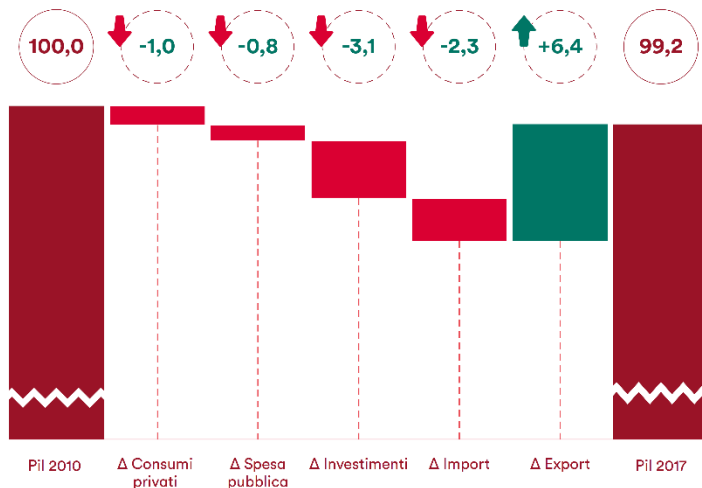


Keep calm & Made in Italy

Sintesi
Rapporto Export 2018

La crescita mondiale si è attestata al 3,8% nel 2017 e proseguirà su livelli analoghi nel 2018-2019, trainata dalla ripresa degli investimenti. Il commercio internazionale di beni è aumentato del 4,7% lo scorso anno e si stima un +4,4% anche per il 2018. L'Unione Europea, che si è

Fig. 2 Contributi alla crescita del Pil, 2010-2017 (indice 2010=100, var %)



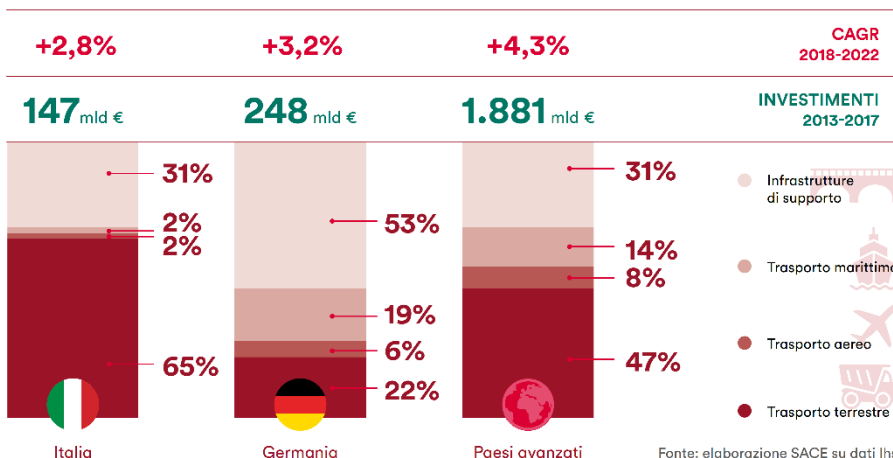
Fonte: elaborazione SACE su dati Istat

proposta come paladina del libero scambio, ha siglato e sta discutendo nuovi accordi commerciali (con Canada, Messico, Giappone, ma anche India, Paesi Asean e Mercosur) con l'obiettivo di eliminare la maggior parte delle barriere che gravano sulle imprese del Vecchio Continente. Si tratta di mercati con oltre 2,5 miliardi di consumatori potenziali che già oggi rappresentano oltre il 7% dell'export italiano. La leggera ripresa che l'Italia ha fatto registrare negli ultimi anni si deve agli straordinari risultati dell'export (Fig.2): 6,4 punti di crescita di Pil dal 2010 al 2017 sono la misura del coraggio e

della capacità delle imprese italiane di competere sui mercati internazionali. Dopo una performance brillante nel 2017 con una crescita di 31 miliardi di euro dell'export di beni, le esportazioni italiane continueranno ad avanzare quest'anno del 5,8% e del 4,5% medio nel triennio 2019-2021. Le geografie trainanti per il nostro export nel 2017 sono state l'Asia, l'Europa emergente e le Americhe.

