

ALLA RICERCA DELLA CRESCITA PERDUTA.

Opportunità e ritorni di un'Italia
più internazionale.

Roma, 19 novembre 2014

A cura di **Roberta Marracino**,
Direttore Studi e Comunicazione, SACE

Elaborazioni dati **Stefano Gorissen**

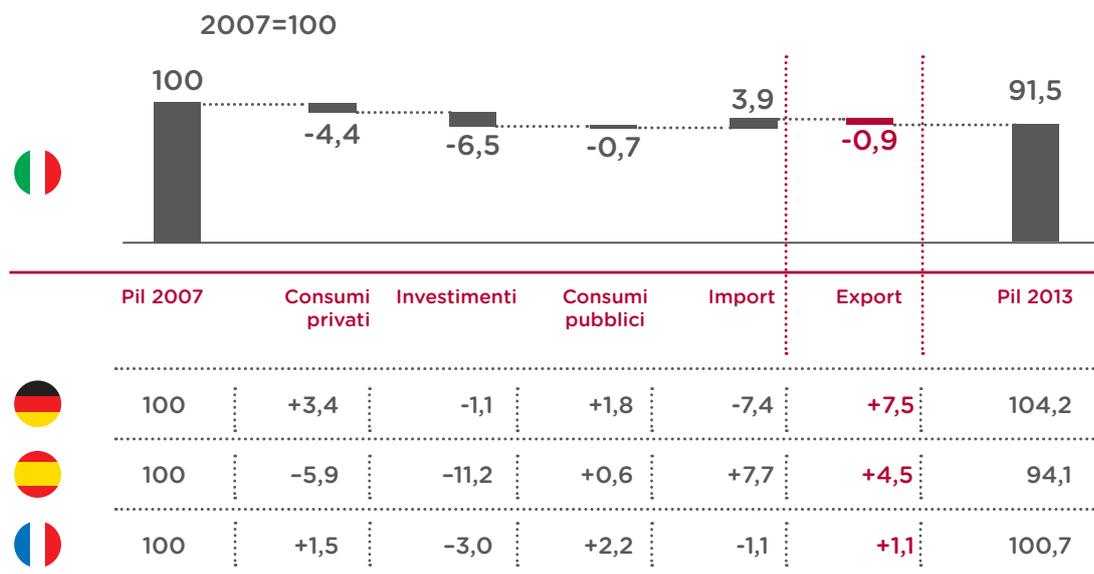
È fuor di dubbio che la crescita rimanga una priorità assoluta per l'Europa intera, ma lo è ancor di più per l'Italia. Dal 2007 al 2013 abbiamo perso 8,5 punti di PIL e il Paese fatica a vedere la fine del tunnel. Negli ultimi anni, il dibattito tecnico-economico e politico si è correttamente concentrato sul rilancio di consumi e investimenti, che rappresentano insieme circa tre quarti del PIL italiano, assegnando tuttavia una priorità secondaria alla terza leva di creazione del reddito nazionale: l'export. Una componente che, al lordo delle importazioni, vale oggi circa il 30% del PIL. Se nei prossimi anni riuscissimo a rafforzare questa componente, intensificando lo sforzo di internazionalizzazione delle imprese Italiane, potremmo **recuperare 9 punti di PIL e 1,8 milioni di posti di lavoro**. Un impegno alla nostra portata. Mai come oggi la frontiera è il mondo, rendere l'Italia più internazionale si può e si deve.

EXPORT E INTERNAZIONALIZZAZIONE: UNA LEVA ANCORA POCO SFRUTTATA

In un mondo sempre più aperto, i paesi che non riescono a cogliere appieno le opportunità di internazionalizzazione rischiano un progressivo declino. **Le maggiori nazioni d'Europa hanno saputo sfruttare positivamente la leva dell'export anche nel corso della crisi. L'Italia**, seppur molto dinamica in alcune zone del Paese, in particolare del Nord-Est, **non ha saputo fare altrettanto**.

Tra il 2007 e il 2013 il contributo delle esportazioni alla crescita del PIL è stato di 7,5 punti percentuali in Germania, 4,5 in Spagna, 1,1 in Francia, -0,9 in Italia (pari a circa 13 miliardi in meno a valori costanti) (Grafico 1). Il saldo import-export positivo di questi ultimi anni è infatti imputabile prevalentemente a una forte diminuzione delle importazioni, a seguito della riduzione dei consumi interni, mentre l'export è rimasto pressoché invariato.

