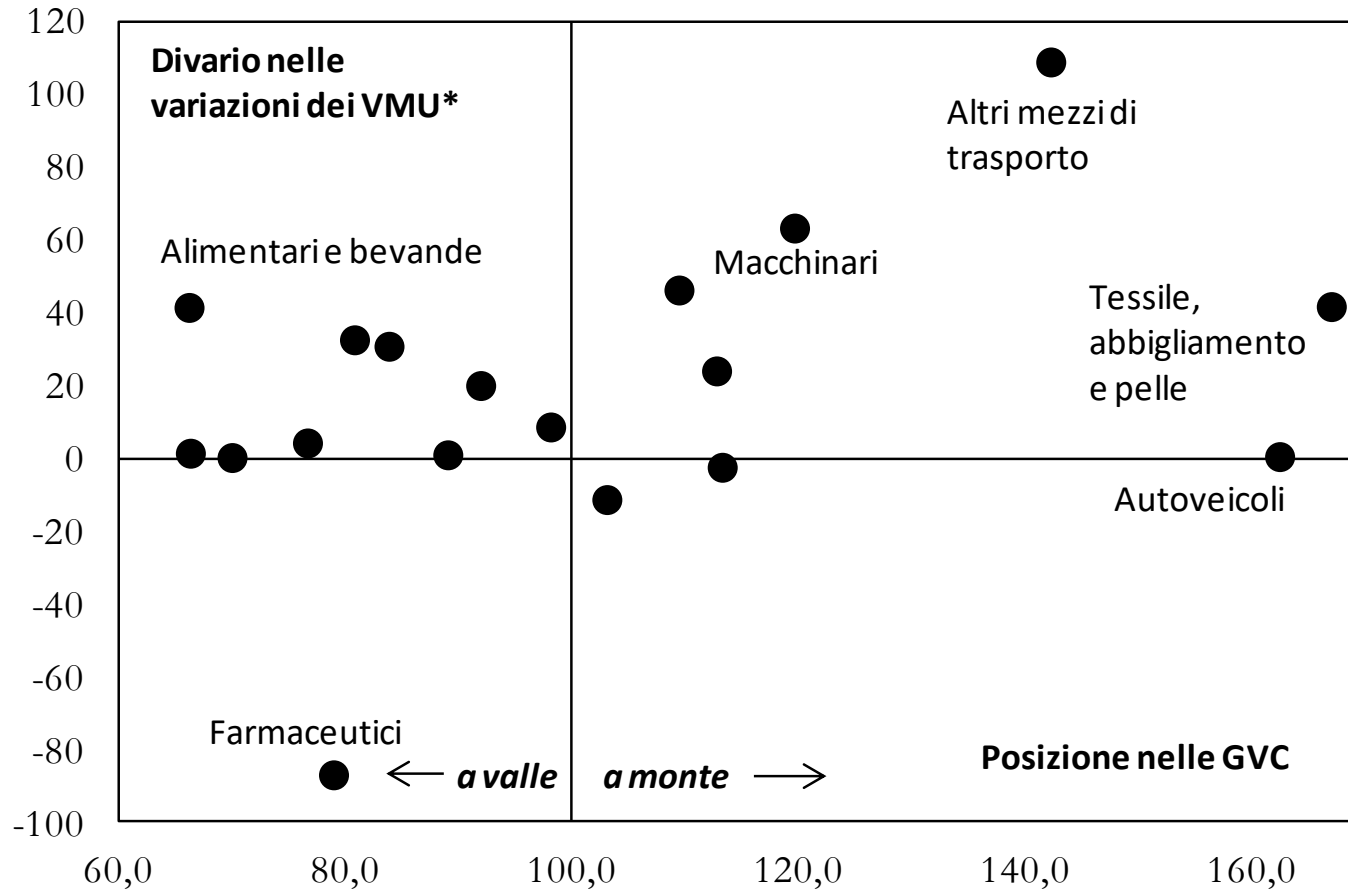


Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati WIOD.

Potere di mercato in crescita in varie posizioni delle GVC

- Settori di punta hanno aumentato l'estrazione di valore sia a monte che a valle delle GVC.

