

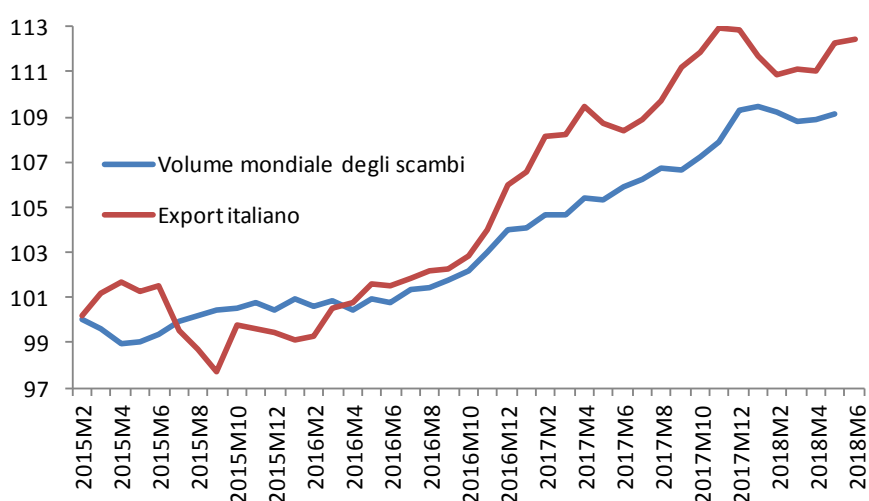
Prospettive e potenziale per l'export italiano

Export italiano in rallentamento

Nel 2018 continua la crescita dell'export italiano, seppure a ritmi meno elevati del 2017, anno di crescita eccezionale per le esportazioni *Made in Italy*. Al rallentamento delle esportazioni hanno concorso vari fattori, alcuni su scala globale, altri più specifici al contesto italiano.

Tra i fattori che riguardano l'intera comunità internazionale, pesano soprattutto le misure restrittive per il commercio mondiale avviate dalla Presidenza Trump negli USA. L'impatto diretto sui flussi commerciali è stato sinora contenuto, ma l'incertezza generata tra gli operatori potrebbe averne amplificato gli effetti. Il rallentamento dell'export italiano è avvenuto infatti di pari passo con il rallentamento della domanda mondiale, che a partire dalla fine del 2017 ha subito una battuta di arresto. La frenata della domanda mondiale è peraltro un fattore che non sembra avere solo un carattere congiunturale: l'andamento tendenziale del commercio globale è stato rivisto al ribasso dai principali previsori (più recentemente il Fondo Monetario Internazionale, che nelle previsioni di ottobre ha ritoccato al ribasso la crescita del commercio mondiale rispetto alle previsioni rilasciate ad aprile da 4,8% a 4,2% per il 2018 e da 4,5% a 4,0% per il 2019).

Figura 1: Rallentano le esportazioni italiane, seguendo il trend della domanda mondiale



Nota: medie mobili centrate a tre termini;
valori indicizzati, 2015=100.

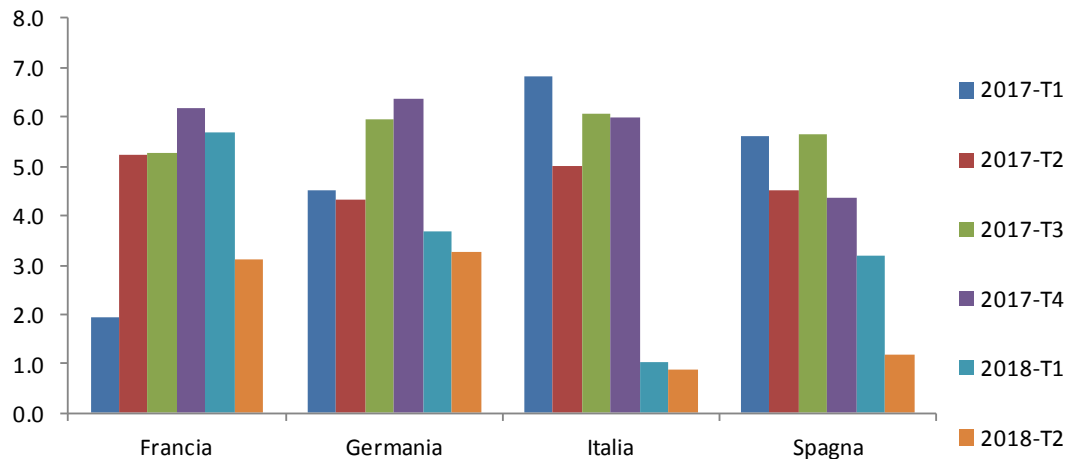
Fonte: elaborazioni Fondazione Malio Masi su dati Istat e FMI.