Grafico 1 Variazione Pil 2007-2013



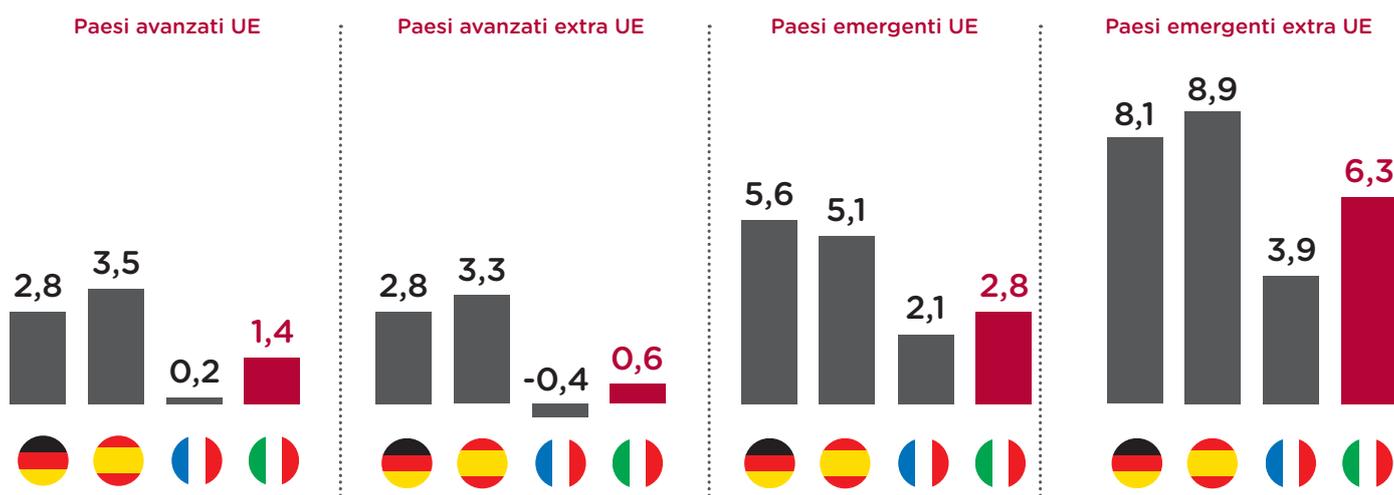
Fonte: Analisi SACE su dati OCSE

Germania e Spagna, in particolare, che già nel 2007 registravano rispettivamente un'incidenza dell'export sul PIL del 47% e 31%, hanno ulteriormente accelerato la loro presenza nei mercati esteri nei sei anni trascorsi e **continueranno in futuro ad allungare le distanze**. Nel 2017 la Germania raggiungerà un'incidenza dell'export sul PIL del 58% (25 punti percentuali più dell'Italia), la Spagna del 41% (+ 8 punti percentuali).

Tale risultato è stato conseguito **sia grazie a una strategia di diversificazione dei mercati di destinazione** pensata – e realizzata – per tempo, **sia grazie a una più generale overperformance su tutte le aree geografiche** (Grafico 2). Tra il 2000 e il 2013 le esportazioni tedesche e spagnole verso l'Europa – tanto nelle aree più avanzate, quanto in quelle emergenti – sono cresciute a un ritmo doppio rispetto a quelle italiane; le merci e i prodotti indirizzati verso i paesi avanzati extra-europei hanno registrato incrementi superiori di 4-6 volte; e anche sui mercati emergenti dell'Asia, Africa e Sudamerica il nostro Paese ha marcato il passo.

