

Struttura e *performance* delle esportazioni: Italia e Germania a confronto

Servizio Studi e Ricerche
Luglio 2011

Struttura e *performance* delle esportazioni: Italia e Germania a confronto¹

Giovanni Foresti e Stefania Trenti**

Sintesi	2
Introduzione	3
La struttura delle esportazioni tedesche ed italiane	5
Quanto siamo diversi?	5
Exploration o exploitation?	9
Diversi dal punto di vista qualitativo?	11
Italia e Germania sui mercati mondiali	15
Chi compete con chi: come misurare la “concorrenza qualitativa potenziale”	15
Chi ha sottratto quote di mercato a chi?	17
Italia e Cina in Germania: produttori italiani spiazzati?	20
Conclusioni	22
Bibliografia	24

Luglio 2011

*Una versione preliminare di questo studio è stato proposto nel 79° Rapporto di Analisi dei Settori Industriali, Intesa Sanpaolo-Prometeia, maggio 2011.

** Desideriamo ringraziare Angelo Palumbo per l'immenso lavoro di elaborazione dei dati. Questo articolo fa tesoro anche dei suggerimenti del gruppo di lavoro congiunto Intesa Sanpaolo - Prometeia che cura il rapporto Analisi dei Settori Industriali. In particolare si ringraziano Alessandra Benedini, Andrea Dossena, Serena Fumagalli, Fabrizio Guelpa, Marco Lamieri, Caterina Riontino, Ilaria Sangalli, per i commenti a una versione precedente dello studio. La responsabilità di quanto sostenuto rimane solo nostra.

Sintesi

Il confronto Italia-Germania proposto in questo lavoro consente di far luce sui punti di forza e sui ritardi del nostro tessuto produttivo. Nel corso degli anni Duemila gli sforzi di riposizionamento, geografico e qualitativo, delle nostre esportazioni sono stati notevoli. Le imprese italiane hanno intensificato la loro capacità di servire mercati "nuovi" ad alto potenziale, dall'Est Europa, al Medio Oriente e Nord Africa, all'Asia. Il ruolo più elevato (rispetto alla Germania) dei "nuovi" mercati ma anche delle nuove relazioni commerciali evidenzia una maggiore capacità da parte degli esportatori italiani di intercettare ogni opportunità di domanda, per quanto piccola e spesso non duratura, anche in virtù di una più alta diversificazione di prodotto e di dimensioni medie più piccole, che consentono un'alta flessibilità operativa. Le nostre imprese si dimostrano in tal modo dinamiche anche se spesso, "aggredendo" i mercati individualmente e non a livello di sistema, creano poche esternalità per l'intero tessuto produttivo italiano.

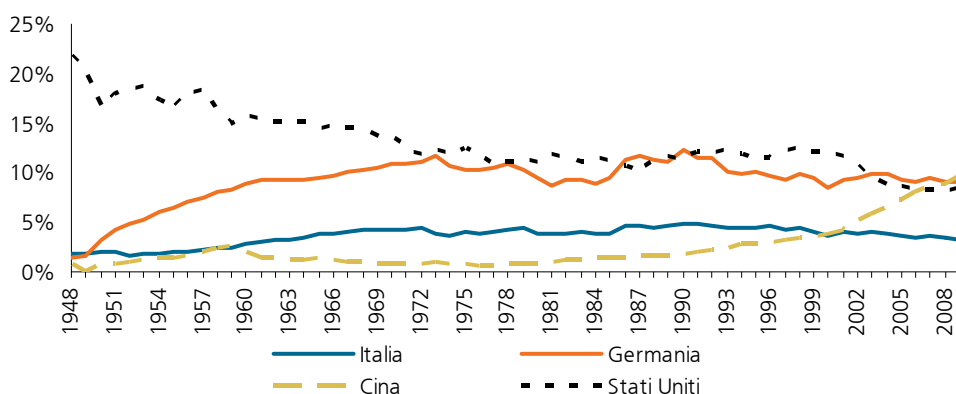
Il "modo italiano" di stare sui mercati non ha posto le nostre imprese al riparo dalla concorrenza della Cina, che nel corso degli anni Duemila è divenuta il nostro principale competitor, dopo la Germania. Le imprese tedesche non si sono sottratte alla concorrenza cinese anche se, grazie anche a una dimensione media più elevata rispetto a quelle italiane, sono state in grado di reggere il passo sui mercati internazionali, diventando - di fatto - partner privilegiate del gigante asiatico in una serie di produzioni. La Germania ha mostrato inoltre un comportamento "più strategico", orientato verso una maggiore capacità di radicamento e stabilità della propria presenza commerciale in grandi paesi, come la Cina. Ciò è stato possibile anche grazie a notevoli sforzi sul fronte qualitativo, che hanno portato questo paese a consolidare la sua leadership nella produzione di beni di alta qualità.

Introduzione

I dati congiunturali più recenti hanno confermato l'ampio differenziale di crescita tra l'Italia e la Germania, riportando al centro del dibattito il confronto tra i due paesi. Effettuare una comparazione dei due sistemi economici è un esercizio estremamente complesso, che coinvolge variabili culturali, sociali e istituzionali. In questo lavoro ci limiteremo a confrontare Italia e Germania sotto il profilo delle esportazioni, variabile chiave per capire i successi odierni tedeschi e le prospettive di crescita dell'economia italiana nei prossimi anni.

Negli ultimi anni, come è noto, la Germania è riuscita a ritagliarsi uno spazio rilevante nel commercio mondiale, gareggiando con il colosso cinese - in forte ascesa - e gli Stati Uniti (in continuo arretramento) per la leadership come principale esportatore mondiale, raggiungendo il primato nel periodo tra il 2003 ed il 2008 (Fig.1). Nello stesso periodo, l'Italia ha sperimentato un percorso più difficoltoso, segnato da un ridimensionamento, seppure lento e contenuto, delle quote di mercato.

Fig. 1 - Quote sui mercati mondiali (dollari correnti)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati WTO

Tali risultati possono essere spiegati, in parte, attraverso una analisi comparata della struttura delle esportazioni italiane e tedesche, con l'obiettivo di fare emergere le principali caratteristiche del "modello tedesco", a confronto con il modus operandi delle imprese italiane sui mercati esteri. Il lavoro presenterà, innanzitutto, alcuni confronti nella struttura delle esportazioni tedesche e italiane, dal punto di vista settoriale, di posizionamento nella filiera, geografico e di fasce di prezzo/qualità. Si andranno poi a valutare, nella seconda parte, le performance dei due paesi sui mercati internazionali, focalizzando l'attenzione sulle pressioni competitive reciprocamente apportate sui diversi mercati mondiali. La terza parte affronterà, invece, l'analisi del cambiamento nelle relazioni tra Italia e Germania, concentrando l'attenzione sul posizionamento italiano nel mercato tedesco. La capacità del tessuto italiano di cogliere i segnali di risveglio che arrivano dalla domanda interna tedesca e di rafforzare il suo ruolo di fornitore per l'apparato industriale tedesco, infatti, condizioneranno in modo significativo l'evoluzione delle esportazioni italiane nei prossimi anni.

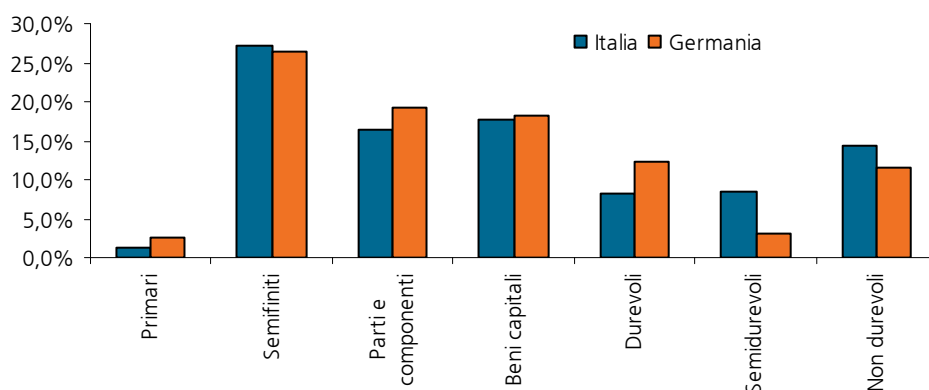
Le analisi presentate si concentreranno sul commercio con l'estero al massimo livello disponibile di disaggregazione settoriale (Harmonised System a 6 cifre; circa 5.100 prodotti) e geografico (più di 230 paesi), utilizzando come base dati BACI-92, il database sul commercio mondiale messo a punto dal centro di ricerca francese CEPII, a partire dai dati UNCTAD-Comtrade (Gaulier e Zignago, 2010).

La struttura delle esportazioni tedesche e italiane

Quanto siamo diversi?

Germania e Italia presentano una specializzazione differente dal punto di vista produttivo: le esportazioni italiane sono caratterizzate da un peso superiore dei beni di consumo semi-durevoli (sistema moda) e non durevoli (alimentare), mentre i beni di consumo durevoli rivestono un ruolo superiore nelle esportazioni tedesche, a causa del forte peso dell'export di auto per la Germania (Figure 2 e 3). L'Italia risulta, inoltre, avere una quota di export assorbita dal settore meccanico nettamente superiore rispetto a quanto si riscontra in Germania. Tale differenza è emersa nel corso degli ultimi anni: se si confrontano i pesi dei diversi settori nel 1995 e nel 2009 (Fig. 4) si nota come a metà degli anni Novanta il differenziale fosse nettamente inferiore. Nonostante la moda continui a essere la principale fonte di diversità nella struttura delle esportazioni dei due paesi, nel periodo esaminato la differenza si è attenuata, per via della perdita di peso che ha registrato per l'export italiano. La riduzione del differenziale per quanto riguarda gli intermedi chimici è invece stata causata dalla perdita di peso sulle esportazioni tedesche, a fronte di una relativa stabilità di quelle italiane. Nella metallurgia, infine, è stato soprattutto l'incremento d'importanza sull'export italiano ad aver determinato un avvicinamento tra Italia e Germania.