Per raggiungere i mercati che contano e diversificare i rischi è necessario che le dotazioni infrastrutturali riguardanti sia le reti fisiche che quelle digitali siano adeguate. Diversi indicatori mostrano un ritardo dell'Italia, un divario in termini di qualità della logistica che ci costa circa 70 miliardi di euro di "export perduto". Secondo uno studio recente se l'Italia colmasse il gap logistico con la Germania (pari a 0,47 punti peraltro lo stesso gap esistente già nel 2010) potrebbe recuperare tra i 65 e i 70 miliardi di euro di export, pari al 16,7% dell'export complessivo 2017. L'Italia sconta ancora un certo ritardo nella dotazione infrastrutturale per i trasporti: la rete ferroviaria e autostradale si protende per meno della metà di quella tedesca. Il gap italiano equivarrebbe in un extra-costi nella "bolletta logistica" delle imprese di 13 miliardi di euro l'anno, circa l'11% in più rispetto alla media europea. L'Italia figura rispettivamente al 19° e al 27° posto al mondo (26° nella media dei punteggi) nelle sezioni dedicate alla qualità delle infrastrutture interessate dagli scambi internazionali.

Fig. 4 Investimenti in logistica in Italia, in Germania e nei Paesi avanzati per settore, 2013-2017 e crescita media annua 2018-2022



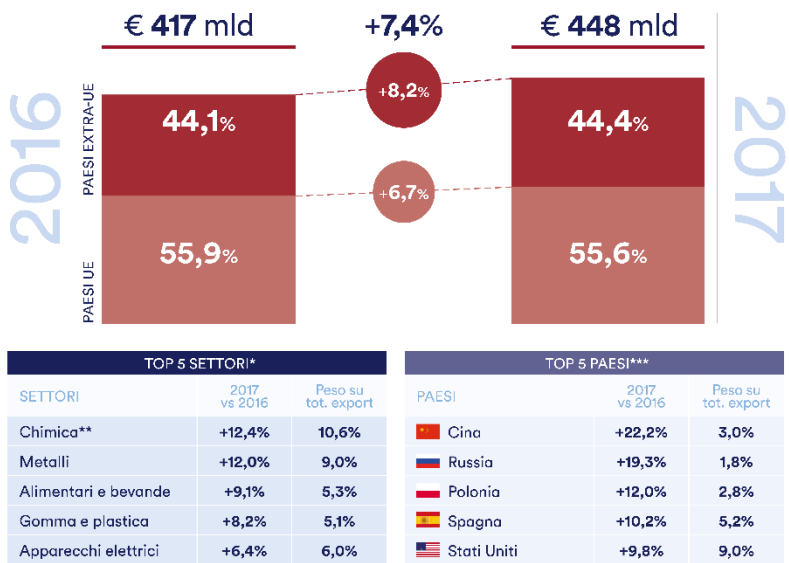
Fonte: elaborazione SACE su dati Ihs

Le infrastrutture dedicate al trasporto marittimo, che rappresenta il secondo vettore delle esportazioni italiane dopo quello su terra soprattutto verso i mercati extra-Ue, hanno beneficiato soltanto del 2% degli investimenti complessivi in logistica (Fig.4) nel periodo 2013-2017. Per un'economia che basa più del 30% del proprio Pil sull'export, investire in infrastrutture di trasporto è condizione indispensabile di competitività.

L'export italiano sconta una dipendenza superiore rispetto ai *competitor* nei confronti dei primi tre mercati di sbocco: Germania, Francia e Stati Uniti rappresentano storicamente un terzo delle nostre esportazioni di beni in termini di valore. Le prime tre destinazioni dell'export tedesco, per avere un'idea, non superano il 25%.

Il 2017 è stato un anno particolarmente favorevole per gli scambi mondiali; l'export italiano di beni, grazie a una *performance* oltre le attese (+7,4%), ha sfiorato quota 450 miliardi di euro (Fig.2.1). La dinamica è stata positiva anche per le esportazioni di servizi che sono avanzate a un tasso simile (+7,5%), raggiungendo circa 98 miliardi di euro. Secondo lo scenario di base sviluppato da SACE SIMEST in collaborazione con Oxford Economics, la crescita dell'export italiano non si arresterà nei prossimi anni: le vendite delle merci italiane all'estero aumenteranno del 5,8% nel 2018 e del 4,5%, in media, nel triennio successivo, avvicinando la soglia dei 500 miliardi già nel 2019 e superando i 540 miliardi nel 2021.