Nel 2018, sul rallentamento dell'export italiano come su quello di altri paesi europei ha pesato anche l'apprezzamento dell'euro rispetto al dollaro (nei primi dieci mesi dell'anno l'euro si è apprezzato del 5,9% sul dollaro rispetto alla media del 2017). Ciò ha impattato direttamente la competitività dei prodotti italiani esportati verso gli USA, che hanno decelerato marcatamente nei primi sette mesi del 2018, crescendo ad un ritmo di crescita pari a circa un terzo rispetto a quello realizzato l'anno precedente.

Seppure anche negli altri principali paesi europei le esportazioni hanno decelerato, il calo della crescita è stato molto più marcato in Italia. A questo risultato hanno contribuito vari fattori: la domanda mondiale ha

subito un calo in settori che pesano molto sul Made in Italy; l'Italia più di Francia e Spagna ha risentito del rallentamento dell'export tedesco data la più elevata esposizione dell'export italiano nei rapporti di subfornitura con le imprese tedesche; la performance relativamente peggiore in mercati asiatici in cui soprattutto la Germania detiene quote più elevate.

Figura 2 - Tra i principali paesi UE, in Italia il rallentamento più marcato dell'export.

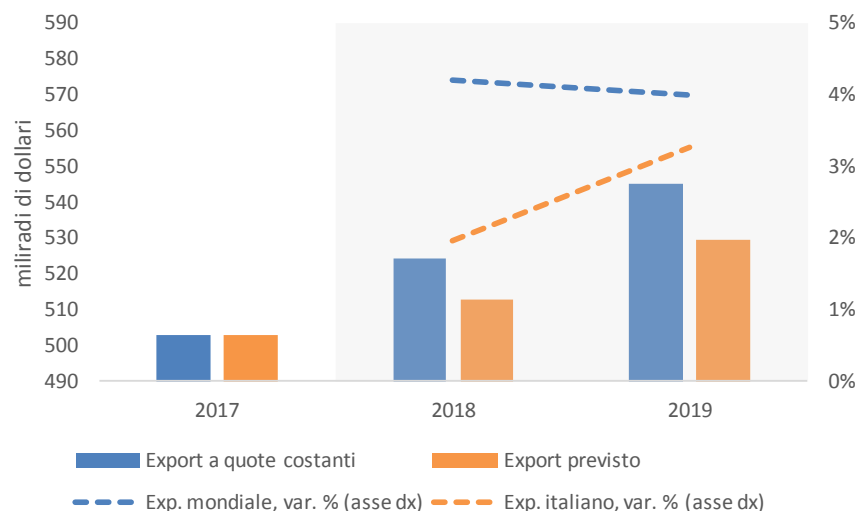


Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati degli Istituti nazionali di statistica.

Prospettive future

Attualmente l'export italiano rappresenta il 3,2% circa dell'export mondiale. In uno scenario in cui l'Italia mantenesse costante la propria quota seguendo i tassi di crescita previsti per l'export mondiale (+4,2 e +4,0% per il 2018 e il 2019 rispettivamente), assisteremmo a un aumento dell'export di circa 20 miliardi di dollari annui. Tuttavia, le più recenti previsioni indicano una crescita attesa dell'export italiano inferiore a quella mondiale (2,0% e 3,3%). In quest'ultimo scenario previsivo, la performance dell'export, seppur superiore alla crescita del PIL, a fronte di un import mondiale più dinamico, non può che implicare una (moderata) perdita di quote dell'export italiano e, rispetto allo scenario a quote costanti, un aumento dell'export più contenuto, pari a circa 13 miliardi di dollari l'anno.