Grafico 2 Crescita media annua export 2000-2013

val. %



Fonte: Analisi SACE su dati OCSE e Oxford Economics

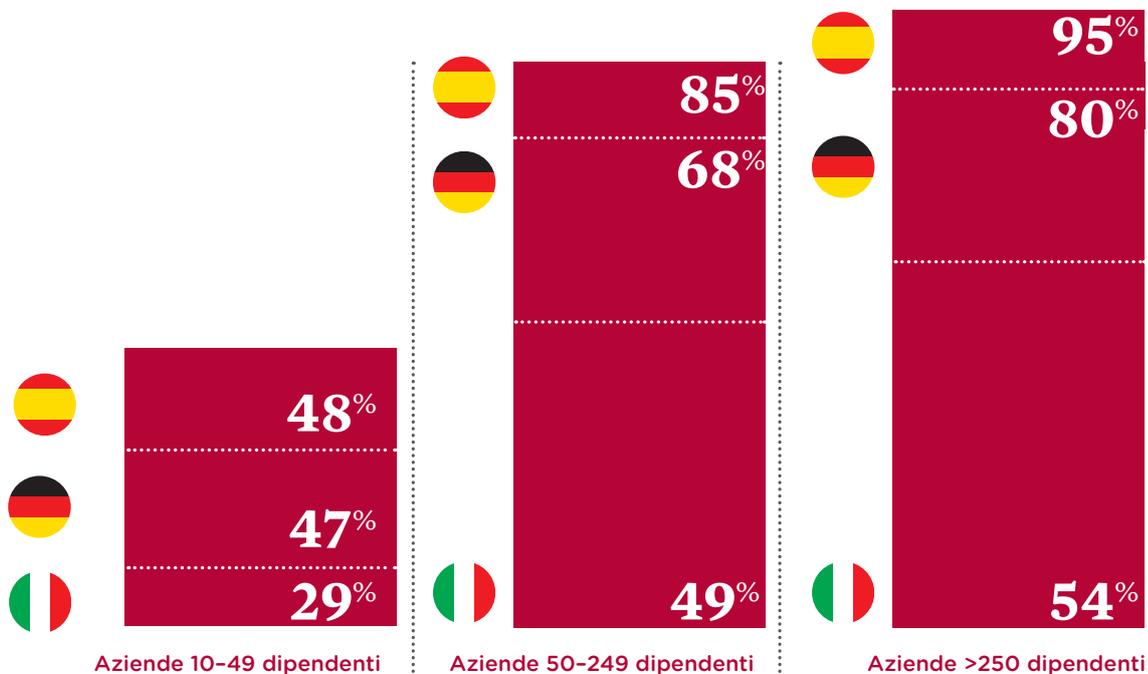
MERCATI ESTERI: UN'OPPORTUNITÀ ANCHE PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE

La struttura imprenditoriale italiana, composta per circa il 95% da micro imprese (meno di 10 dipendenti) viene spesso addotta a giustificazione della ridotta capacità di penetrazione sui mercati esteri. Se da un lato è altamente improbabile che un'impresa di piccolissime dimensioni abbia la forza e le capacità di vendere i propri prodotti fuori dai confini nazionali, dall'altro non siamo gli unici, in Europa, ad avere questo problema. Inoltre, **a parità di dimensione, le PMI straniere hanno una propensione all'export molto più marcata delle nostre.** In Germania il 15,2% delle imprese appartiene alla fascia 10-49 dipendenti (rispetto al 4,8% dell'Italia, al 5,2% della Spagna, al 4,6% della Francia), ma il 47% di esse vende merci oltreconfine. Nel nostro Paese le piccole aziende "internazionali" sono solo il 29%, in Spagna addirittura il 48%. Analoghe differenze si riscontrano per le imprese di dimensione superiore (50-249 dipendenti e oltre 250 dipendenti), confermando implicitamente che la verità sulla nostra *underperformance* sui mercati esteri vada ricercata altrove (Grafico 3).

Grafico 3 Propensione all'internazionalizzazione

% aziende esportatrici

Val. %



Fonte: Analisi SACE su dati Eurostat

“Ognuno prende i limiti del suo campo visivo per i confini del mondo”, ci ricordava Shopenhauer nel 1851, e probabilmente molte nostre imprese rimangono convinte che il campo da gioco sia ancora la penisola e il campionato si giochi tra pochi concorrenti nazionali o locali. Non è più così. Non lo è più da diversi anni e occorre recuperare la crescita perduta.