Fig. 2.1 Esportazioni italiane di beni in valore 2017 vs 2016 (miliardi di euro, var. % e peso %)



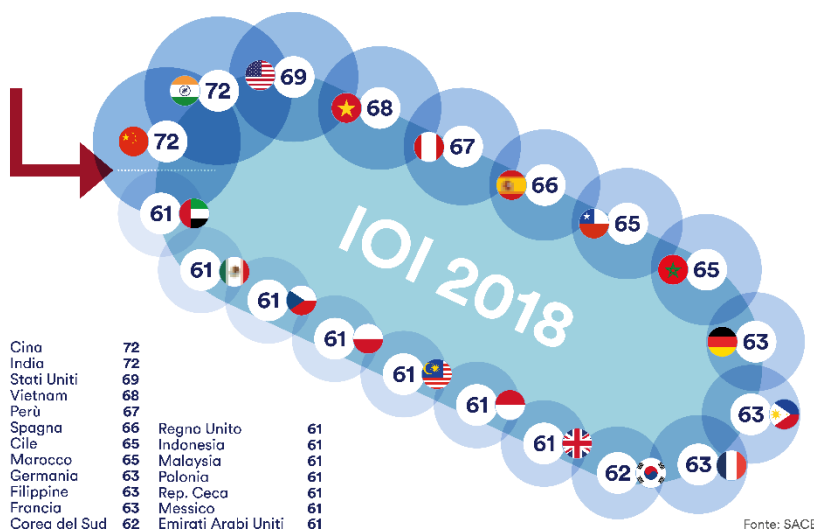
* Settori con un peso sull'export superiore al 5% del totale.
 ** Il settore chimica include la farmaceutica.
 *** Paesi con un peso sull'export superiore all'1,5% del totale.
 Fonte: elaborazione SACE sui dati Istat

L'export di servizi invece avanzerà del 3,7% nell'anno in corso sfondando il muro dei 100 miliardi, per poi accelerare nei tre anni successivi (in media del 4,6%).

Il 2017 ha visto, per il secondo anno consecutivo, un calo dei flussi mondiali di investimenti diretti all'estero (Ide), passati a 1.518 miliardi di dollari dai 1.814 miliardi di dollari del 2016. Dall'Italia i flussi di Ide in uscita si sono infatti ridotti del 70% nel 2017 (4,2 miliardi di euro contro 13,7 miliardi di euro nel 2016). L'Italia rimane un Paese con una propensione agli Ide di gran lunga inferiore nel confronto con le altre maggiori economie europee, contribuendo solo per il 5% ai flussi di investimenti in uscita dall'Ue.