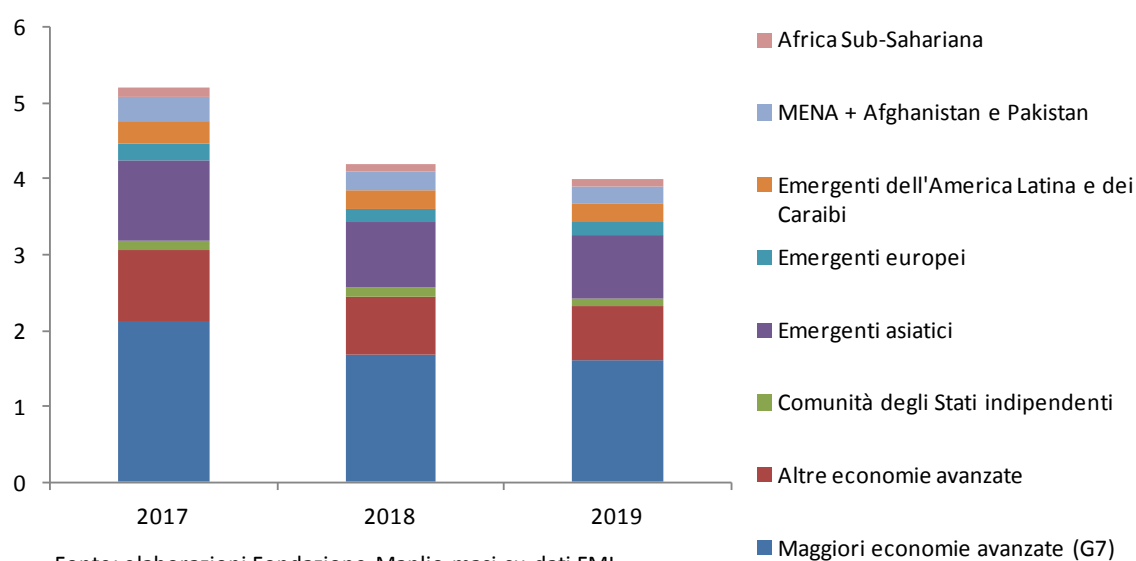
Figura 3 – Le previsioni per l'export italiano.



Le previsioni sopra riportate e la performance non brillante dell'export italiano non devono tuttavia far pensare che non vi siano opportunità da cogliere. L'analisi presentata di seguito indica l'esistenza di una domanda potenziale proprio per i prodotti esportati dall'Italia. L'esistenza di un potenziale, indipendente dalla dinamica dei mercati, implica che se l'Italia riuscisse ad intercettare con più efficacia la domanda mondiale, allora il peso del paese sull'export mondiale potrebbe aumentare, facendo registrare tassi di crescita superiori a quelli mondiali. Ciò avverrebbe attraverso l'acquisizione di quote di mercato contendibili ai principali concorrenti.

Una delle principali indicazioni che ne derivano riguarda la composizione geografica del nostro export, che dovrebbe tendere verso una maggiore diversificazione dei mercati di sbocco. I primi venti paesi di destinazione dell'export italiano costituiscono circa il 73% del totale e sono quasi tutti mercati maturi (molti dei quali geograficamente vicini). Elevare la diversificazione dei mercati di sbocco significherebbe aumentare la dinamicità dell'export poiché i margini di miglioramento nella capacità di intercettare il potenziale sono superiori in mercati dove attualmente siamo meno presenti, come appunto alcuni paesi emergenti asiatici. Del resto, gran parte della crescita della domanda mondiale nei prossimi anni sarà trainata dalle economie emergenti asiatiche. Queste saranno infatti seconde solo ai paesi avanzati facenti parte del G7.

Figura 4 - Alto il contributo alla crescita della domanda mondiale dei paesi avanzati e degli emergenti asiatici.



Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio masi su dati FMI.