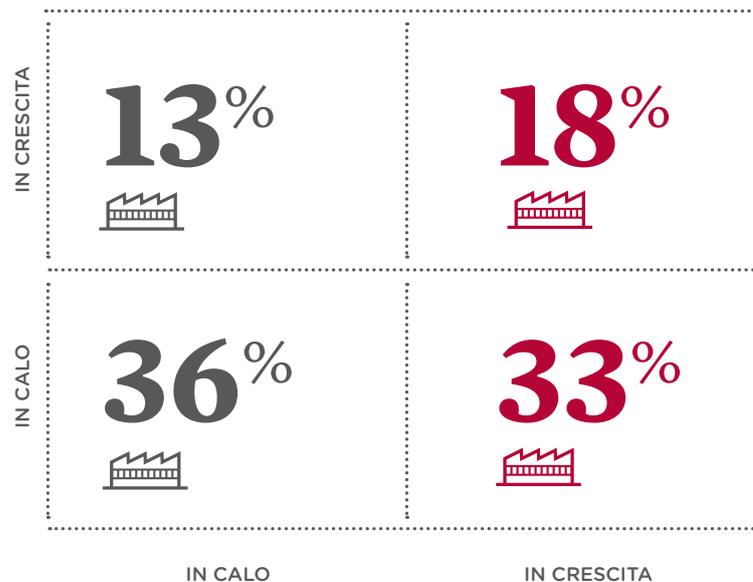
Le aziende italiane – anche PMI - che hanno spinto il proprio campo visivo oltreconfine in questi anni difficili sono riuscite a contenere gli effetti della crisi o sono cresciute ulteriormente: un’indagine Istat condotta su 30.000 imprese con oltre 20 dipendenti dimostra che tra il 2010 e il 2013 il 51% di esse ha visto crescere il proprio fatturato estero e in due terzi di questi casi i risultati sui mercati internazionali hanno mitigato la riduzione del fatturato domestico (Grafico 4).

Pur con la nostra frammentazione imprenditoriale, abbiamo numerosi punti di forza che non sfruttiamo adeguatamente.

Grafico 4 Distribuzione imprese italiane*

Val. %

FATTURATO NAZIONALE
variazione 2010-2013



Il 51% delle imprese (58% del valore aggiunto) è cresciuto sui mercati esteri anche durante la crisi

Fonte: Analisi SACE su dati Istat

*Indagine su 30.000 unità con più di 20 dipendenti

FATTURATO ALL'ESTERO
variazione 2010-2013

L'Italia è la quinta manifattura del pianeta e la seconda d'Europa ed è il primo paese al mondo per prodotti distintivi nel settore agroalimentare (264 prodotti Dop e Igp, 332 referenze Doc nel vino). Abbiamo circa 20.000 imprese che esportano in più di 15 Paesi e altre 15.000 presenti con le proprie merci in un numero di mercati compreso tra 6 e 15, che potrebbero ampliare ulteriormente il loro raggio d'azione. I nostri 100 distretti sono naturalmente votati all'export, con il 45% delle vendite effettuate fuori dall'Italia (rispetto al 34% delle imprese non distrettuali). Inoltre, anche le piccole imprese stanno sviluppando una crescente attitudine ad aggregarsi e a seguire strategie comuni, se è vero che ad oggi si contano circa 1.400 contratti di rete.

POTENZIALE IMPATTO DI UN'ITALIA PIÙ INTERNAZIONALE

Quale impatto economico – e sull'occupazione – potrebbe prodursi se premessimo di più sull'acceleratore dell'internazionalizzazione? Se riuscissimo a raggiungere nel 2018 un'incidenza dell'export sul PIL del 44% (pari al dato medio Germania-Spagna nel 2013 e comunque inferiore al dato tedesco del 2007), si genererebbero **esportazioni aggiuntive per circa 40 miliardi di Euro l'anno, con un incremento di reddito nazionale tra quattro anni intorno ai 125 miliardi di Euro, pari a una crescita del 9% rispetto al PIL attuale** (Grafico 5). Considerando l'elasticità dell'occupazione rispetto al PIL, **questo impatto si tradurrebbe in 1,8 milioni di nuovi posti di lavoro**. In altre parole, sfruttando adeguatamente la leva dell'export – ovvero la crescita degli “altri” – potremmo tornare a una situazione pre-crisi.

Grafico 5 Impatti su Pil e occupazione al 2018

Impatto al 2018 se...	Maggior Export annuo (€)	Maggior Pil al 2018 (€)	Incremento Pil 2013-2018 (%)	Maggior occupazione al 2018
livello Export/Pil 2013 tedesco	65 mld	198 mld	+14,1 %	2,7 mln
livello Export/Pil 2013 spagnolo	13 mld	43 mld	+3,1 %	0,6 mln
media export/Pil 2013 tra Germania e Spagna	39 mld	125 mld	+8,9 %	1,8 mln