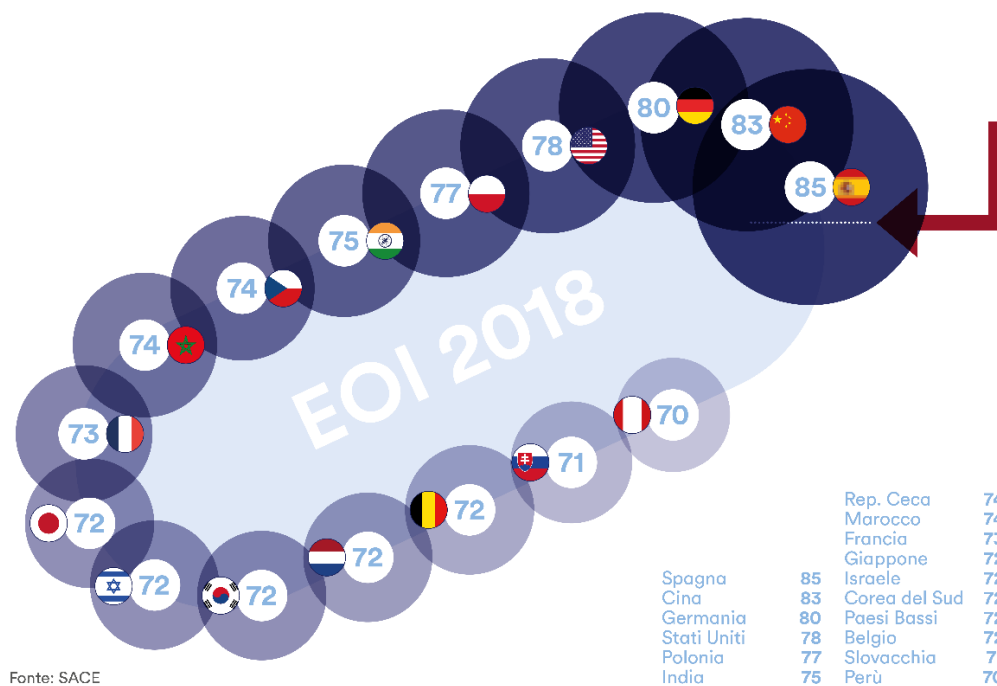
Un gap tanto consistente non sembrerebbe giustificabile solo con la prevalenza di Pmi nel tessuto industriale italiano ma anche con altre spiegazioni di tipo "culturale", quali la spesso limitata conoscenza delle istituzioni e dei servizi a supporto del sistema produttivo e la scarsa disponibilità delle imprese a fare sistema.

Fig. 2.5 Le principali opportunità secondo l'Investment Opportunity Index



L'Investment Opportunity Index 2018 (Fig.2.5) individua le destinazioni che offrono le maggiori opportunità di sviluppo alle imprese italiane investitrici. La graduatoria di quest'anno è guidata dagli stessi 3 Paesi del 2017, Spagna, Cina e Germania, a conferma della loro importanza per l'export italiano.

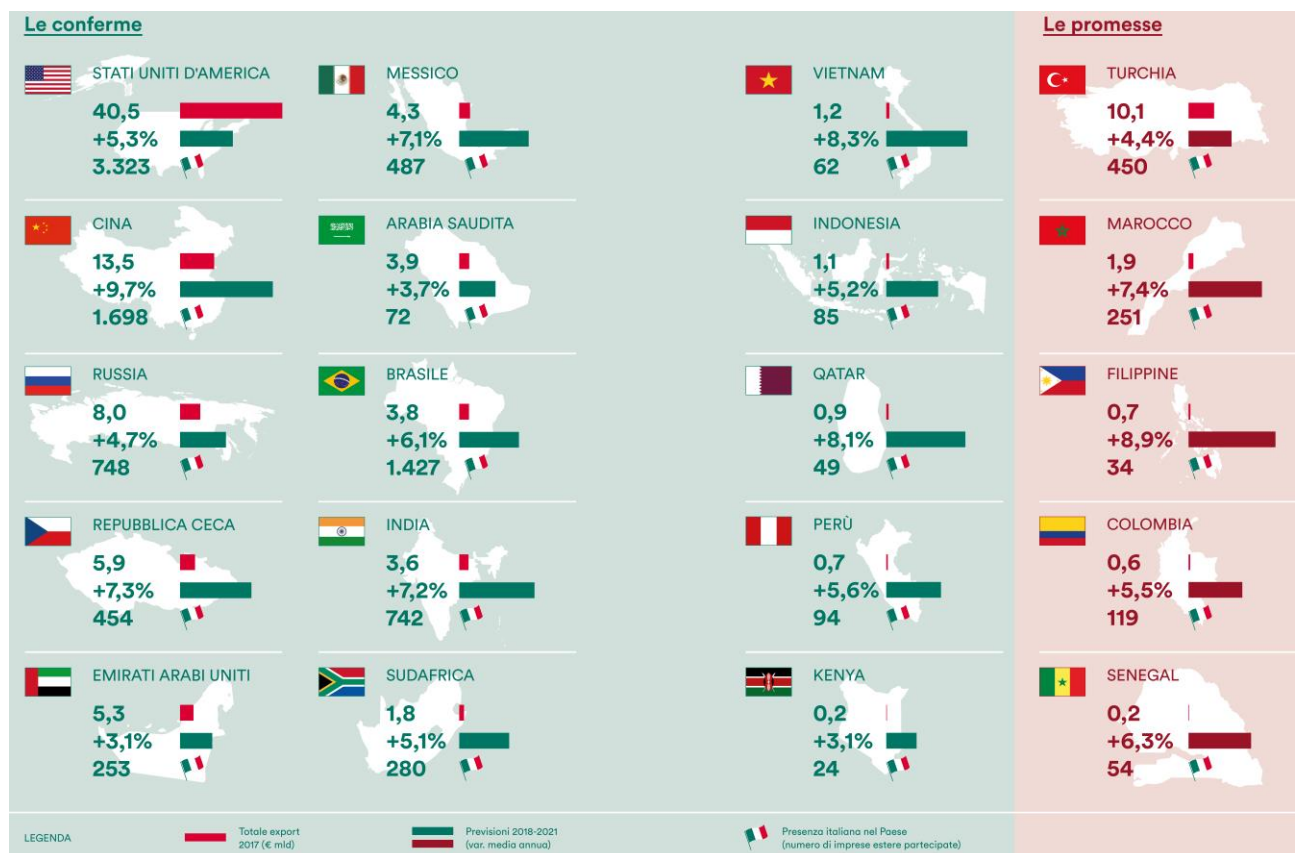
Fig. 2.6 Le principali opportunità secondo l'Export Opportunity Index