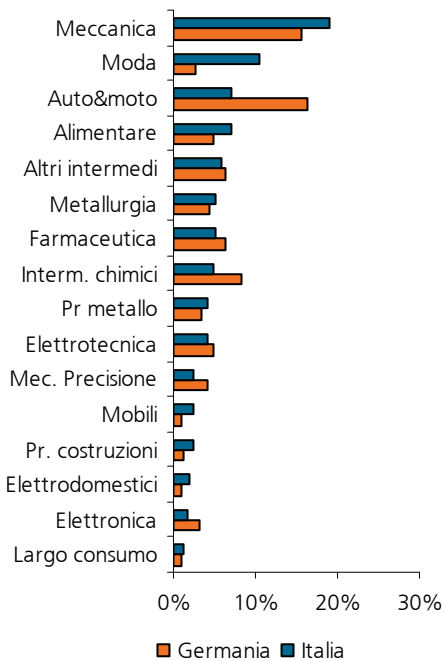
Fig. 2 - Esportazioni italiane e tedesche per destinazione d'uso (% dollari correnti, 2009)



Nota: Beni di consumo: durevoli, semidurevoli e non durevoli. Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

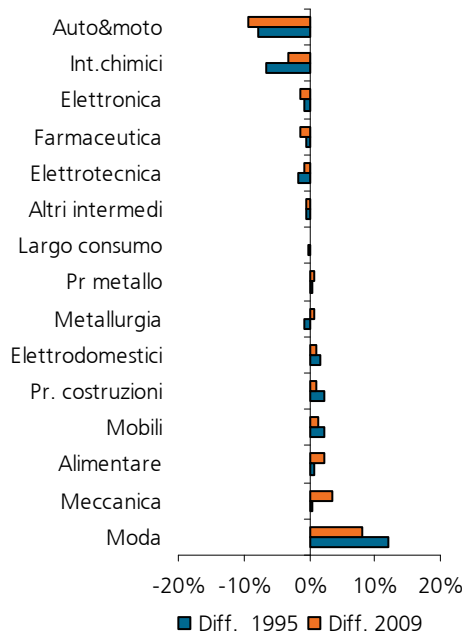
Le strutture delle esportazioni dei due paesi vedono, dunque, una maggiore sovrapposizione per quanto riguarda i beni intermedi e di investimento, seppure con pesi differenti tra meccanica e mezzi di trasporto, e i divari maggiori in termini di beni di consumo, dove l'Italia mantiene, seppure in un quadro di modificazioni indotte anche dai processi di internazionalizzazione, una maggiore presenza nei beni tradizionali.

Fig. 3 - Peso dei settori sulle export (2009)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

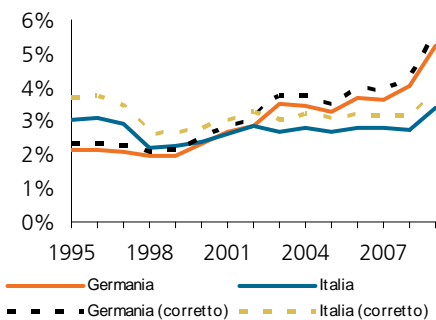
Fig. 4 - Differenza tra il peso dei settori sulle export italiane e tedesche



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

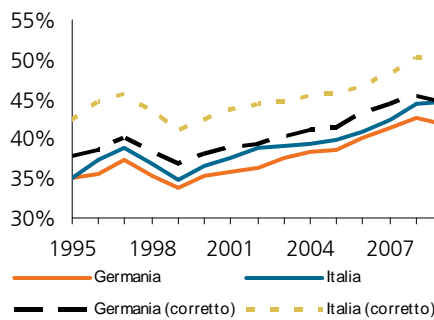
Dal punto di vista geografico, le differenze riguardano soprattutto il diverso peso che rivestono alcune mete emergenti (Figure 5 e 6), in particolare nell'ultimo periodo di forte cambiamento nella struttura delle importazioni mondiali.

Fig. 5 - Peso delle esportazioni verso Cina+Hong Kong (%)



Nota: per peso corretto si intende il peso di Cina e Hong Kong per Italia e Germania al netto dei flussi di interscambio commerciale tra Italia e Germania. Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Fig. 6 - Peso dei "nuovi" mercati sul totale delle esportazioni



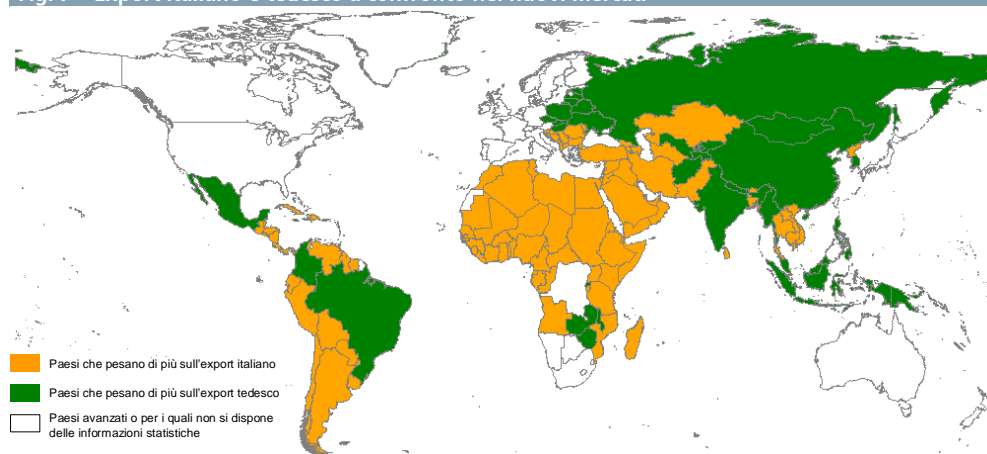
Nota: per peso corretto si intende il peso dei nuovi mercati per Italia e Germania al netto dei flussi di interscambio commerciale tra Italia e Germania. Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

E' sicuramente un fatto accertato, molto citato per spiegare le migliori performance della Germania, il maggiore peso che riveste la Cina sulle esportazioni tedesche rispetto a quelle italiane. La quota di Cina e Hong Kong sull'export tedesco è andata crescendo in modo significativo per la Germania a partire dai primi anni Duemila, raggiungendo il 5,2% nel 2009, anno in cui i due paesi asiatici hanno registrato un balzo in avanti significativo. L'Italia prima dell'ingresso di quest'ultima al WTO presentava una maggiore propensione a servire la Cina, utilizzando in particolare l'accesso di Hong Kong. Per l'Italia la quota di Cina e Hong Kong era già intorno al 3% a metà degli anni Novanta; questa quota è tuttavia fortemente diminuita

proprio verso il finire di quegli anni, per poi risalire lentamente nel decennio appena concluso, sfiorando il 3,4% nel 2009. A livello settoriale, nel 2009, le differenze maggiori tra Italia e Germania, in termini di quota rivestita dalla Cina, si riscontrano per l'elettrotecnica, seguita dalla meccanica e dalla filiera *automotive*. Differenze importanti si osservano anche per la filiera dei metalli (metallurgia e prodotti in metallo), mentre l'unico settore dove la Cina riveste un ruolo superiore per l'Italia è il sistema moda (Fig. 8).

Se si considerano, invece, tutti i paesi "nuovi"², si nota come sia l'Italia a essere "in vantaggio" rispetto alla Germania in tutto il periodo esaminato, con una quota diretta verso i "nuovi mercati" che ha raggiunto nel 2009 il 45%, contro il 42% della Germania (Fig. 6). Le differenze emergono non tanto per l'insieme dei BRIC (anche il Brasile, la Russia e l'India assumono una rilevanza maggiore nel caso tedesco come già sottolineato per la Cina) quanto per un insieme di destinazioni lungo un asse che va dai paesi affacciati sul Mediterraneo, ai Balcani, al Mar Nero, attraverso il Medio Oriente fino all'Asia Centrale (Fig. 7). Spicca il ruolo di alcuni sbocchi commerciali, come Turchia, Tunisia, Romania, Croazia, Slovenia, oggetto di delocalizzazione da parte delle imprese italiane, in particolare nei settori tradizionali. Rivestono un ruolo più importante per l'Italia anche mercati come gli Emirati Arabi Uniti e i paesi della penisola araba e del Golfo. E' interessante notare come l'Italia presenti una maggiore propensione a esportare, rispetto alla Germania, verso gran parte dei paesi dell'America Latina con la notevole eccezione, già ricordata, del Brasile. Il relativo "vantaggio" dell'Italia sui "nuovi" mercati è legato soprattutto ad alcuni settori produttori di beni di consumo (Fig. 9; mobili, elettrodomestici, sistema moda), in parte spiegabile alla luce dei flussi *intra-firm* alimentati dalle delocalizzazioni e dalle esternalizzazioni produttive, ma anche dal successo del *made in Italy* presso i consumatori a maggiore reddito della penisola araba. I "nuovi" mercati assumono un peso più rilevante per l'Italia, rispetto alla Germania, anche per la meccanica, la filiera dei metalli e la chimica, dove gli esportatori italiani hanno puntato su mete, come i paesi del Mediterraneo, differenti rispetto alla Cina e ai grandi paesi (Brasile, India, Russia), come invece emerge per gli esportatori tedeschi.

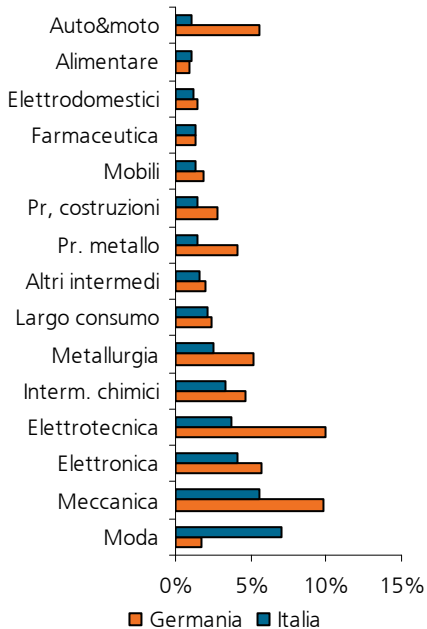
Fig. 7 – Export italiano e tedesco a confronto nei nuovi mercati



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

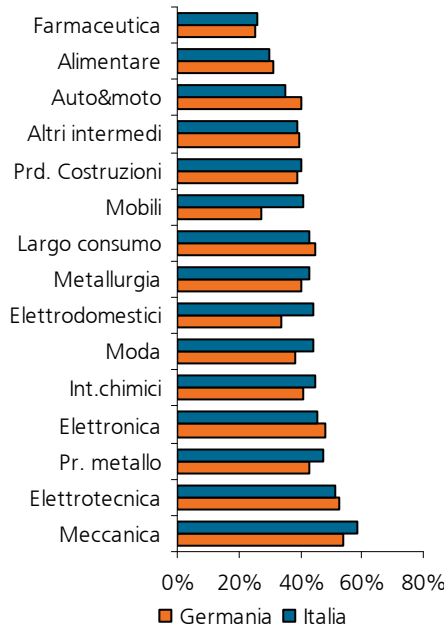
² I "nuovi" paesi sono definiti come l'insieme delle economie escluse quelle di più antica industrializzazione (UE15, Stati Uniti, Svizzera, Norvegia, Canada e Giappone).