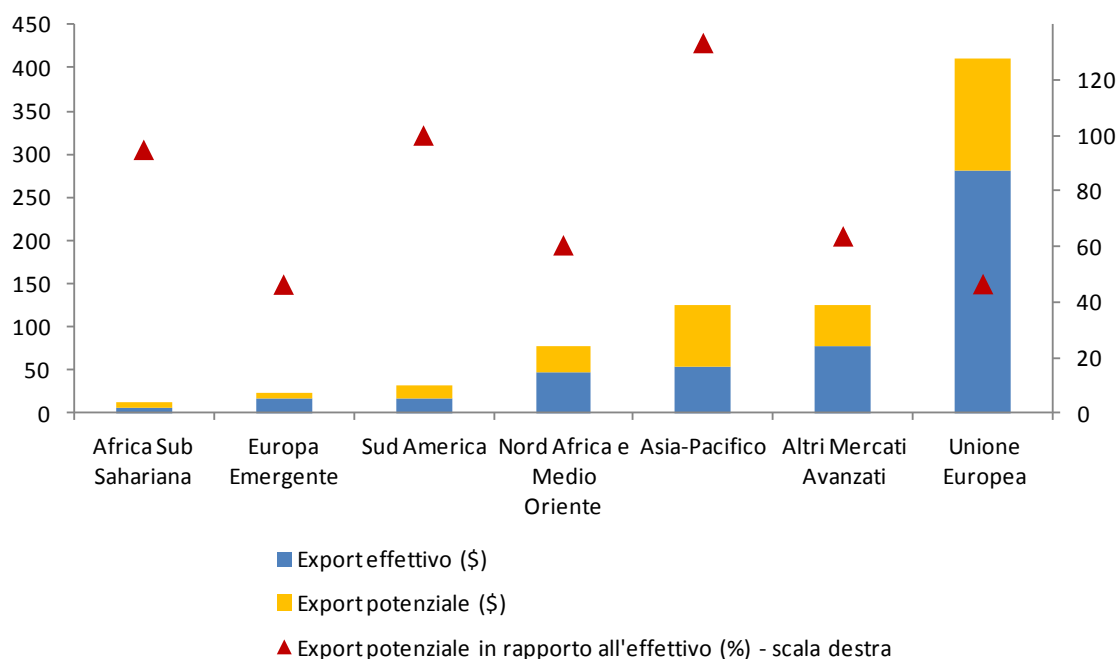
Tra i rischi prevalgono quelli al ribasso. A preoccupare sono innanzitutto le tensioni commerciali tra USA e Cina che, se dovessero inasprirsi ulteriormente, potrebbero rendere ancor più marcato il calo della domanda mondiale. A ciò si aggiunge l'innalzamento dei tassi da parte della FED, che ha già indotto fughe di capitali da paesi emergenti che rappresentano importanti partner commerciali per l'Italia (in primis la Turchia, ma anche l'Argentina); se le crisi valutarie dovessero contagiare altre economie o peggiorare nei paesi dove già si sono verificate, il Made in Italy ne risentirebbe negativamente. Sullo sfondo restano le incertezze geopolitiche legate al delicato contesto nel Medio Oriente, dove il grado di instabilità resta elevato (soprattutto in Libia e in Siria). Inoltre, molti comparti dell'export italiano continuano a scontare gli

effetti negativi dei blocchi all'import imposti dalla Russia in risposta alle sanzioni di USA e UE scaturite in seguito allo scoppio della guerra in Crimea nel 2014 che ancora si protraggono.

Il potenziale nei principali mercati

Il potenziale¹ dei mercati si può misurare secondo due metriche, la prima è la dimensione in valore assoluto e la seconda è il peso percentuale dell'export addizionale che si potrebbe ottenere rispetto a quanto già realizzato; la prima misura delinea l'area, mentre la seconda è indicativa della distanza da coprire per coprirla. I paesi dell'Unione Europea presentano i potenziali maggiori in valore mentre l'area dell'Asia Pacifico e gli altri mercati emergenti risultano avere maggiori margini di espansione, soprattutto per le dinamiche di crescita economica e demografica. In valore assoluto infatti i paesi avanzati mostrano margini di miglioramento per oltre 130 miliardi di dollari, ovvero miglioramento del 46% rispetto a quanto l'Italia già realizza in quei mercati; se invece si guarda alle economie emergenti nella zona Asia-Pacifico, l'area più promettente tra le economie emergenti, il potenziale di crescita monetario si attesta intorno ai 72 miliardi, che però è più del 130% rispetto alla performance passata dell'ultimo triennio.

Figura 5 - Maggior potenziale nei paesi avanzati ma migliori margini di espansione nei mercati asiatici.



Fonte: elaborazione Fondazione Masi con metodologia ExPANd su dati UN-Comtrade.

Tra i mercati avanzati ai primi cinque posti compaiono Stati Uniti, Germania, Francia, Gran Bretagna (seppure con l'incognita Brexit) e Belgio. In questi mercati l'Italia presenta già un buon posizionamento sia in termini assoluti che relativi, quindi l'obiettivo primario è quello di consolidare le quote. In una visione più ottimistica, l'Italia potrebbe far leva sul fatto che ampie quote di domanda in questi paesi sono attualmente soddisfatte da concorrenti con panieri di prodotti strutturalmente molto simili al Made in Italy e quindi ampliare le proprie quote. Nella tabella 1 si offre un quadro sintetico per i principali paesi avanzati,

¹ Il potenziale viene stimato attraverso la metodologia Export Potential Analysis and Development (ExPANd), per maggiori informazioni si faccia riferimento alla nota metodologica in fondo al capitolo.

riportandone il potenziale, l'andamento delle quote negli ultimi due anni, e i principali concorrenti per mercato di sbocco.

Tabella 1 -Il quadro nei principali mercati avanzati per l'export italiano, paesi ordinati per potenziale.