Fonte: SACE

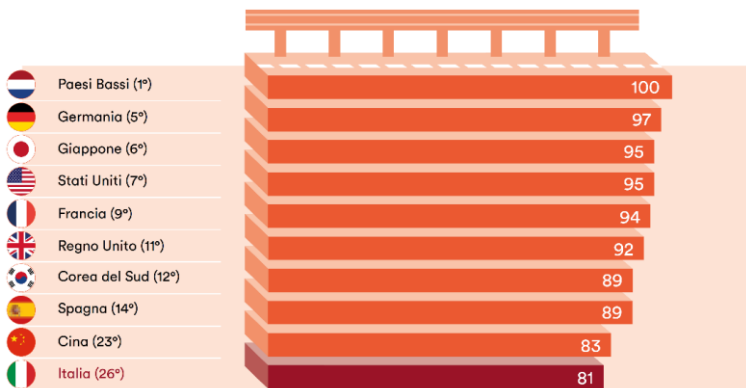
L'Export Opportunity Index 2018 (Fig.2.5) cresce lo score per 4 delle prime 5 geografie (soltanto la Germania, primo mercato di destinazione dei nostri beni, rimane stabile). La graduatoria di quest'anno è guidata dagli stessi 3 Paesi del 2017, Spagna, Cina e Germania, a conferma della loro importanza per l'export italiano.

Le 15 geografie di opportunità identificate nel Rapporto Export 2017 rimangono confermate anche per il 2018. A queste aggiungiamo 5 promesse:



Guardando al pilastro delle infrastrutture del *Global Competitiveness Index* (Gci) a detta delle imprese nazionali, la qualità di ferrovie (34° posto) e strade (45° posto) influenza negativamente il giudizio complessivo. A risollevarle le infrastrutture nazionali sono altre reti, come quelle elettriche e telefoniche.