Fig. 8 - Peso delle esportazioni verso Cina e Hong Kong per settore, 2009



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

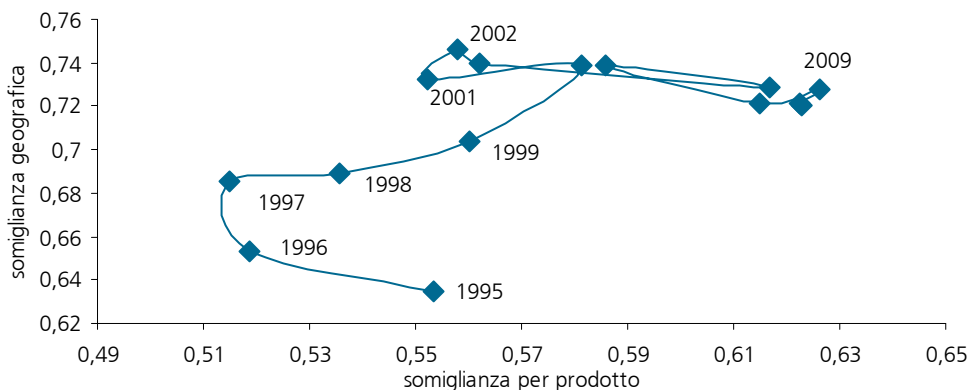
Fig. 9 - Peso dei "nuovi" mercati sul totale delle esportazioni per settore, 2009



Nuovi mercati: Tutti i paesi tranne UE15, Svizzera, Norvegia, USA, Canada e Giappone. Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Le esportazioni di Germania e Italia presentano, pertanto, una caratterizzazione diversa, sia dal punto di vista dei prodotti esportati che delle destinazioni geografiche. Tali differenze sono andate, tuttavia, parzialmente smorzandosi nel corso del periodo considerato. Calcolando gli indici di somiglianza³ sull'intero insieme dei prodotti (al livello maggiore di disaggregazione possibile) e dei paesi, si nota infatti un avvicinamento significativo delle matrici delle esportazioni tedesche e italiane, in particolare nella seconda parte degli anni Novanta, dove l'indice di somiglianza sale sia per quanto riguarda i prodotti che per quanto riguarda i paesi (Fig. 10).

Fig. 10 - Indice di somiglianza per paese e per prodotto (indice di conformità)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

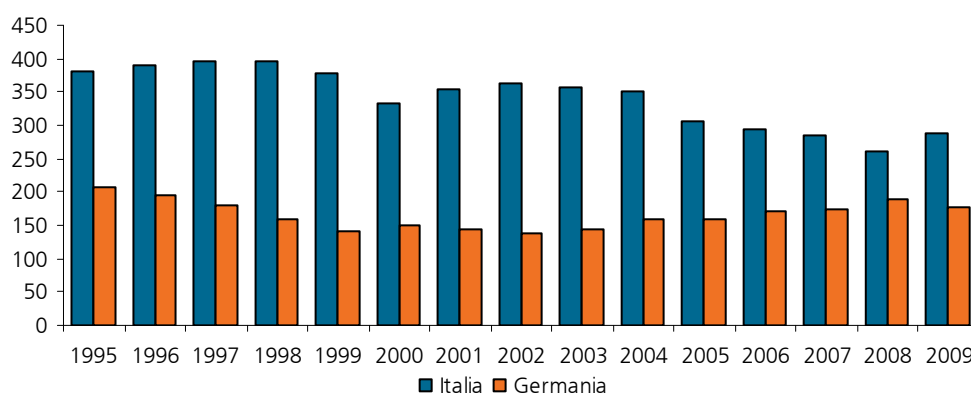
³ Per misurare la somiglianza si è utilizzato l'indice di somiglianza utilizzato nelle pubblicazioni del FMI (si veda ad esempio FMI, 2011).

Nell'ultimo periodo, sia pure con un sentiero evolutivo meno netto, sembra emergere da un lato una maggiore stabilità per quanto riguarda l'indice di somiglianza dei paesi, frutto probabilmente delle diverse strategie geografiche seguite dalle imprese italiane e tedesche, e dall'altro lato il proseguimento dell'avvicinamento dal punto di vista del peso che i diversi prodotti rivestono sul complesso dell'export.

Exploration o exploitation?

La maggiore somiglianza delle esportazioni italiane e tedesche è maturata a fronte di una crescente specializzazione italiana. Le esportazioni italiane presentano, infatti, una diversificazione dei prodotti decisamente superiore a quella tedesca (Fig.11), con un differenziale che tuttavia è andato diminuendo nel tempo per effetto di una maggiore concentrazione delle esportazioni italiane e, contemporaneamente, di una maggiore diversificazione di quelle tedesche.

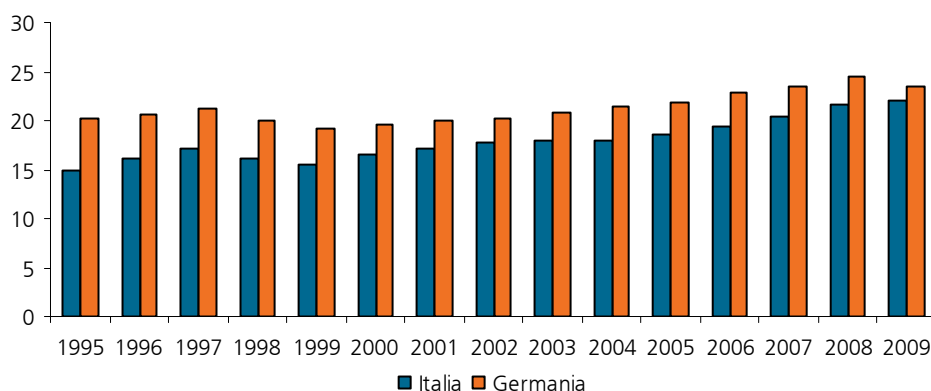
Fig. 11 - Indice di diversificazione dei prodotti (inverso dell'indice di Herfindhal)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Lo stesso processo, ma invertendo i ruoli tra Italia e Germania, è avvenuto per quanto riguarda la diversificazione geografica (Fig. 12). In questo caso la Germania presenta una diversificazione superiore rispetto all'Italia e in continua crescita. Tuttavia, il differenziale tra i due paesi è andato diminuendo in modo significativo grazie alla maggiore intensità nei processi di diversificazione geografica effettuati dagli esportatori italiani.

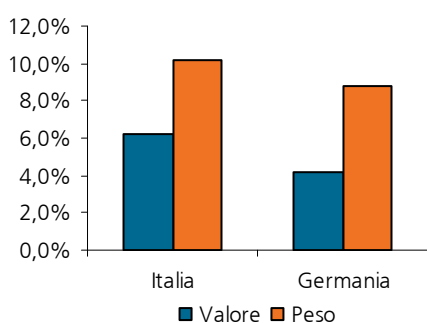
Fig. 12 - Indice di diversificazione dei paesi (inverso dell'indice di Herfindhal)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

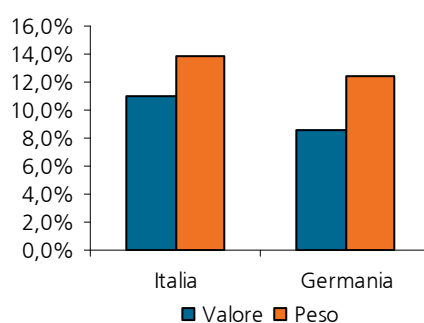
La maggiore eterogeneità produttiva e i crescenti sforzi di diversificazione degli sbocchi commerciali dell'Italia sembrano essere confermati anche dall'analisi relativa al margine estensivo, ovvero suddividendo il commercio estero tra i flussi di export "nuovi" (in termini di prodotto, paesi o entrambi) e flussi non nuovi⁴. Il confronto tra Italia e Germania mostra come nel periodo 1995-09 il peso delle "nuove" relazioni, ovvero il margine estensivo, nonostante la diminuzione nella diversificazione italiana, sia stato più alto nel caso italiano rispetto a quello tedesco (Fig.13). E' anche interessante notare come il differenziale tra Italia e Germania nel peso che rivestono le relazioni nuove sia superiore se calcoliamo i pesi sui valori esportati, a segnalare come l'apertura di nuovi sbocchi commerciali sia avvenuta nel caso italiano con flussi caratterizzati da un maggiore valore medio unitario. Nonostante un peso che comunque rimane limitato per entrambi i paesi - confermando il risultato oramai assodato dalla letteratura che vede il commercio estero crescere prevalentemente lungo direttrici di prodotto e geografiche già aperte - il contributo dato alla crescita delle esportazioni nel periodo considerato non è irrilevante per l'Italia. Nel periodo 1995-09, il contributo alla crescita dei valori esportati dato dai nuovi flussi è stato pari a poco più dell'11% per l'Italia e dell'8,6% per la Germania (Fig.14).

Fig. 13 - Margine estensivo: peso delle "nuove" relazioni



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Fig. 14 - Contributo alla crescita dei valori esportati dalle "nuove" relazioni (% , 1995-09)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

L'importanza dei "nuovi" flussi, unita al ruolo più elevato dei "nuovi" mercati, suggeriscono una maggiore capacità (ma anche volontà e talvolta necessità) da parte degli esportatori italiani di intercettare e rispondere a ogni opportunità di domanda, per quanto modesta e spesso non duratura, anche in virtù di una maggiore diversificazione di prodotto e di dimensioni medie più piccole che consentono una più alta flessibilità operativa. E' interessante notare, a questo proposito, come le esportazioni tedesche presentino una minore dispersione della struttura settoriale sui diversi mercati emergenti rispetto a quanto si riscontra per l'Italia. Calcolando un indice di dispersione del peso che i settori rivestono nei diversi mercati delle esportazioni tedesche e italiane⁵ si nota una maggiore eterogeneità dell'approccio italiano (Fig.15).

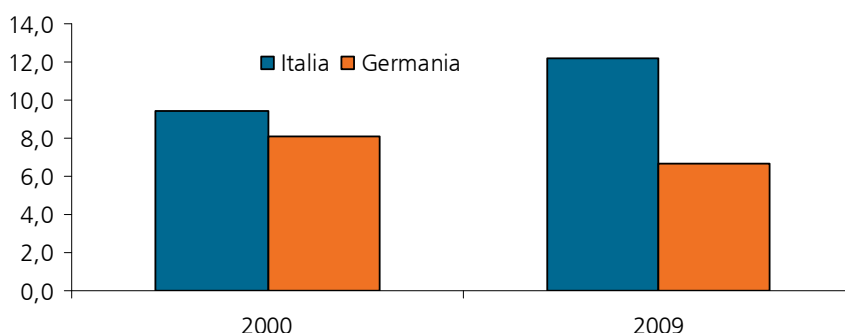
Nel caso italiano prevalgono i beni di consumo (e non sempre con la stessa intensità tra comparti) su alcuni mercati, mentre su altri emergono la meccanica, l'elettrotecnica o i beni intermedi. Le esportazioni tedesche, invece, tendono a presentare una struttura più uniforme in tutti i mercati approcciati, con un peso simile delle produzioni di punta dell'*automotive*, della meccanica e della chimica, come se l'approccio ai mercati esteri fosse più strutturato lungo le filiere e più il frutto di strategie complessive del sistema paese piuttosto che dell'azione non coordinata di una pluralità di operatori. Sembra dunque emergere un comportamento più strategico da parte dell'industria tedesca, che riesce a proporsi con successo sui mercati,

⁴ Cfr. tra gli altri Besedes e Prusa (2007), Amurgo-Pacheco e Pierola (2008).