Mercato	Quota Italia 2016	Quota Italia 2017	Concorrenti	Quote 2017	Mercato	Quota Italia 2016	Quota Italia 2017	Concorrenti	Quote 2017
USA	2,0	2,1	Canada	12,8	Paesi Bassi	2,2	2,1	Germania	15,4
			Regno Unito	2,26				Belgio	8,4
			Giappone	5,8				Polonia	1,8
Germania	5,9	5,5	Francia	6,7	Spagna	7,7	6,8	Germania	14,2
			Paesi Bassi	13,7				Francia	12,0
			Austria	4,3				Regno Unito	4,0
Francia	8,6	8,0	Germania	18,7	Austria	6	5,8	Germania	41,7
			Paesi Bassi	8,3				Svizzera	5,5
			Austria	1,3				Belgio	2,1
Regno Unito	4,0	3,8	Germania	14	Canada	1,2	1,5	USA	51,8
			Francia	5,4				Cina	12,7
			Spagna	3,2				Germania	3,2
Belgio	4,4	3,6	Francia	9,5	Danimarca	3,5	3,5	Germania	21,3
			Germania	13,8				Francia	3,1
			Paesi Bassi	17,2				Belgio	3,1

Fonte: Elaborazione Fondazione Masi con metodologia ExPANd su dati UN-Comtrade.

La Germania, tradizionalmente il primo partner commerciale italiano, si conferma anche nella nostra analisi come fondamentale per le prospettive di sviluppo dell'export italiano. Nel mercato di sbocco tedesco l'Italia vanta una quota del 5,5%, che nel 2017 ha subito una lieve flessione rispetto al 5,9% del 2016. In questo mercato l'Italia ha buoni margini per accrescere la propria quota, soprattutto rapportandosi ai principali concorrenti che sono la Francia e i Paesi Bassi, entrambi con quote maggiori rispetto a quelle del Made in Italy.

Gli Stati Uniti sono il terzo mercato per l'export italiano, ma il primo mercato per potenziale, che ovviamente risente della dimensione del mercato statunitense. La quota italiana si attesta al 2,1% in lieve crescita rispetto al 2016 (2,0%). In questo mercato i principali concorrenti dell'Italia sono Canada, Gran Bretagna e Giappone: il primo gode ovviamente di una posizione privilegiata rispetto agli Stati Uniti e non solo per ragioni geografiche. La varietà dei prodotti Made in Italy appare comunque sotto-dimensionata se raffrontata alle quote del Regno Unito (2,2%) e, soprattutto, del Giappone (5,8%). Le prospettive di crescita dell'export restano comunque incerte, non solo per l'Italia, a causa della crescente minaccia di misure protezionistiche.

In Francia l'Italia ha una quota consistente, pari all'8% delle importazioni transalpine (in lieve calo rispetto all'8,6% del 2016). La performance italiana risulta avere ampi margini di miglioramento se raffrontata alla quota del suo diretto concorrente in questo mercato, ovvero la Germania, che copre il 18,7% delle

esportazioni totali verso la Francia. Una configurazione simile si ritrova in altri importanti mercati di sbocco europei (Regno Unito, Belgio, Paesi Bassi e Spagna).

Come è facile attendersi, tra i paesi emergenti svetta la Cina. La performance dell'export italiano in Cina nell'ultimo anno è stata molto positiva segnando il tasso di crescita maggiore tra i paesi europei nonostante il tendenziale rallentamento dell'economia cinese. La quota italiana in Cina resta tuttavia relativamente bassa, 1,2% nel 2017 in crescita rispetto all'1,0% del 2016. Se per ragioni di vicinanza geografica concorrenti diretti come Giappone (9,8%) e Corea del Sud (10,4%) godono di vantaggi difficili da compensare, non c'è ragione per cui l'Italia non possa ridurre il suo gap rispetto alla Germania con una quota di oltre il quadruplo di quella italiana. Considerata la dimensione del mercato, le prospettive di crescita del paese e la quota di mercato italiana ancora bassa, non sorprende che la Cina risulti il terzo paese per potenziale. Nella tabella che segue viene riportato il quadro complessivo per i primi 10 mercati emergenti.

Tabella 2 - I principali mercati emergenti per l'export italiano, paesi ordinati per potenziale.

Mercato	Quota Italia 2016	Quota Italia 2017	Concorrenti	Quote 2017	Mercato	Quota Italia 2016	Quota Italia 2017	Concorrenti	Quote 2017
Cina	1,0	1,2	Corea del Sud	10,4	Turchia	6,3	5,4	Germania	9,5
			Giappone	9,8				India	2,7
			Germania	5,7				Cina	10,4
Polonia	6,1	5,3	Germania	27,8	Russia	4,3	4,5	Germania	10,7
			Francia	4,2				Cina	21,3
			Belgio	3,7				Polonia	2,2
Emirati Arabi Uniti	2,8	2,6	Turchia	3,0	Vietnam	0,6	0,8	Cina	27,9
			Cina	18,7				Germania	1,9
			Francia	2,4				Giappone	8,4
India	1,2	1,1	Germania	2,9	Brasile	2,8	2,7	USA	17,7
			Giappone	2,4				Germania	6,1
			Cina	16,5				Francia	2,5
Messico	1,1	1,5	USA	46,3	Tailandia	0,9	0,9	Germania	3,0
			Spagna	1,2				Giappone	18,7
			Giappone	4,3				Cina	21,4

Fonte: elaborazione Fondazione Masi con metodologia ExPanD su dati UN-Comtrade.