Fig. 4.1 Classifica globale per qualità delle infrastrutture commerciali



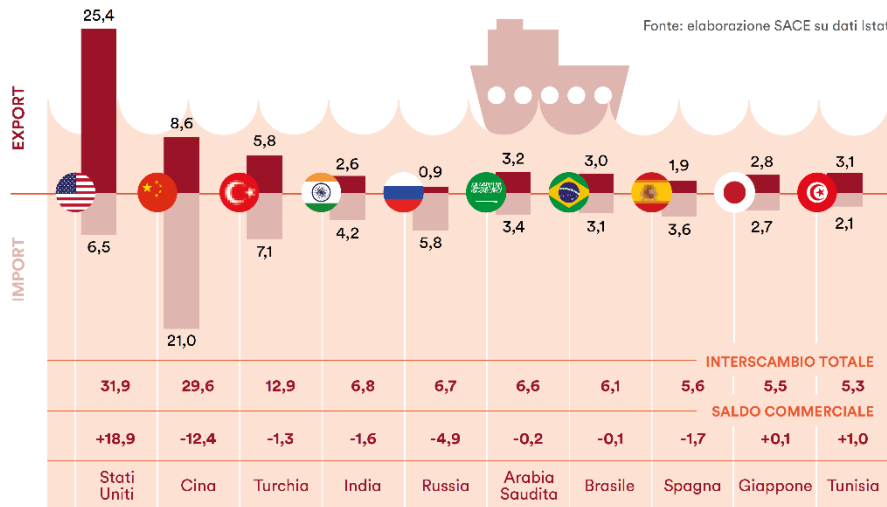
*In parentesi la posizione del Paese nella classifica globale.

Fonte: elaborazione SACE su dati Banca Mondiale e World Economic Forum

potenziare i collegamenti con porti, terminali e piattaforme logistiche. I benefici di questa "rivoluzione" del sistema logistico italiano dovrebbero diventare tangibili già nei prossimi 5 anni.

Le navi rappresentano il mezzo di trasporto principale per gli scambi internazionali di merci. In Italia l'economia del mare vale 125 miliardi di euro. Secondo l'Istat, l'interscambio commerciale marittimo dell'Italia è stato di 240 miliardi di euro nel 2017, oltre un quarto del totale: ha

Fig. 4.4 Primi dieci Paesi per interscambio commerciale marittimo con l'Italia nel 2017 (miliardi di euro)



Fonte: elaborazione SACE su dati Istat

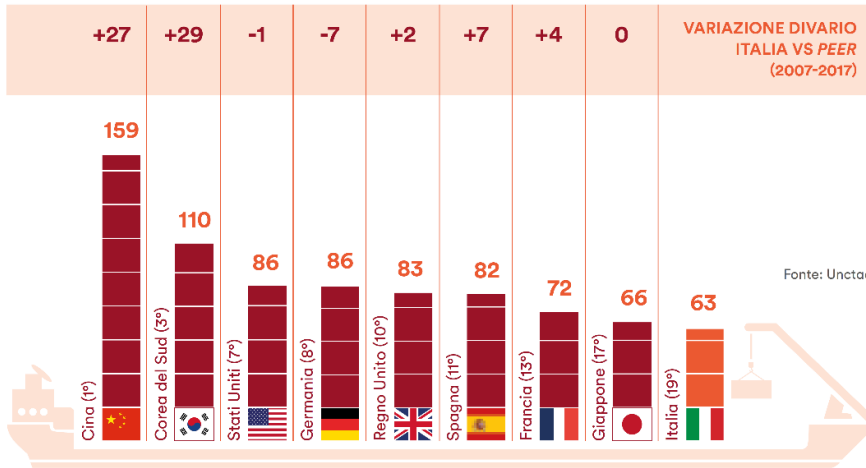
viaggiato per mare il 27% dell'export, quasi interamente destinato ai Paesi extra-europei (93%), e il 31% dell'import. I porti italiani potrebbero essere la porta d'ingresso all'Europa della nuova Via della Seta. E' inevitabile che il nostro Paese debba proporsi come *partner* di rilievo per la realizzazione della strategia della Via della Seta. Per la sua posizione strategica, l'Italia ha le potenzialità per diventare punto di accesso in Europa della nuova Via della Seta

e hub logistico di congiunzione tra i corridoi terrestri e marittimi, attraverso l'installazione di Zone Economiche Speciali e Zone Logistiche Semplificate, agendo sull'integrazione di trasporto marittimo, stradale e ferroviario.