⁵ L'indicatore è costruito calcolando la varianza dei pesi dei diversi settori sui vari mercati per Germania e Italia, normalizzando per il peso medio che i settori hanno rispettivamente sull'export tedesco e italiano.

selezionando i paesi di maggiori dimensioni e forte di un'offerta completa e unita. Nel caso italiano, invece, sembra prevalere più un comportamento opportunistico orientato a intercettare ogni rivolo di domanda presente sui mercati, anche se di dimensioni contenute o di natura temporanea⁶. Le imprese italiane si dimostrano in tal modo altamente dinamiche anche se corrono il rischio di disperdere risorse, non creando sufficienti e durature esternalità positive per l'intero tessuto produttivo italiano. A differenza della Germania, pertanto, l'Italia tende ad adeguare la propria offerta alla struttura della domanda dei mercati a cui si rivolge, perdendo in tal modo l'opportunità di aprire i mercati contemporaneamente a più settori.

Fig. 15 – Indice di dispersione settoriale delle esportazioni sui nuovi mercati



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Diversi dal punto di vista qualitativo?

Il posizionamento di Italia e Germania in termini di fasce di prezzo/qualità è un altro aspetto della struttura dei flussi di commercio di questi due paesi che merita di essere analizzato. Questo tipo di analisi può essere realizzato attraverso lo studio dei valori medi unitari (VMU)⁷ che, nonostante i noti limiti di questa misura, possono essere utilizzati per stimare il livello qualitativo dei beni esportati. Abbiamo impiegato, in questo lavoro, un approccio originale che, a differenza di altri lavori empirici, non attribuisce una soglia arbitraria per ogni classe qualitativa. Partendo dai VMU, il valore delle esportazioni mondiali di ogni prodotto è stato suddiviso in tre parti uguali (dal peso del 33,3% ciascuna) all'interno di tre fasce qualitative (bassa qualità, media qualità, alta qualità) in relazione al livello assunto dal VMU di ogni flusso di commercio mondiale. Più precisamente, per ogni prodotto, i flussi (combinazione paese esportatore-paese importatore) con i VMU più bassi sono attribuiti alla fascia di bassa qualità fino a che il valore complessivo delle esportazioni di bassa qualità raggiunge il 33,3%. Lo stesso meccanismo è stato applicato per assegnare i flussi alle due classi successive, che hanno al loro interno flussi con VMU via via crescenti e sviluppano ognuna un valore complessivo delle esportazione di ogni prodotto pari al 33,3%⁸. Con questo indicatore, se in termini di valori gli scambi commerciali di

⁶ Su questo punto cfr. anche Intesa Sanpaolo-Prometeia (2006).

⁷ Cfr. tra gli altri Amighini e Chiarlone (2003), Cheptea, Fontagné, Zignago (2010), de Nardis e Traù (1998), de Nardis e Traù (2005), Borin e Lamieri (2007), Lanza e Quintieri (2007).

⁸ In altre parole, dopo aver ordinato ogni flusso di export del prodotto i dai paesi esportatori k verso i paesi importatori j (X_{ijk}) in base al suo valore medio unitario ($VMU_{ijk} = \frac{X_{ijk}}{Q_{ijk}}$, dove Q_{ijk} sono le quantità

esportate del prodotto i dai paesi k verso i paesi j), ogni flusso è stato ripartito in tre classi di qualità in modo che:

ogni prodotto sono equamente divisi in tre classi, in termini di volumi è la fascia di bassa qualità ad assumere un peso maggiore visto il valore medio unitario più basso assunto dai flussi contenuti in questa classe. In quantità si ipotizza, almeno indirettamente, che la struttura della domanda mondiale (di beni di consumo, intermedi e di investimento) assuma una forma a piramide, con peso decrescente al crescere della fascia di qualità del bene scambiato.

La ripartizione dei flussi così realizzata consente di misurare, ogni anno, il posizionamento qualitativo relativo di ogni paese esportatore rispetto ai suoi competitor internazionali. E' pertanto possibile che un paese, a fronte di un aumento del livello qualitativo medio dei suoi prodotti, veda ridursi la sua quota di flussi esportati di alta qualità se i suoi progressi sono inferiori a quelli mediamente riscontrabili nei flussi mondiali.

Nella tabella 1 viene proposta la composizione delle esportazioni di Italia, Germania, Francia e Cina in termini di posizionamento qualitativo sui mercati internazionali negli anni Duemila. Spicca la Germania che è il paese che mostra i maggiori miglioramenti tra il 2001 e il 2009, con un peso di beni esportati di alta qualità salito al 46,3%, dal 34,7% di inizio decennio. Seguono a grande distanza Italia e Francia, che mostrano una ripartizione per le tre fasce qualitative più equilibrata anche se spostata verso la classe di qualità più elevata, che nel 2009 assorbe il 37/38% dei valori esportati da questi due paesi. Nonostante i progressi realizzati nel corso degli anni Duemila, l'Italia presenta ancora un peso elevato di export di bassa qualità (32,6% del totale esportato nel 2009; era il 36,3% nel 2001).

Tab. 1 - Manifatturiero: posizionamento qualitativo a confronto (comp. %)

	2001			2009		
	Bassa	Media	Alta	Bassa	Media	Alta
Italia	36,3	34,1	29,7	32,6	30,1	37,3
Germania	22,8	42,5	34,7	21,6	32,1	46,3
Francia	28,0	41,3	30,7	26,3	36,0	37,7
Cina	40,0	32,8	27,2	48,3	34,8	16,9

Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Tab. 2 - Manifatturiero: quote (%) di mercato per fasce di qualità

	2001			2009		
	Bassa	Media	Alta	Bassa	Media	Alta
Italia	5,2	4,9	4,3	4,1	3,8	4,7
Germania	7,8	14,4	11,8	7,1	10,5	15,2
Francia	4,8	7,0	5,2	3,8	5,2	5,4
Cina	8,6	7,0	5,9	18,8	13,5	6,6

Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

- alla classe di bassa qualità sono attribuiti i flussi di export del prodotto i dai paesi k verso i paesi j (X_{ijk}^{LOW}) con i VMU più bassi che soddisfano la condizione

$$\frac{\sum_{j=..} \sum_{k=..} X_{ijk}^{LOW}}{\sum_{j=1}^J \sum_{k=1}^K X_{ijk}} = 33,3\%$$

- alla classe di media qualità sono attribuiti i flussi di export del prodotto i dai paesi k verso i paesi j (X_{ijk}^{MED}) con VMU superiori a quelli della classe precedente che soddisfano la

$$\text{condizione } \left(\frac{\sum_{j=..} \sum_{k=..} X_{ijk}^{LOW} + \sum_{j=..} \sum_{k=..} X_{ijk}^{MED}}{\sum_{j=1}^J \sum_{k=1}^K X_{ijk}} \right) = 66,6\%$$

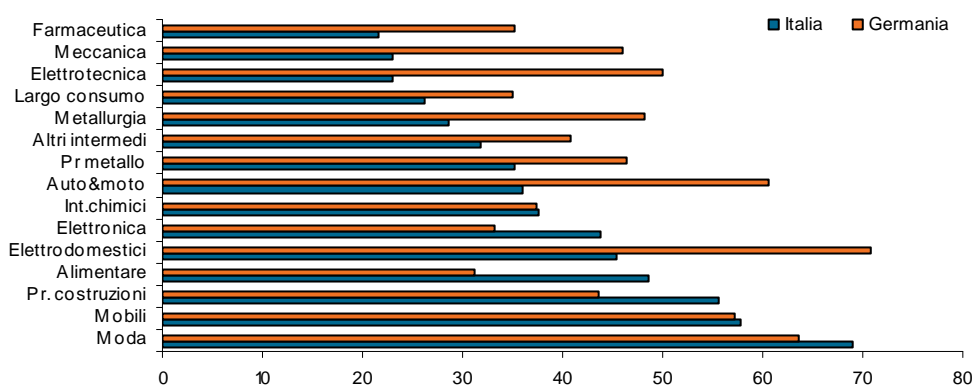
- alla classe di alta qualità sono attribuiti i flussi di export del prodotto i dai paesi k verso i paesi j (X_{ijk}^{HIGH}) con VMU superiori a quelli della classe precedente che soddisfano la condizione

$$\left(\frac{\sum_{j=..} \sum_{k=..} X_{ijk}^{LOW} + \sum_{j=..} \sum_{k=..} X_{ijk}^{MED} + \sum_{j=..} \sum_{k=..} X_{ijk}^{HIGH}}{\sum_{j=1}^J \sum_{k=1}^K X_{ijk}} \right) = 100\%$$

Per ogni prodotto il flusso a cavallo tra due classi qualitative è stato ripartito in modo da assegnare a ognuna delle due classi di qualità un valore complessivo delle esportazioni pari al 33,3%.

Ciò riflette, in particolare, la rilevanza della fascia di bassa qualità per alcuni settori come la farmaceutica, la meccanica, l'elettrotecnica, gli autoveicoli e moto⁹. E' proprio in questi settori, con l'aggiunta degli elettrodomestici, che nel 2009, nonostante i progressi emersi nel corso degli anni Duemila, il "ritardo" dell'Italia rispetto alla Germania è più pronunciato in termini di rilevanza delle esportazioni di alta qualità (Fig. 16). Al contrario, in altri importanti settori del *made in Italy* come ad esempio la moda, i mobili, i prodotti e materiali da costruzione e l'alimentare il peso della fascia di qualità alta è maggiore in Italia, avvicinandosi addirittura al 70% nel caso del sistema moda.

Fig. 16 - Peso delle esportazioni di alta qualità (in % export totale), 2009



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Il posizionamento qualitativo della Cina è molto diverso da Italia e Francia e quasi opposto a quello tedesco, con un peso elevato e crescente della fascia di bassa qualità, che assorbe poco meno del 50% dei valori esportati dal colosso cinese. Al contrario è basso e decrescente il peso assunto dalla classe di qualità elevata (16,9% nel 2009). Questo non significa che i prodotti cinesi abbiano subito un *downgrading* qualitativo; al contrario, molto verosimilmente, sono migliorati anche se meno di quelli dei loro competitor internazionali¹⁰. Il calo della rilevanza dei prodotti cinesi di prezzo più elevato riflette, inoltre, una crescita più sostenuta delle esportazioni cinesi di beni con prezzi più convenienti.