Di particolare interesse il caso dell'India, mercato in cui l'Italia ha ancora una presenza piuttosto scarsa e che è solo al trentesimo posto per export, ma che in prospettiva potrebbe crescere fino a raggiungere la sesta posizione. Una maggiore presenza sul mercato indiano permetterebbe all'Italia di beneficiare dello sviluppo del paese e del rafforzamento del potere di acquisto della nuova classe media in ascesa nel secondo paese più popoloso del mondo..

Anche nel mercato russo il differenziale di posizionamento tra export effettivo e potenzialità di export è molto accentuato. La Russia è il 13° mercato per export, ma il 7° per potenziale. Nonostante la crisi di Crimea e le sanzioni che ne sono conseguite, il paese ha ripreso a crescere e così anche l'export italiano. Tra

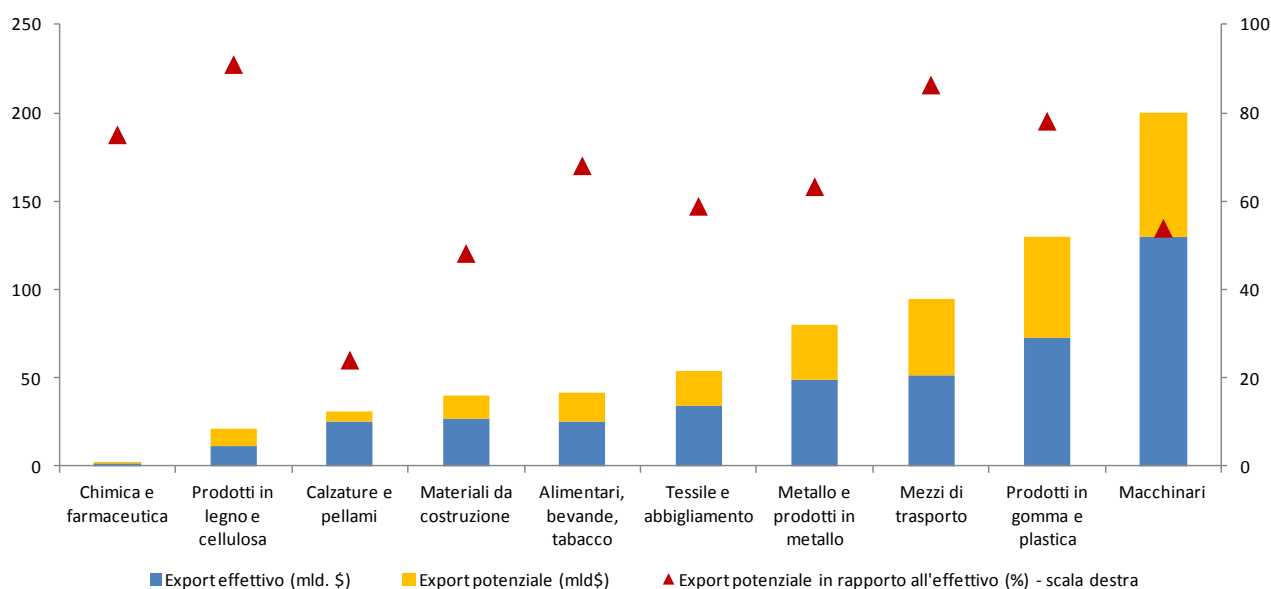
gli altri paesi emergenti, mostrano ampi margini di sviluppo mercati come quello degli Emirati Arabi Uniti, paese strategico sia come hub regionale che come “vetrina” in vista dell’Expo 2020. La dinamica delle esportazioni verso questo paese ha mostrato, negli ultimi anni, un andamento incerto legato all’instabilità del prezzo del petrolio ma, le nostre previsioni, suggeriscono un’inversione di tendenza causata dalla ripresa dell’attività economica del paese.