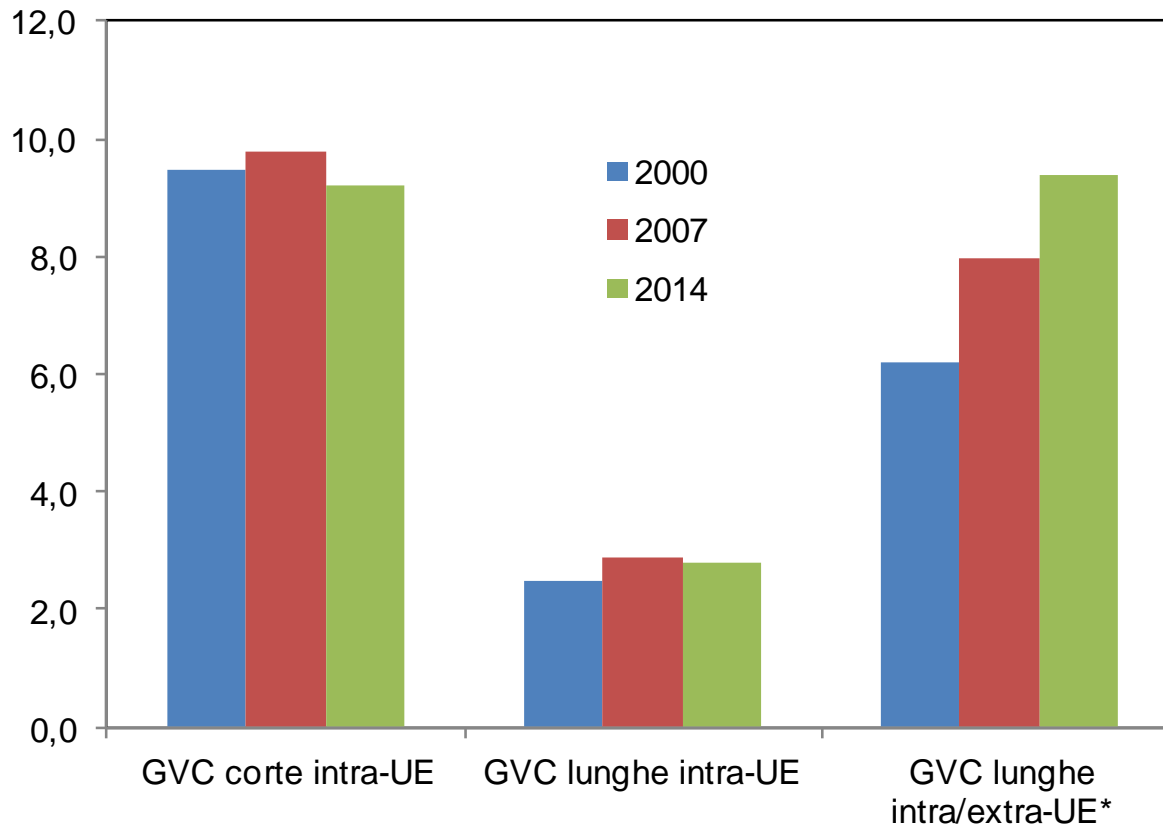
Posizione nelle GVC e VMU* dell'export, indici risp. al resto dell'Area euro, 2014 e var. cumulata 2000-2014



Applicazione: integrazione produttiva e...

- Produzione europea frammentata in molteplici passaggi transfrontalieri e sempre più connessa nelle GVC.
- Germania e Italia non solo competitor ma anche partner nella fabbrica Europa.