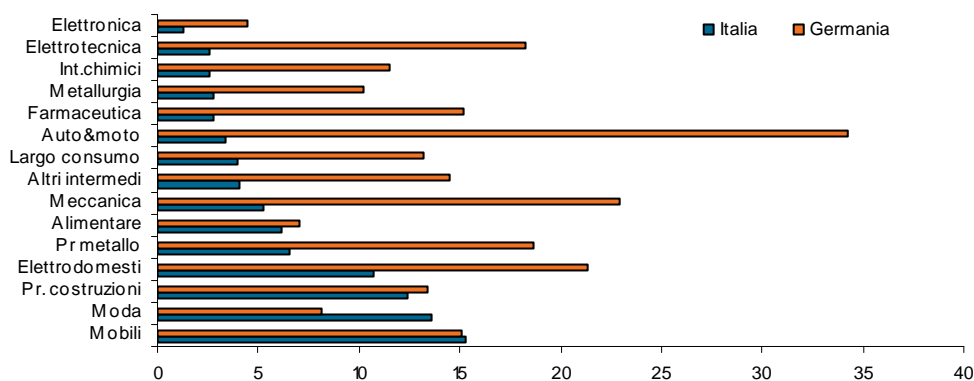
Se si guardano i dati relativi alle quote di mercato per fasce di qualità, si può infatti osservare come tra il 2001 e il 2009 la Cina abbia guadagnato mercato anche nelle produzioni di alta qualità, dove, grazie alle posizioni di leadership acquisite in alcuni settori di forte specializzazione italiana (elettrodomestici, sistema moda, mobili) e nell'elettronica, si colloca alle spalle della Germania, ma precede sia la Francia sia l'Italia (Tab. 2). Il progresso cinese è però soprattutto evidente nelle prime due fasce di qualità (bassa e media). Nelle produzioni di bassa qualità, infatti, la sua quota di mercato più che raddoppia e sale al 18,8% (dall'8,6% del 2001), mentre nelle produzioni di media qualità sale al 13,5% dal 7%, distanziando abbondantemente Francia, Germania e Italia, che hanno visto ridursi significativamente le loro quote in queste classi di qualità.

⁹ Per alcuni di questi settori la ripartizione delle esportazioni per fasce di qualità può essere molto approssimativa e non riflettere adeguatamente il reale posizionamento qualitativo dei beni esportati. Può essere questo ad esempio il caso della meccanica.

¹⁰ Il confronto non cambia se si considera il posizionamento qualitativo di Italia, Germania, Francia e Cina sui mercati avanzati o su quelli emergenti.

In particolare, la Germania perde la sua leadership nelle produzioni di media qualità. Contestualmente, però, grazie ai progressi qualitativi evidenziati precedentemente, è riuscita a innalzare significativamente la sua quota di mercato nelle produzioni di alta qualità, portandola al 15,2% dall'11,8%. Anche la Francia e, soprattutto, l'Italia hanno visto crescere la loro quota di mercato in questa tipologia di produzioni. Il divario è però significativo rispetto alla Germania e non trascurabile anche nei confronti della Cina, sia nei mercati avanzati sia nei mercati emergenti. L'Italia sopravanza la Germania solo in due settori: la moda e i mobili (Fig. 17), dove, in termini di quote di mercato nelle fasce di alta qualità, primeggia insieme alla Cina. Il differenziale è sfavorevole all'Italia, ma solo di poco, per i prodotti e materiali da costruzione e per l'alimentare.

Fig. 17 - Quote (%) di mercato nelle produzioni di alta qualità, 2009



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Italia e Germania sui mercati mondiali

Chi compete con chi: come misurare la “concorrenza qualitativa potenziale”

La ripartizione dei flussi commerciali per fasce di qualità può essere utilizzata come punto di partenza per il calcolo di un indicatore di concorrenza qualitativa potenziale. L'intuizione alla base di questo indicatore è che tanto più simili per fasce di qualità sono i flussi commerciali di due paesi (per ogni combinazione cioè di prodotto e mercato di sbocco), tanto maggiore è potenzialmente il livello di concorrenza presente fra loro. L'indicatore può essere calcolato per ogni coppia di paesi. E' possibile, pertanto, stimare il grado di concorrenza qualitativa esercitata dalla Germania sull'Italia e viceversa. Nel primo caso, ad esempio, per ogni flusso di commercio italiano (del prodotto i nel mercato j) con il medesimo posizionamento qualitativo del corrispondente flusso tedesco¹¹ viene stimato un indicatore di concorrenza qualitativa potenziale calcolando il rapporto tra valori esportati dalla Germania e valori esportati dall'Italia. Nel caso in cui le esportazioni tedesche superino quelle italiane, l'indicatore viene posto uguale a uno, visto che le imprese tedesche non possono sottrarre alle imprese italiane valori di export superiori a quelli che queste ultime esportano. Se invece i flussi commerciali dei due paesi hanno un diverso posizionamento qualitativo, l'indicatore viene posto pari a zero¹². L'indicatore complessivo di “concorrenza qualitativa potenziale” della Germania nei confronti dell'Italia viene poi calcolato come media ponderata di ogni indicatore elementare attribuito a ogni flusso commerciale dell'Italia¹³. La ponderazione è realizzata utilizzando il peso del valore dell'export attivato da ogni singolo flusso italiano¹⁴.

¹¹ I flussi devono cioè essere entrambi di bassa qualità, o di media qualità, o di alta qualità.

¹² Questo rapporto può pertanto assumere valori compresi tra 0 e 1: è pari a 0 se nel mercato j le esportazioni italiane e tedesche del prodotto i appartengono a una diversa fascia di qualità; è pari a 1 quando le esportazioni tedesche e italiane del prodotto i nel mercato j sono collocate nella stessa fascia qualitativa e il valore delle prime è almeno pari a quello delle seconde.

¹³ Per ogni destinazione commerciale j l'indicatore di concorrenza qualitativa potenziale di un paese competitor C nei confronti di un paese esportatore E è calcolato come segue:

$${}_C P_{Ej} = \frac{\sum_{i=..} X_{ijC}^{Q_{ijC}} \frac{X_{ijE}^{Q_{ijE}}}{\sum_{i=..} X_{ijE}^{Q_{ijE}}}}{\sum_{i=..} X_{ijE}^{Q_{ijE}}} = \sum_{i=..} {}_C P_{Eij} \frac{X_{ijE}^{Q_{ijE}}}{\sum_{i=..} X_{ijE}^{Q_{ijE}}}$$

la condizione $Q_{ijE} = Q_{ijC}$ (ovvero il bene i esportato nel mercato j dal paese E deve avere lo stesso posizionamento qualitativo di quello del paese C), con Q_{ijE} e Q_{ijC} che indicano il posizionamento qualitativo (bassa, media o alta qualità) del bene i esportato rispettivamente dai paesi E e C nel mercato j , e il rapporto $\frac{X_{ijC}^{Q_{ijC}}}{X_{ijE}^{Q_{ijE}}}$ che viene posto uguale a 1 nel caso in cui $\frac{X_{ijC}^{Q_{ijC}}}{X_{ijE}^{Q_{ijE}}} > 1$ (come si è già detto, il paese competitor C non può sottrarre valori di export superiori a quelli che il paese esportatore E già esporta).

Quando invece $Q_{ijE} \neq Q_{ijC}$, $\frac{X_{ijC}^{Q_{ijC}}}{X_{ijE}^{Q_{ijE}}}$ viene posto uguale a zero.

L'indicatore complessivo di concorrenza qualitativa potenziale del paese C nei confronti del paese E è poi calcolato aggregando gli indicatori di concorrenza potenziale sui diversi mercati j :

$${}_C P_E = {}_C P_{Ej} \frac{X_{.jE}^{Q_{.jE}}}{\sum_{j=..} X_{.jE}^{Q_{.jE}}}$$

¹⁴ Per costruzione l'indicatore aggregato varia tra 0 e 1 e tende ad assumere valori più elevati al crescere delle quote di export del paese competitor. Per Italia-Germania, ad esempio, essendo le quote di export

Sulla base di questo indicatore può pertanto accadere che due competitor siano tra loro molto simili in termini di posizionamento qualitativo (cfr. paragrafo precedente), ma non siano in concorrenza tra loro perché, ad esempio, esportano lo stesso bene nella stessa fascia di qualità in mercati diversi. La tabella 3 riassume i principali risultati ottenuti per i quattro paesi analizzati (Italia, Germania, Cina e Francia). Per ogni paese è stato possibile calcolare il grado di potenziale concorrenza qualitativa esercitato nel corso degli anni Duemila da ognuno degli altri tre competitor. Per semplicità espositiva sono rappresentati i risultati ottenuti all'inizio e alla fine del periodo considerato (2001 e 2009)¹⁵. La prima riga mostra, ad esempio, la concorrenza qualitativa potenziale a cui è stata sottoposta l'Italia per mano di Germania, Cina e Francia. Le prime due colonne, al contrario, indicano il grado di concorrenza qualitativa potenziale esercitata dall'Italia nei confronti di Germania, Cina e Francia.

Tab. 3 - Indicatore di potenziale concorrenza qualitativa del competitor sul paese esportatore

Paese esportatore:	Competitor:							
	Italia		Germania		Cina		Francia	
	2001	2009	2001	2009	2001	2009	2001	2009
Italia	-	-	0,24	0,27	0,07	0,12	0,20	0,19
Germania	0,09	0,10	-	-	0,03	0,06	0,13	0,11
Cina	0,05	0,04	0,05	0,05	-	-	0,03	0,03
Francia	0,16	0,16	0,26	0,28	0,04	0,08	-	-

Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Dalla lettura della tabella emerge come l'indicatore che stima la potenziale concorrenza qualitativa esercitata dalla Cina nei confronti di Germania, Italia e Francia sia raddoppiato o quasi nel corso degli anni Duemila. Esso, tuttavia, si è mantenuto su livelli relativamente contenuti nel caso della Germania, mentre ha assunto valori significativamente più elevati nel caso dell'Italia che sembra essere stata esposta maggiormente alla concorrenza potenziale cinese, anche tenendo opportunamente conto del diverso posizionamento qualitativo delle produzioni dei due paesi. Nel confronto Italia-Germania, la concorrenza cinese è potenzialmente più alta per l'Italia in gran parte dei settori, con l'eccezione del sistema moda (Fig. 18). Il differenziale è marcato soprattutto in alcuni importanti settori del tessuto manifatturiero italiano come i mobili, l'elettrotecnica, la meccanica, gli altri intermedi, dove la potenziale concorrenza qualitativa cinese è elevata. Il divario è nullo nel caso dell'elettronica, dove l'indicatore assume livelli massimi anche nel caso della Germania, e contenuto nel settore alimentare, dove la concorrenza potenziale cinese è molto bassa sia per l'Italia che per la Germania.