Nei mercati emergenti, soprattutto quelli asiatici, i concorrenti diretti del Made in Italy risultano essere Cina e Germania. Se la Cina è più difficile da contrastare, sia per la vicinanza geografica che per le strutture di costo iper-competitive, l’Italia appare avere comunque delle opportunità di ampliare il suo peso in questi paesi, con quote che tendono ad essere sotto la metà di quelle tedesche.

Il potenziale settoriale

Il settore dei macchinari risulta, in termini di valore esportato, il più importante per il nostro paese. Questo settore presenta un potenziale stimato di 76 miliardi di dollari oltre ai 127 già realizzati. Per potenziale seguono i comparti della gomma e della plastica e quello dei mezzi di trasporto con rispettivamente 52 (export effettivo: 73) e 44 miliardi (export effettivo: 44) di potenziale. Un discorso a sé merita il comparto dell’agroalimentare. Nel 2017 le esportazioni italiane hanno raggiunto dei risultati particolarmente positivi con una crescita del 7% rispetto all’anno precedente. Anche questo settore presenta delle potenzialità non ancora adeguatamente sfruttate. Il crescente interesse dei consumatori mondiali verso questo comparto del made in Italy e l’affermarsi di una nuova classe media desiderosa di modificare i propri consumi in paesi come la Cina o l’India rappresentano dei fattori positivi che potrebbero ulteriormente incrementare le esportazioni di questo comparto.

Figura 6 – Il potenziale per macro-settori.



Fonte: Elaborazione Fondazione Masi con metodologia ExPANd su dati UN-Comtrade.

Interessante notare come principali concorrenti e i più promettenti mercati di sbocco tendano spesso ad essere gli stessi paesi. Ciò risulta dal fatto che i paesi con strutture di mercato simili a quelle dell’Italia per varietà di beni esportati, siano anche tra i più ricchi. Fa eccezione la Cina che compare in modo ricorrente

tra i principali concorrenti ma mai tra i mercati di sbocco: risulta infatti essere il primo competitor di riferimento per il comparto calzaturiero, il secondo per i macchinari dopo la Germania, il terzo per i materiali da costruzione e di nuovo il primo nel comparto tessile.

Tabella 3 -Il quadro per macro-settori dell'export italiano, principali mercati di sbocco e concorrenti.

Settori	Concorrenti	Mercati con maggior export potenziale	Settori	Concorrenti	Mercati con maggior export potenziale
Alimentari, bevande, tabacco	Francia Germania BEL	Germania USA Francia	Metallo e prodotti in metallo	Germania Francia Spagna	Germania Francia USA
Calzature e pellami	Cina Francia Hong Kong	Francia USA Svizzera	Mezzi di trasporto	Germania Spagna Francia	USA Francia Germania
Chimica e farmaceutica	Germania Francia Paesi Bassi	Germania Francia Svizzera	Prodotti in gomma e plastica	Germania Francia Belgio	Germania Francia USA
Macchinari	Germania Cina Francia	USA Germania Francia	Prodotti in legno e cellulosa	Germania Belgio Francia	Francia Germania USA
Materiali da costruzione	GBR TUR Cina	CHE HKG Francia	Tessile e abbigliamento	Cina Germania Spagna	Germania Francia USA

Fonte: Elaborazione Fondazione Masi con metodologia ExPANd su dati UN-Comtrade.

Considerazioni conclusive sul potenziale dell'export italiano

Il possibile rallentamento della domanda mondiale e il difficile contesto internazionale, caratterizzato dalle crescenti spinte protezionistiche, pongono delle nuove sfide per l'export italiano. Per garantire continuità ai buoni risultati degli ultimi anni si richiede quindi uno sforzo supplementare di ampliamento delle quote. Se margini ci sono già nei mercati avanzati, che sono comunque già ben presidiati dall'Italia, il potenziale di crescita si rileva soprattutto nei mercati emergenti. Qui infatti l'Italia vanta quote di rilievo, ma ancora di gran lunga inferiori rispetto a quelle di concorrenti con una struttura di commercio simile come la Germania e il Giappone (va detto che l'economia nipponica, soprattutto rispetto ai mercati asiatici, goda di un vantaggio di vicinanza geografica non compensabile).

Per concludere, si riporta una panoramica dei mercati che presentano i maggiori potenziali, incrociando settori e paesi ed evidenziandone i primi dieci per i mercati avanzati e lo stesso numero per i mercati emergenti.

Tabella 4 - Il quadro per macro-settori dell'export italiano, principali mercati di sbocco e concorrenti.