Manif. escl. petrolif., va europeo attivato nelle GVC UE, in % del totale



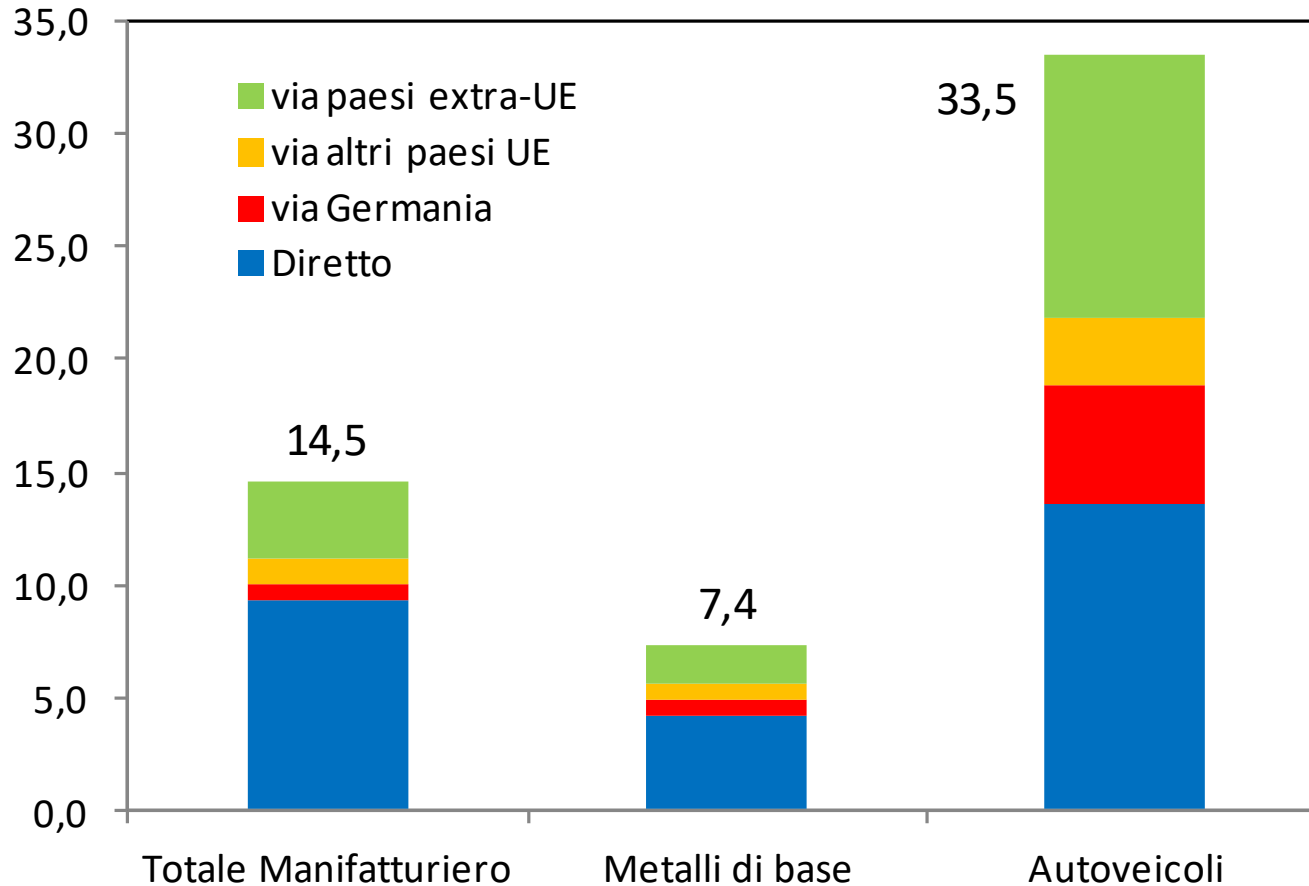
* GVC intra-UE destinate alla domanda extra-UE.

Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati WIOD.

... impatto dei dazi USA

- L'importanza del mercato USA aumenta lungo le GVC.
- È più che doppia nel caso degli autoveicoli.

Peso degli Stati Uniti per l'export italiano (in % dell'export settoriale)



Linee d'azione

Politiche di impresa e governative

- Nuova globalizzazione: la regionalizzazione delle catene globali del valore (upgrading della Cina) obbliga a essere presenti direttamente nei mercati (B2C e B2B).
- Posizionamento nelle catene globali del valore: valorizzazione dei semilavorati *made in Italy*, con campagne pubblicitarie dei produttori e di promozione del sistema Paese. Coordinamento nelle filiere (integratori di filiera) e più contaminazione (meccanica, elettronica, chimica, digitale).
- Innovazione: le imprese che innovano possono conseguire maggiori aumenti di fatturato (fino a 30 pp). Managerializzare per gestire la maggiore complessità.
- Tecnologie digitali: si stima che nel 2050 raddoppierà la remunerazione del capitale “intelligente” (fino a oltre il 60% del reddito totale).
- Crescita della produttività: dipende dal buon funzionamento dei mercati (sburocratizzare, liberalizzare, semplificare la regolamentazione) e, soprattutto, dalle strategie aziendali (diffondere buone pratiche, elevare cultura d'impresa, anche con iniziative associative).