Nonostante la crescente concorrenza potenziale esercitata sull'Italia dalla Cina, rimane la Germania il nostro principale competitor sui mercati internazionali tenendo conto delle pressioni competitive esercitate sul fronte della qualità. L'indicatore assume in questo caso valori crescenti e molto elevati (0,27 nel 2009), con punte superiori o vicine a 0,3 per la farmaceutica, l'elettronica, gli autoveicoli e moto, il largo consumo, gli altri intermedi, i prodotti in metallo e gli intermedi chimici¹⁶ (Fig. 19). Solo per alcuni importanti settori del *made in Italy* (moda, prodotti e materiali da costruzione, alimentare), la potenziale concorrenza qualitativa tedesca appare relativamente bassa. A parti invertite la pressione qualitativa potenziale esercitata dall'Italia nei confronti della Germania è contenuta. Ciò riflette soprattutto la maggiore dimensione assunta dalle quote di mercato tedesche rispetto a quelle italiane che, come atteso, sui mercati

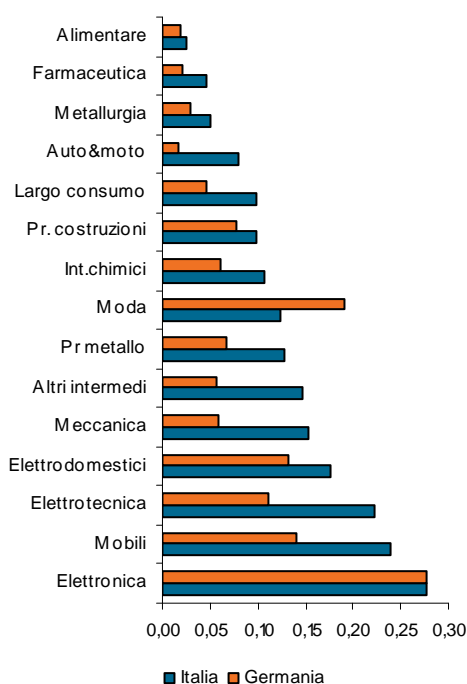
tedesche pari a 2,6 volte quelle italiane e quelle italiane pari a 0,39 quelle tedesche, l'indicatore potrà assumere un valore massimo di 1 quando si considera la concorrenza qualitativa della Germania nei confronti dell'Italia, e 0,39 nel caso opposto.

¹⁵ A risultati per lo più analoghi si arriva utilizzando anni diversi, come ad esempio il 2002 e il 2008. L'indicatore sembra non essere eccessivamente influenzato dalle fluttuazioni dei tassi di cambio nominali.

¹⁶ Nella farmaceutica, nel largo consumo e negli intermedi chimici l'indicatore è sicuramente influenzato dagli scambi *intra-firm* tra le multinazionali estere presenti in Germania e in Italia.

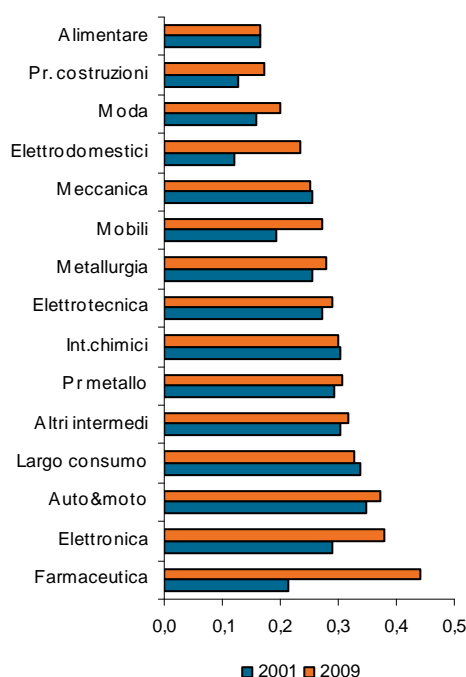
internazionali porta le imprese tedesche a essere competitor molto rilevanti per le imprese italiane e le imprese italiane a essere competitor importanti ma non altrettanto rilevanti per le imprese tedesche. Non è un caso pertanto che l'indicatore di concorrenza qualitativa potenziale dell'Italia nei confronti della Germania assuma valori relativamente elevati solo in alcuni importanti settori del *made in Italy* come la moda (0,3), il mobile (0,25) e gli elettrodomestici (0,17), dove è elevata la quota di mercato dell'Italia e alta la somiglianza qualitativa e dei mercati di sbocco delle produzioni italiane e tedesche.

Fig. 18 - Indicatore di potenziale concorrenza qualitativa esercitata dalla Cina nei confronti di Italia e Germania, 2009



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Fig. 19 - Indicatore di potenziale concorrenza qualitativa esercitata dalla Germania nei confronti dell'Italia



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Chi ha sottratto quote di mercato a chi?

L'indicatore appena mostrato offre interessanti indicazioni sul grado di concorrenza potenziale fra i diversi competitor sui mercati internazionali. Esso racconta però solo una parte della storia, trascurando ad esempio la possibilità che due paesi siano tra loro in concorrenza sui vari mercati anche se posizionati su fasce di qualità diverse nelle loro produzioni. Può, infatti, accadere che in un mercato di sbocco si assista a uno spostamento relativo della domanda verso produzioni di qualità più bassa, anche per via dell'ingresso e dell'affermazione su questo mercato di paesi a basso costo come, ad esempio, la Cina. L'affermazione della Cina ha, infatti, messo sotto pressione dapprima i produttori di bassa qualità e successivamente anche i produttori caratterizzati da un miglior posizionamento qualitativo.

Si è pertanto costruito un nuovo indicatore che misura il grado di concorrenza esercitata ex post da un'economia su un'altra economia, misurando quanta parte del calo delle esportazioni di un paese in un mercato di sbocco sia spiegato dal contemporaneo guadagno di export di un suo competitor¹⁷. Anche in questo caso l'indicatore può essere calcolato per ogni coppia di paesi, sfruttando l'informazione relativa alla variazione dei loro flussi commerciali (di ogni prodotto i

¹⁷ Cfr. a questo proposito Foresti (2004).

nel mercato j) nel corso degli anni Duemila. Per misurare, ad esempio, la concorrenza esercitata dalla Germania sull'Italia per ogni flusso di commercio italiano (del prodotto i nel mercato j) è stato stimato un indicatore calcolando il valore assoluto dal rapporto tra la variazione delle esportazioni tedesche e quella dell'export italiano. Il rapporto è stato calcolato solo nel caso di variazione positiva delle esportazioni tedesche e di variazione negativa delle esportazioni italiane¹⁸. Solo in questa eventualità, infatti, la perdita italiana di export si può essere verificata in seguito allo spiazzamento competitivo operato da qualche impresa tedesca. L'indicatore è stato invece posto uguale a zero nel caso di variazione positiva delle esportazioni italiane o di variazione negativa delle esportazioni tedesche¹⁹. L'indicatore complessivo di "concorrenza effettiva" della Germania nei confronti dell'Italia è stato poi calcolato come media ponderata di ogni indicatore elementare attribuito a ogni flusso commerciale dell'Italia. Per la ponderazione si è utilizzato il peso del valore della variazione dell'export (in valore assoluto) di ogni singolo flusso italiano sul totale delle variazioni dell'export (in valore assoluto) di tutti i flussi italiani²⁰.

La tabella 4 presenta i valori assunti dall'indicatore per i quattro paesi analizzati. Anche in questo caso per ogni paese è stato possibile calcolare il grado di concorrenza esercitata (intesa come capacità di sottrarre quote di mercato) nel corso degli anni Duemila da ognuno degli altri tre competitor. Per semplicità espositiva sono rappresentati i risultati ottenuti nei primi anni Duemila (2002-05) e nella seconda parte del decennio (2006-09)²¹. La prima riga mostra, ad esempio, la concorrenza a cui è stata sottoposta l'Italia rispettivamente da Germania, Cina e Francia. Le prime due colonne, al contrario, indicano la concorrenza esercitata dall'Italia nei confronti di Germania, Cina e Francia.

Anche sulla base di questo indicatore la Germania si conferma il nostro principale competitor. In particolare la capacità del tessuto produttivo tedesco di sottrarre quote di mercato all'Italia nel

¹⁸ Nel caso in cui la variazione positiva delle esportazioni tedesche superi quella negativa delle esportazioni italiane, l'indicatore è stato posto uguale a uno, visto che al massimo le imprese tedesche possono aver sottratto alle imprese italiane quanto perso da queste ultime. L'indicatore qui presentato tende a sovrastimare la reale capacità di un'economia di sottrarre quote di mercato a un'altra economia: questa situazione si presenta soprattutto nei casi in cui su un mercato di sbocco più paesi registrano contemporaneamente un aumento o una riduzione delle esportazioni di un dato prodotto.

¹⁹ Per ogni destinazione commerciale j l'indicatore che misura il grado di concorrenza esercitata dal paese competitor C nei confronti di un paese esportatore E è calcolato come segue:

$$cG_{Ej} = \sum_{i=..} \frac{X_{ijCt} - X_{ijCt-1}}{|X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|} \frac{|X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|}{\sum_{i=..} |X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|} = \sum_{i=..} cG_{Eij} \frac{|X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|}{\sum_{i=..} |X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|}$$

beni i verso il paese j in cui sono rispettate contemporaneamente le condizioni $(X_{ijEt} - X_{ijEt-1}) < 0$ e $(X_{ijCt} - X_{ijCt-1}) > 0$ (il paese esportatore E tra t-1 e t subisce una riduzione dell'export del bene i verso il paese j e contemporaneamente il paese competitor C sperimenta un aumento delle sue vendite del bene i nel paese j), con il rapporto $\frac{X_{ijCt} - X_{ijCt-1}}{|X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|}$ che viene posto uguale a 1 nel caso in cui $\frac{X_{ijCt} - X_{ijCt-1}}{|X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|} > 1$ (il paese competitor C non può aver sottratto valori di export superiori a quelli che il paese esportatore E ha perso).

Quando invece $(X_{ijEt} - X_{ijEt-1}) \geq 0$ o $(X_{ijCt} - X_{ijCt-1}) \leq 0$ allora $\frac{X_{ijCt} - X_{ijCt-1}}{|X_{ijEt} - X_{ijEt-1}|}$ viene posto uguale a zero.

L'indicatore complessivo di concorrenza del paese C nei confronti del paese E viene poi calcolato aggregando gli indicatori di concorrenza sui diversi mercati j:

$$cG_E = cG_{Ej} \sum_{j=..} \frac{|X_{.jEt} - X_{.jEt-1}|}{\sum_{i=..} |X_{.jEt} - X_{.jEt-1}|}$$

²⁰ L'indicatore aggregato varia da 0 e 1.

²¹ Per i periodi indicati si è calcolata la media aritmetica dei valori assunti annualmente dall'indicatore.

corso degli anni Duemila è stata elevata nella farmaceutica, nel largo consumo, nei beni intermedi, nell'elettronica, nell'elettrotecnica e nella meccanica. Così come per l'indicatore di concorrenza qualitativa potenziale, i settori meno interessati dalle pressioni competitive tedesche nella seconda metà degli anni Duemila sono stati l'alimentare, il mobile e la moda.