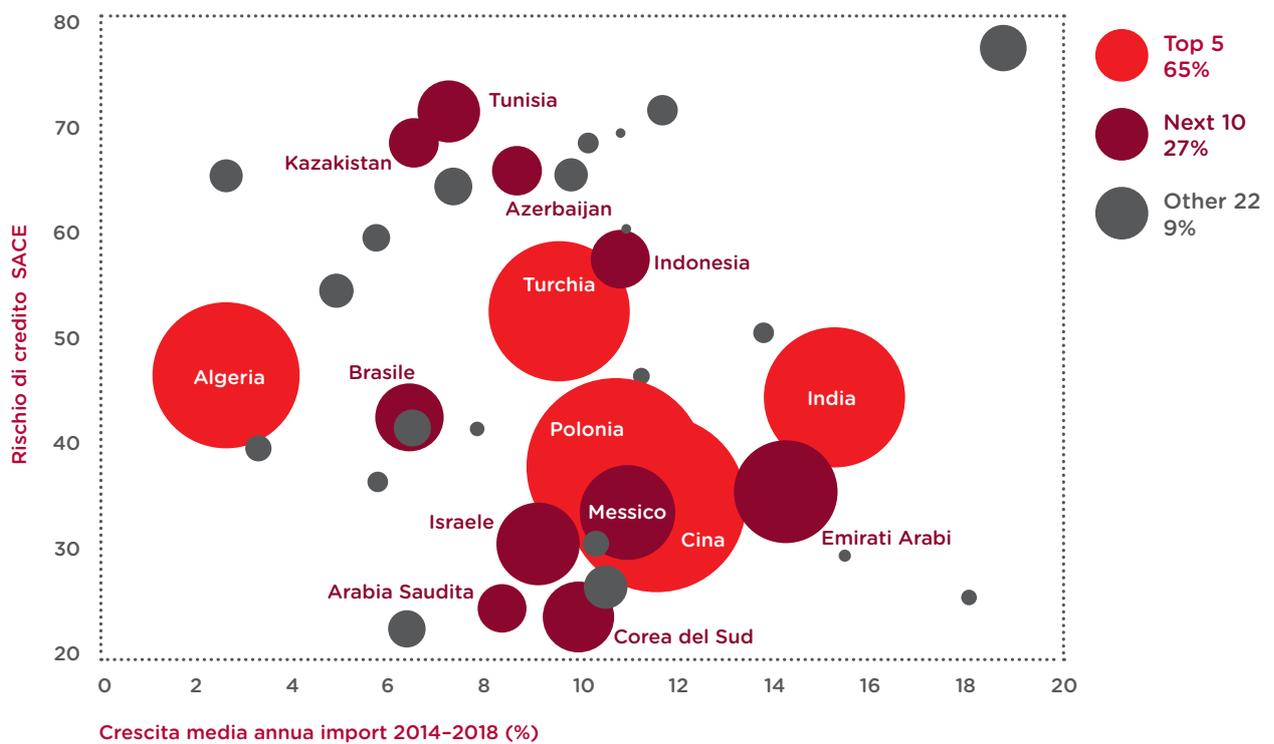
Circa la metà potremmo andarla a recuperare nei mercati emergenti a basso-medio rischio e alta crescita

Fonte: Analisi SACE

40 miliardi di export in più sono un traguardo raggiungibile, se si considera che equivalgono più o meno a quanto attualmente esportiamo in Francia. Metà di questo maggior export potrebbe essere recuperato nei mercati emergenti a basso-medio rischio e in crescita: **circa 13 miliardi attraverso una migliore penetrazione di 5 paesi (Cina, Polonia, Algeria, Turchia e India), altri 6 miliardi in una rosa di geografie** in Medio Oriente (Emirati Arabi, Arabia Saudita, Kuwait), in Sud America

(Messico e Brasile), in Asia (Corea del Sud, Repubbliche del Caucaso, Vietnam), ma anche in Tunisia, unico paese ancora ragionevolmente tranquillo sulle sponde del Mediterraneo (Grafico 6).

Grafico 6 Ripartizione del potenziale sui mercati emergenti
% del delta export



Fonte: Analisi SACE

CONCLUSIONE

Gli ultimi anni hanno prodotto sull'economia un impatto pesante, paragonabile a quello di una guerra. Gli effetti di questa crisi si risolvono guardando avanti, in Italia ma anche altrove. Oggi, lo sappiamo, la frontiera è il mondo, e il Paese ha le capacità e le risorse – individuali e collettive – per crescere oltreconfine come sistema e come soggetti economici. Non indugiamo oltre.

www.sace.it

Servizio clienti:

800269264 info@sace.it

Ufficio stampa:

066736888 - ufficio.stampa@sace.it