Paesi Avanzati				Paesi Emergenti			
Paese	Settore	Export (mld.\$)	Potenziale (mld. \$)	Paese	Settore	Export (mld.\$)	Potenziale (mld. \$)
USA	Mezzi di trasporto	7,3	18,8	Cina	Macchinari	4,8	9,8
USA	Macchinari	10,6	19,5	Cina	Prodotti in gomma e plastica	1,7	4,2
USA	Prodotti in gomma e plastica	4,4	10,4	Cina	Mezzi di trasporto	1,3	3,7
Germania	Macchinari	13,6	18,6	India	Macchinari	1,7	3,8
Francia	Mezzi di trasporto	6,5	10,3	Polonia	Macchinari	4,2	6
Germania	Prodotti in gomma e plastica	10,3	13,8	Repubblica Ceca	Macchinari	1,8	3,5
NLD	Prodotti in gomma e plastica	2,5	5,9	Emirati Arabi Uniti	Macchinari	1,9	3,6
Francia	Prodotti in gomma e plastica	7,3	10,5	Messico	Macchinari	1,8	3,5
Francia	Macchinari	10,7	13,4	Cina	Metallo e prodotti in metallo	0,76	2,3
Canada	Macchinari	1,1	3,8	Russia	Macchinari	3,4	4,9

Fonte: Elaborazione Fondazione Masi con metodologia ExPAnD su dati UN-Comtrade.

ExPAnD - Export Potential Analysis and Development: nota metodologica

ExPAnD è lo strumento di analisi sviluppato dalla Fondazione Manlio Masi² che permette l'individuazione delle aree di possibile espansione dell'export in base all'esistenza di una domanda potenziale per i nostri prodotti.

Le informazioni ottenibili sono molte, dalla quantificazione del potenziale, all'individuazione dei concorrenti, all'identificazione dei punti di forza e di debolezza. L'analisi dei dati ci permette di registrare l'esistenza di una domanda potenziale non completamente sfruttata e di individuare i mercati che offrono maggiori opportunità. Le opportunità di export possono essere quantificate in valori monetari o espresse termini di quote di mercato potenziali. Inoltre, il potenziale misurato non risente direttamente della congiuntura, e questo è un aspetto concettuale fondamentale in quanto l'esistenza di una domanda per i beni di un paese non dipende dalla crescita o meno del mercato. Infine, ExPAnD è indipendente dalla performance passata, che è una misura della capacità di sfruttare il potenziale, ma non concorre a determinarne il valore; proprio per ciò è possibile allargare l'analisi fino ad individuare le opportunità di export anche in mercati in cui l'Italia non è attualmente presente, ma in cui esiste una domanda potenziale.

La domanda potenziale deriva da un confronto dettagliato con le performance degli altri paesi esportatori a livello di prodotto e mercato. L'idea di fondo è di quantificare l'export o la quota di mercato teoricamente ottenibile sfruttando al massimo le caratteristiche del nostro paese e le caratteristiche del mercato di destinazione. L'algoritmo su cui si basa ExPAnD richiede l'intera matrice del commercio mondiale a livello di prodotto, paese esportatore e destinazione (200 paesi e oltre 5000 prodotti); inoltre, è strutturato a blocchi o moduli in maniera tale da essere espandibile e poter includere facilmente nuovi elementi. L'algoritmo individua per ogni coppia di mercato e prodotto (codice HS6) i principali paesi simili all'Italia in base a determinate caratteristiche (paesi *peer*) e ne confronta i valori esportati. Questo confronto permette di ottenere un termine di paragone variabile costituito di volta in volta da paesi simili per caratteristiche. In ogni mercato-prodotto il potenziale rappresenta l'export teoricamente ottenibile date le caratteristiche del paese esportatore. Le variabili utilizzate per l'individuazione dei *peer* includono: la quota di mercato e altri fattori di offerta propri dei paesi esportatori come la specializzazione, i prezzi (valori medi unitari), il reddito pro capite, nonché diversificazione ed esclusività del paniere di prodotti. Dall'analisi a livello disaggregato si passa poi a un'analisi aggregata che tiene conto di tutti quegli elementi di sistema non specifici dei singoli prodotti. In particolare, il potenziale complessivo è valutato includendo nell'analisi altri due elementi: una misura della similarità tra domanda e offerta di export; una misura delle prospettive di crescita del mercato.

Nell'applicazione presentata in questo capitolo, le opportunità di export sono individuate sulla base dell'export dell'ultimo triennio. Queste misure di potenziale quindi vanno interpretate come indicazioni di medio-lungo periodo circa le opportunità di export date le caratteristiche del nostro paese.

² La metodologia è stata predisposta da Tullio Buccellato ed Enrico Marvasi sotto la supervisione di Beniamino Quintieri. Per maggiori informazioni: <http://fondazionemasi.it/expand/>