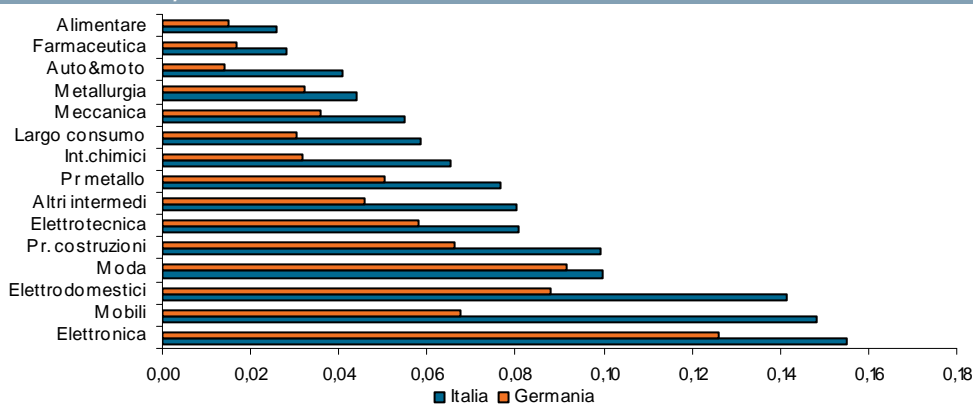
Tab. 4 - Grado di concorrenza: capacità del competitor di sottrarre quote di mercato al paese esportatore

Paese esportatore:	Competitor:							
	Italia		Germania		Cina		Francia	
	2002-05	2006-09	2002-05	2006-09	2002-05	2006-09	2002-05	2006-09
Italia	-	-	0,077	0,070	0,060	0,066	0,052	0,045
Germania	0,030	0,027	-	-	0,031	0,039	0,033	0,029
Cina	0,014	0,013	0,018	0,018	-	-	0,013	0,012
Francia	0,047	0,046	0,079	0,074	0,048	0,055	-	-

Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

E' inoltre evidente come nel corso degli anni Duemila sia significativamente aumentata la concorrenza esercitata dalla Cina su Germania, Francia e Italia. Per le produzioni italiane, in particolare, la concorrenza cinese si è portata molto vicino ai livelli assunti da quella tedesca, assumendo un'intensità superiore alla concorrenza esercitata sempre dalla Cina sulle produzioni francesi e tedesche. I settori italiani più colpiti dalla concorrenza cinese sono stati l'elettronica, i beni del sistema casa (mobili, elettrodomestici, prodotti e materiali da costruzione), il sistema moda (Fig. 20). La concorrenza cinese sulla Germania si è concentrata su questi stessi settori, ma in nessun caso è stata superiore a quella esercitata sui prodotti italiani. Essa, inoltre, si è collocata su livelli relativamente bassi nei settori in cui la Germania mostra una spiccata specializzazione (su tutti la meccanica e gli autoveicoli e motocicli).

Fig. 20 - Grado di concorrenza della Cina: capacità della Cina di sottrarre quote di mercato a Germania e Italia, 2006-'09



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Dall'analisi emerge dunque come la crescente affermazione sui mercati mondiali della Cina si sia tradotta in una crescente concorrenza esercitata sulle esportazioni delle economie avanzate. La Germania non si è sottratta alla concorrenza cinese anche se rispetto soprattutto all'Italia sembra aver contenuto meglio la perdita di quote di mercato a favore del colosso cinese. Ciò può riflettere, oltre a differenze significative in termini di specializzazione produttiva, anche gli sforzi intrapresi dal tessuto produttivo tedesco per riposizionare verso l'alto la qualità della produzione, così come è emerso nei paragrafi precedenti. Dal canto suo l'Italia nel corso degli anni Duemila sembra essersi trovata sempre più nella morsa dei due colossi mondiali, Cina e Germania. Da un lato la Cina ha messo sotto pressione oltre all'elettronica le tipiche produzioni del *made in Italy* (sistema casa e sistema moda), dall'altro la Germania ha esercitato forti pressioni competitive sui restanti settori italiani (meccanica, elettrotecnica, farmaceutica, largo consumo, beni intermedi).

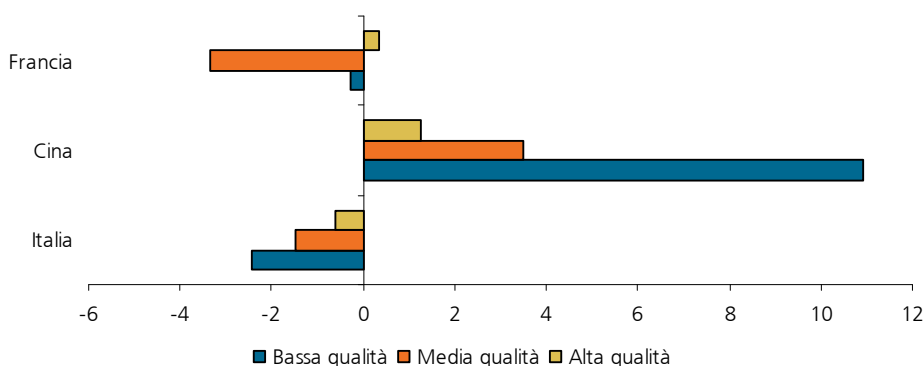
Italia e Cina in Germania: produttori italiani spiazzati?

La Germania è uno dei mercati in cui la concorrenza cinese ha sottratto importanti quote di mercato alla nostra industria. Tra il 2001 e il 2009, infatti, l'Italia, al pari della Francia, ha registrato una significativa perdita di mercato in Germania (Tab. 5), mentre la Cina è riuscita a più che raddoppiare la sua presenza. Nel 2009 la quota di mercato cinese si è portata al 9,2%, superando di slancio quella francese e italiana. La performance cinese è spiegata principalmente dall'affermazione nelle produzioni di bassa qualità e, in misura inferiore, in quelle di qualità media. Anche nella fascia di qualità elevata tuttavia la Cina ha registrato progressi significativi, pur rimanendo la sua quota su livelli relativamente contenuti e inferiori a quelle di Italia e Francia. Se si osserva l'evoluzione delle quote italiane in Germania per fasce di qualità è subito evidente come le perdite dei produttori italiani siano una funzione crescente dei guadagni dei produttori cinesi (Fig. 21): gli arretramenti italiani sono infatti molto elevati nella fascia di bassa qualità; il calo italiano però ha riguardato anche le produzioni di media qualità e, seppure in misura contenuta, anche quelle di alta qualità.

	Bassa qualità		Media qualità		Alta qualità		Totale	
	2001	2009	2001	2009	2001	2009	2001	2009
Italia	9,8	7,3	8,2	6,7	6,4	5,8	8,2	6,6
Cina	6,6	17,5	3,6	7,1	2,1	3,4	4,1	9,2
Francia	8,0	7,7	14,0	10,6	7,4	7,7	10,1	8,6

Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Fig. 21 - Variazione delle quote di mercato per fasce di qualità tra il 2001 e il 2009



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

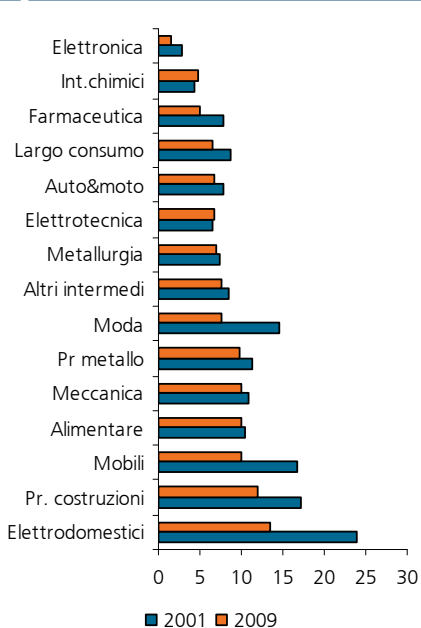
L'effetto di spiazzamento causato dalla concorrenza cinese in Germania alle produzioni italiane può essere ulteriormente esplorato mettendo a confronto l'evoluzione delle quote di mercato in Germania di Italia e Cina per settore manifatturiero. E' da subito evidente come alla quasi generalizzata perdita di mercato italiana (Fig. 22) si sia contrapposto un altrettanto generalizzato guadagno cinese (Fig. 23). L'arretramento italiano ha riguardato soprattutto alcune importanti produzioni del *made in Italy*, legate al sistema casa (elettrodomestici, prodotti e materiali da costruzione, mobili) e al sistema moda. Peraltro, sono proprio questi i settori che, insieme all'elettronica²², hanno visto l'affermazione maggiore da parte del colosso cinese. L'Italia è riuscita a tenere nella filiera metalmeccanica (metallurgia, prodotti in metallo, meccanica, autoveicoli e motocicli e, al loro interno, i produttori di componenti dell'*automotive*) e a guadagnare quote di mercato negli intermedi chimici²³ e nell'elettrotecnica. In questi settori,

²² E' da sottolineare come, soprattutto in un settore come l'elettronica, una parte delle esportazioni cinesi sia da attribuirsi a flussi di ritorno di prodotti fabbricati in Asia nei siti produttivi delle multinazionali tedesche.

²³ Grazie anche agli scambi intra-gruppo delle multinazionali tedesche presenti in Italia.

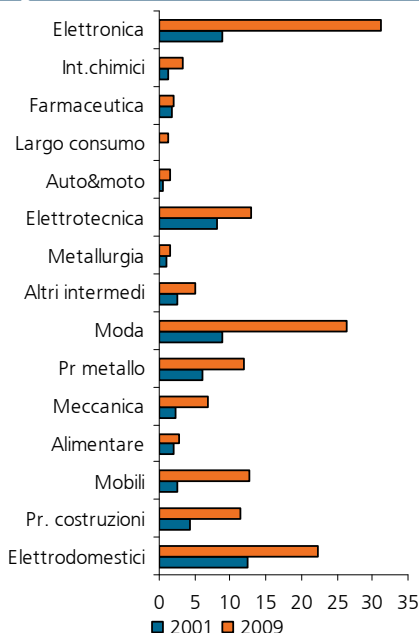
pertanto, l'industria italiana, nonostante la forte concorrenza cinese, è riuscita a confermarsi altamente competitiva, rimanendo e/o riuscendo a inserirsi nelle filiere produttive tedesche grazie anche a notevoli progressi sul fronte qualitativo, evidenti dal peso crescente dell'export di prodotti appartenenti alla fascia di qualità elevata.

Fig. 22 - Quote di mercato italiane in Germania



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

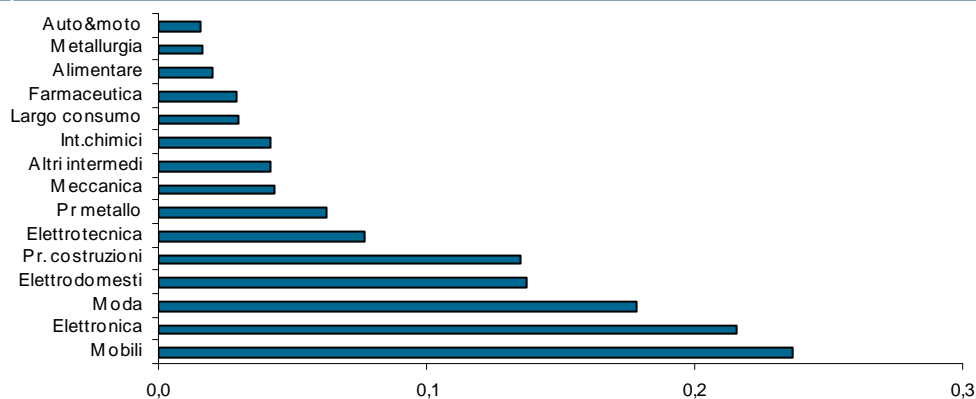
Fig. 23 - Quote di mercato cinesi in Germania



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Quanto emerso trova conferma nell'indicatore sintetico che misura il grado di concorrenza esercitata nel corso degli anni Duemila dalle produzioni cinesi sulle esportazioni italiane in Germania. L'indicatore assume valori elevati, oltre che per l'elettronica, per i settori del mobile, della moda, degli elettrodomestici e per i prodotti e materiali da costruzioni (Fig. 24). Sono questi i settori dove i produttori cinesi hanno sottratto maggiori quote di mercato agli italiani. La pressione competitiva cinese, al contrario, è stata relativamente più bassa per il settore alimentare, la meccanica, la filiera degli intermedi e l'automotive e la componentistica per auto.