L'Italia ha esportato nei Paesi Bri (esclusa la Cina) 106 miliardi di euro nel 2017, il 24% dell'export complessivo, metà dei quali in solo sei geografie (Polonia, Turchia, Russia, Romania, Repubblica Ceca, Emirati Arabi e Ungheria). La maggior parte di questi Paesi, necessita di infrastrutture di base nei settori trasporti, energia e servizi pubblici; queste carenze rappresentano un collo di bottiglia per gli operatori esteri, che si trovano ad affrontare costi di trasporto elevati, servizi logistici lenti e inefficienze. Quanto della quota di mercato italiana in queste geografie sia limitato dalle difficoltà logistiche è un esercizio di difficile stima, ma è ragionevole assumere che semplificare il contesto operativo ridurrebbe notevolmente i rischi per gli esportatori italiani, incentivando il commercio estero: è stato calcolato, ad esempio, che il commercio europeo potrebbe aumentare del 6% una volta completati i progetti della Bri, poiché le imprese potrebbero beneficiare di nuove rotte per l'export e costi di trasporto inferiori.

Tra gli strumenti di diversificazione dei mercati di sbocco, accanto ai canali "convenzionali" stanno emergendo prepotentemente quelli "non convenzionali" di raccordo tra domanda e offerta come *e-commerce* e piattaforme *online*.

Fig. 4.5 Principali Paesi per grado di accessibilità marittima secondo il *Liner Shipping Connectivity Index 2017* e variazione del divario tra Italia e *peer* negli ultimi dieci anni, Paesi selezionati (Cina 2004=100)



La logistica rappresenta una condizione necessaria per lo sviluppo di questi nuovi canali, in particolare per l'Italia che può contare su una serie di prodotti ad alto valore aggiunto per la vendita diretta al consumatore finale. Forte crescita e basse quote di mercato significano enormi opportunità per le aziende, anche nuove nel mondo digitale. Il mercato mondiale dell'*e-commerce* B2C vale circa 1.300 miliardi di euro, pari al Pil della Russia, ed è atteso in rapida crescita nei prossimi anni a un tasso medio annuo di quasi l'11%. L'Europa è il terzo mercato, dopo Cina e Stati Uniti, con un peso del 22% sul fatturato globale. L'Italia è solo quinta in Europa. L'export digitale di beni di consumo, inteso come vendite da siti italiani a consumatori stranieri e vendite abilitate dagli intermediari digitali con ragione sociale straniera, vale 9,2 miliardi di euro, in crescita del 23% rispetto al 2016. Nel commercio B2C, la moda è la categoria principale e rappresenta oltre un quarto delle vendite online mondiali. Il fashion traina le vendite italiane all'estero. La grossa fetta del mercato è composta, infatti, dal commercio B2B. L'*e-commerce* B2B vale circa 6.800 miliardi di euro nel mondo, pari al Pil di Francia, Italia, Canada e Corea del Sud, con un contributo preponderante della regione asiatica (80% del totale)

Fig. 4.9 Mercato dell'*e-commerce* B2C e B2B nel mondo e in Italia (miliardi di euro)



Fonte: elaborazione SACE su dati Statista e Politecnico di Milano

ed è atteso in rapida crescita nei prossimi anni a un tasso medio annuo di quasi l'11%. L'Europa è il terzo mercato, dopo Cina e Stati Uniti, con un peso del 22% sul fatturato globale. L'Italia è solo quinta in Europa. L'export digitale di beni di consumo, inteso come vendite da siti italiani a consumatori stranieri e vendite abilitate dagli intermediari digitali con ragione sociale straniera, vale 9,2 miliardi di euro, in crescita del 23% rispetto al 2016. Nel commercio B2C, la moda è la categoria principale e rappresenta oltre un quarto delle vendite online mondiali. Il fashion traina le vendite italiane all'estero. La grossa fetta del mercato è composta, infatti, dal commercio B2B. L'*e-commerce* B2B vale circa 6.800 miliardi di euro nel mondo, pari al Pil di Francia, Italia, Canada e Corea del Sud, con un contributo preponderante della regione asiatica (80% del totale)

e di quello più marginale di Nord America ed Europa (13% e 4% rispettivamente), dove il mercato è ancora in fase di sviluppo.

Nel 2016, le imprese italiane hanno effettuato scambi B2B online per 310 miliardi di euro, il 14% del totale B2B: la maggior parte delle transazioni avviene, infatti, attraverso i canali tradizionali. Un approccio all'*e-commerce* più coraggioso da parte delle imprese italiane potrebbe, nei prossimi anni, dare uno stimolo ulteriore alla già vivace dinamica di crescita del nostro export.