Fig. 24 - Grado di concorrenza della Cina sull'Italia in Germania: capacità della Cina di sottrarre quote di mercato all'Italia sul mercato tedesco



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati BACI

Conclusioni

Il confronto Italia-Germania proposto in questo lavoro consente di far luce sui molti punti di forza (più o meno noti), ma anche sui ritardi e sulle criticità del nostro tessuto produttivo.

Il quadro che emerge vede la nostra industria, coerentemente con una struttura produttiva più frammentata e caratterizzata dalla presenza di numerose PMI, assumere un atteggiamento “più tattico”, che punta a cogliere, anche grazie a una maggiore diversificazione di prodotto della propria offerta, opportunità di nicchia anche temporanee in numerosi mercati, senza tuttavia riuscire a dare la stessa continuità “tedesca” alle proprie relazioni commerciali.

Gli sforzi di riposizionamento, dal punto di vista geografico, ma anche qualitativo, delle nostre esportazioni sono stati, tuttavia, notevoli negli ultimi anni. La somiglianza, sia dal punto di vista produttivo che da quello geografico, tra la struttura delle esportazioni tedesche e italiane è, infatti, aumentata nel corso degli anni. Le imprese italiane hanno fortemente intensificato la loro capacità di servire mercati nuovi, dall’Est Europa, al Medio Oriente e Nord Africa, all’Asia, incrementando le opportunità di cogliere spazi di domanda anche in contesti più lontani e difficili e ad alto potenziale.

L’importanza dei nuovi flussi, unita al ruolo più elevato dei nuovi mercati, suggerisce una maggiore capacità (ma anche volontà e talvolta necessità data anche la ridotta dinamicità della domanda interna) da parte degli esportatori italiani di intercettare e rispondere a ogni opportunità di domanda, per quanto modesta e spesso non duratura, anche in virtù di una maggiore diversificazione di prodotto e di dimensioni medie più piccole che consentono una maggiore flessibilità operativa. Le imprese italiane si dimostrano in tal modo altamente dinamiche anche se spesso, aggredendo i mercati individualmente e non a livello di sistema, creano poche esternalità positive per l’intero tessuto produttivo italiano.

Il “modo italiano” di stare sui mercati non ha posto le imprese italiane al riparo dalla concorrenza della Cina, che nel corso degli anni Duemila è divenuto il nostro principale competitor, dopo la Germania. Da un lato la Cina ha messo sotto pressione oltre all’elettronica le tipiche produzioni del *made in Italy* (sistema casa e sistema moda), dall’altro la Germania ha esercitato forti pressioni competitive sui restanti settori italiani (meccanica, elettrotecnica, farmaceutica, largo consumo, beni intermedi). La Germania non si è sottratta alla concorrenza cinese anche se, rispetto soprattutto all’Italia, sembra aver contenuto meglio la perdita di quote di mercato a favore del colosso cinese. Le imprese tedesche, grazie anche a dimensioni aziendali maggiori, sono state in grado di reggere il passo sui mercati internazionali a fronte della rapida ascesa dei prodotti cinesi, diventando - di fatto - partner privilegiato del gigante asiatico in una serie di produzioni. La Germania ha mostrato inoltre un comportamento più strategico, orientato verso una maggiore capacità di radicamento e un’alta stabilità nella propria presenza commerciale in grandi paesi, come la Cina, e in grandi direttrici tecnologiche, dalla meccanica all’elettronica. Ciò è stato possibile anche grazie a notevoli sforzi sul fronte della qualità, che hanno portato questo paese a consolidare la sua leadership nella produzione di beni di alta qualità.

In assenza di modificazioni importanti nel “modello italiano” di approcciare i mercati esteri, molti risultati colti nel recente passato rischiano, tuttavia, di rimanere fragili e più esposti all’incremento della concorrenza, attesa non arrestarsi anche nei prossimi anni. Riconquistare, come nel caso dei mercati maturi (in particolare per i beni di consumo dove più consistente è stata l’erosione subita da parte dei prodotti cinesi), o conquistare ex-novo, come nel caso dei paesi emergenti, spazi di mercato può rivelarsi, infatti, più complesso per chi non si è stabilmente radicato, costruendo relazioni durature anche attraverso onerosi investimenti.

Il “modello tedesco”, che comporta l’assunzione di scelte strategiche e costose, ha dimostrato negli ultimi anni di essere vincente per un apparato produttivo caratterizzato da grandi soggetti (che si possono permettere investimenti dal rendimento di medio periodo) e da una elevata coesione di sistema. Difficilmente può essere importato *tout court* nel contesto italiano, che presenta una elevata eterogeneità e un numero più elevato di esportatori, anche di piccole e piccolissime dimensioni. Queste caratteristiche rendono, peraltro, assai difficile realizzare politiche di accompagnamento efficaci che, invece, nel caso tedesco sono spesso mirate a specifiche filiere e a grandi mercati esteri.

Negli ultimi anni alcune imprese italiane, strette tra la concorrenza tedesca sui prodotti di fascia alta e quella cinese sui prodotti di fascia bassa e media, hanno iniziato ad adottare un modello operativo più simile a quello tedesco, cogliendone gli aspetti positivi di radicamento e di maggiore stabilità che, consente, nel medio termine di ottenere risultati migliori e ripagare, in questo modo, gli investimenti fatti inizialmente. Si tratta, per ora, di un nucleo ristretto di operatori: come recentemente certificato dall’Istat²⁴, i risultati complessivi delle nostre esportazioni sono ancora condizionati, in negativo nelle fasi di discesa e in positivo in quelle di recupero, dai processi di riduzione ed espansione del numero degli esportatori, in particolare quelli più piccoli (micro-operatori, con esportazioni inferiori ai 75.000 euro annui). Il nucleo di soggetti che operano in modo più strategico può, però, costituire un traino importante, sia perché spesso capofila di filiere di produttori *made in Italy*, sia perché la maggiore stabilità e persistenza delle loro performance consente di guadagnare spazi rispetto a operatori più fragili, proseguendo il processo di graduale selezione e riposizionamento del nostro manifatturiero che, come mostrato, ha portato a un aumento della qualità delle nostre produzioni sui mercati esteri. Tale processo potrebbe essere accelerato, con benefici per l’intero sistema paese, attraverso l’adozione di *policy* che incentivino comportamenti virtuosi, in particolare la crescita dimensionale, necessaria per operare “in modo tedesco”, oppure da una maggiore consapevolezza di sistema sul ruolo importante che possono avere sforzi mirati, continui nel tempo e, soprattutto, coesi su un numero limitato di paesi. Più complesso prevedere *policy* selettive a livello di settore a causa soprattutto dell’elevata eterogeneità e ricchezza settoriale del tessuto produttivo italiano. Anche in questo caso tuttavia è auspicabile una maggiore coesione, prevedendo mirate azioni a livello di filiera produttiva nazionale e non invece azioni individuali attivate da singole realtà locali.

²⁴ Istat (2011).

Bibliografia

Amighini A., Chiarlone S., 2003, "Rischi e opportunità dell'integrazione commerciale cinese per la competitività internazionale dell'Italia", CESPRI Working Paper 149.

Amurgo-Pacheco A. e Pierola M.D., 2008, "Patterns of export diversification in developing countries: intensive and extensive margins", Policy Research Working Paper, The World Bank, gennaio.

Besedes T. e Prusa T.J., 2007, "The role of extensive and intensive margins and export growth", NBER Working Paper, novembre.

Borin A. e M. Lamieri, 2007, Misurare la qualità dei beni nel commercio internazionale, in Lanza e Quintieri (2007).

Cheptea A., Fontagné L., Zignago S., 2010, "European Export Performance", Document de travail, CEPII, wp n. 2010-12.

de Nardis S., Trau' F., 1998, "Specializzazione settoriale e qualità dei prodotti: misure della pressione competitiva", CSC Working Paper n. 17.

de Nardis, S. e F. Traù, 2005, Il modello che non c'era. L'Italia e la divisione internazionale del lavoro industriale, Collana ICE – Fondazione Masi, Soveria Mannelli, Rubbettino.

Federal Ministry of Economics and Technology, 2010, "Germany as a competitive industrial nation, Bulding on strengths – Overcoming weaknesses – Securing the future", Berlino, ottobre.

Fondo Monetario Internazionale (FMI), 2011, "Asia and Pacific - Managing the Next Phase of Growth", World Economic and Financial Surveys - Regional Economic Outlook, aprile.

Foresti G., 2004, "An attempt to explain the Italian export market share dynamics during the Nineties", CSC Working Paper n. 47.

Gaulier G. e Zignago S., 2010, "BACI: International Trade Database at the Product-level The 1994-2007 Version, CEPII, wp n.2010- 23.

Intesa Sanpaolo-Prometeia, 2006, "Strategie di ricomposizione dell'export e risultati sui mercati mondiali: un confronto tra Italia e Germania", Analisi dei Settori Industriali, maggio.

Istat, 2011, Rapporto Annuale 2010, maggio.

Lanza A. e B. Quintieri (a cura di), 2007, Eppure si muove. Come cambia l'export italiano, Collana ICE – FondazioneMasi, Soveria Manelli, Rubettino.

Intesa Sanpaolo Servizio Studi e Ricerche - Responsabile Gregorio De Felice		
Industry & Banking		
Fabrizio Guelpa	0287962051	fabrizio.guelpa@intesasanpaolo.com
Industry		
Stefania Trenti	0287962067	stefania.trenti@intesasanpaolo.com
Giovanni Foresti	0287962077	giovanni.foresti@intesasanpaolo.com
Serena Fumagalli	0287932270	serena.fumagalli@intesasanpaolo.com
Caterina Riontino	0280215569	caterina.riontino@intesasanpaolo.com
Ilaria Sangalli	0280215785	ilaria.sangalli@intesasanpaolo.com
Assistenti di Ricerca		
Maria Cristina De Michele	0287963660	maria.demichele@intesasanpaolo.com
Angelo Palumbo	0287935842	angelo.palumbo@intesasanpaolo.com
Banking		
Elisa Coletti	0287962097	elisa.coletti@intesasanpaolo.com
Maria Giovanna Cerini	0287962078	maria.cerini@intesasanpaolo.com
Marco Lamieri	0287935987	marco.lamieri@intesasanpaolo.com
Tiziano Lucchina	0287935939	tiziano.lucchina@intesasanpaolo.com
Finanza e Servizi Pubblici Locali		
Laura Campanini	0287962074	laura.campanini@intesasanpaolo.com

Editing: Monica Bosi

Avvertenza Generale

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo.