



L'internazionalizzazione delle imprese manifatturiere italiane durante la crisi: vincitori e vinti nel mercato globale

Stefano Costa

Istat - Dipartimento per i conti nazionali e le statistiche economiche

Firenze, 29 Novembre 2013

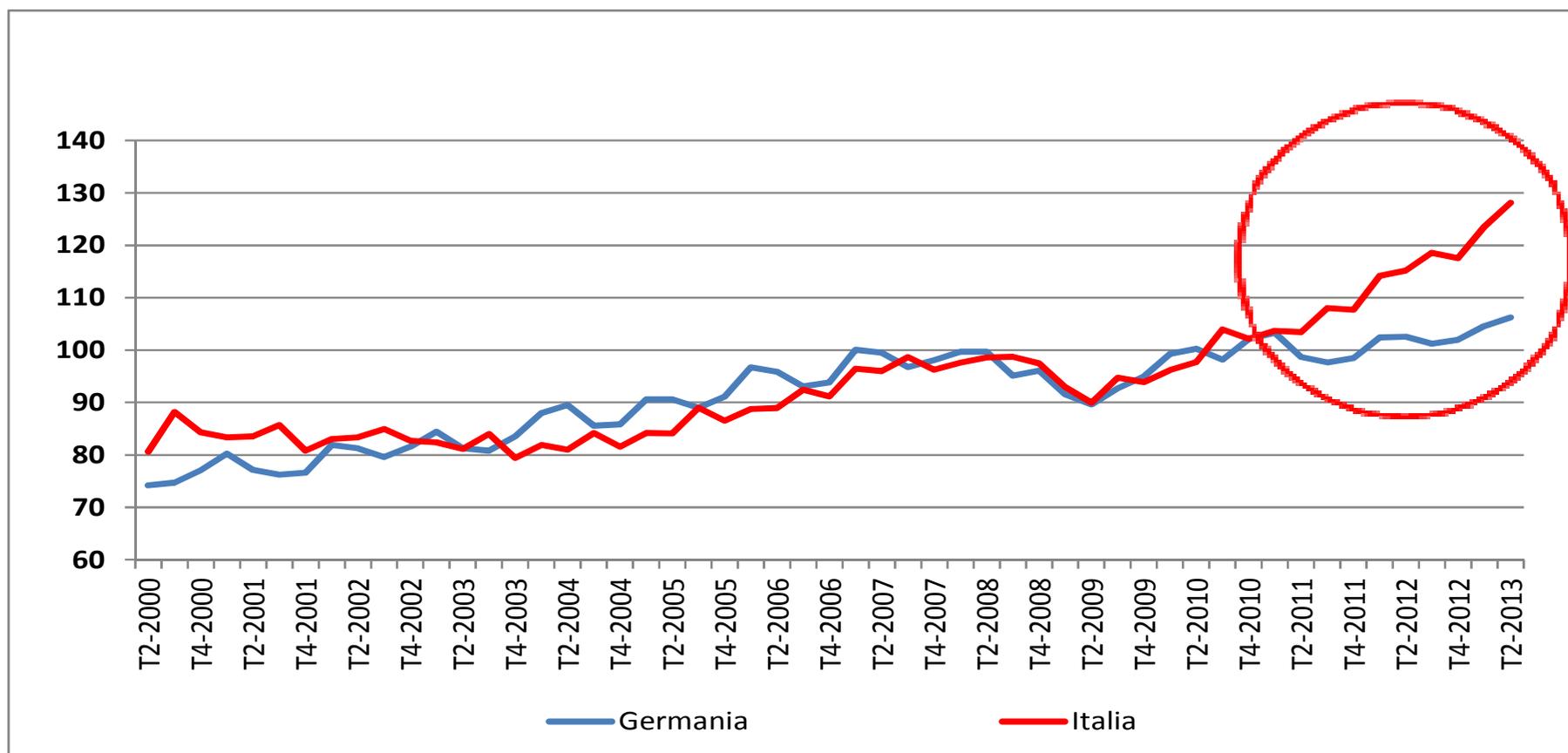
L'export come volano della crescita

- Nello scenario attuale e dei prossimi anni, la capacità di intercettare la **domanda estera** costituirà ancora uno dei principali (l'unico?) fattori di crescita
- L'analisi delle **modalità di internazionalizzazione** delle imprese italiane, la dimensione del fenomeno, le tendenze in atto e l'impatto sulla performance aziendale rappresentano aspetti sempre più rilevanti, non solo per l'**analisi** economica ma anche per l'identificazione di strumenti di **policy** adeguati.

Strategie e ostacoli all'espansione internazionale

- Si è aperto un rilevante **gap tra domanda estera e domanda interna**.
- Negli ultimi tre anni il ruolo della domanda estera è divenuto cruciale.

Figura 2 – Rapporto tra indici del fatturato estero e interno nelle imprese manifatturiere italiane e tedesche – 2010=100 – Dati trimestrali destagionalizzati – 2000.Q1-2013.Q2



SOMMARIO

- **Il contesto:** le tendenze del settore manifatturiero
- I **profili strategici** d'impresa prevalenti nell'industria italiana: il ruolo della proiezione internazionale
- I **modelli di internazionalizzazione** delle imprese manifatturiere italiane: la mappa del fenomeno, la sua evoluzione, l'effetto sulla performance
- **Strategie e ostacoli all'espansione sui mercati esteri** nella percezione delle imprese
- Le **imprese esportatrici nel 2010-2013:** dimensione, impatto e profilo delle imprese vincenti e perdenti

Le analisi presentate sono in gran parte basate su rielaborazioni di ampie basi di dati microeconomici recentemente costruite dall'Istat come risposta alle crescenti esigenze informativo-analitiche sul fenomeno dell'internazionalizzazione.

Performance economica

- **2001-2012:** +1,6% *complessivo* del **Pil** (FR: +13,5%; DE: +14,3%) -1% medio annuo del **valore aggiunto reale** (+1,5% la Germania; +0,1% la Francia; -1% la Spagna); debole crescita della **produttività del lavoro** (+0,6%), nettamente inferiore a quella delle altre grandi economie (tutti i principali paesi oltre il 2%) (*).
- Pre-crisi (**2001-2007**): **+1,1% del valore aggiunto reale** (più di Spagna e Regno Unito, di poco inferiore al +1,4 francese, ma lontano dal +3,2% tedesco). Italia caso unico di **aumento dell'occupazione**. Debole la dinamica della produttività. Nel 2007 aumento della quota dell'Italia sull'export mondiale.
- Post-crisi (**2007-2012**): crollo del **valore aggiunto** (-3,4%, il peggiore tra i grandi paesi UE); perdita dell'80% della crescita realizzata tra il 2000 e il 2007 (*).
- **2013:** -1,9% del **Pil** nel terzo trimestre; -3,9% nella **produzione industriale** (gen.-set.2013/gen.-set.2012); problemi di tenuta dell'**export** (-0,3% gen.-set.2013/gen.-set.2012; -3,2% verso DE e -2,9% verso FR, che spiegano quasi il 25% della domanda estera dell'Italia).
- **Previsioni:** +0,7% del **Pil** nel 2014; lieve aumento della domanda estera e dell'export

Tendenze dell'industria manifatturiera

9°Censimento dell'industria e dei servizi: nel 2011 attive circa 422 mila imprese manifatturiere, con 3,9 milioni di addetti.

- Rispetto al 2001: riduzione di 105mila imprese (-19,9%) e di circa 920mila addetti (-19,1%).
- **Calo occupazionale omogeneo** tra tutte le classi dimensionali d'impresa.
- La dimensione media è rimasta stabile (da 9,1 a 9,2 addetti per impresa).
- Il peso occupazionale delle grandi imprese (250+ addetti) è pari a circa un quarto del totale (lieve aumento rispetto al 2001).

- La recessione avviatasi nel 2008 ha determinato enormi pressioni sull'apparato manifatturiero: 
- **Struttura organizzativa e strategie d'impresa continuano a modificarsi**, con ricadute sulla flessibilità produttiva, sull'orientamento degli investimenti, sul posizionamento delle singole unità all'interno delle "catene del valore" 
- **Esigenza di informazioni statistiche complesse:**
 - a. parte del **censimento dell'industria e dei servizi** approfondisce aspetti di misurazione degli elementi di modernizzazione e competitività del sistema produttivo
 - b. Base dati integrata sulle **modalità di internazionalizzazione** delle imprese e impatto sulla performance
 - c. Base dati integrata sulla **performance esportativa** delle imprese

La rilevazione diretta sulle imprese

- **7 TEMI:** 1) Proprietà/controllo/gestione; 2) Risorse umane; 3) Relazioni; 4) Mercato; 5) Innovazione; 6) Finanza; 7) Internazionalizzazione.
- Si individuano **tre “profili strategici”**.

Prospetto 1

Principali profili strategici delle imprese italiane – 2011

DINAMISMO	INTERNAZIONALIZZAZIONE	COMPLESSITA' ORGANIZZATIVA
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Innovazione di prodotto o di servizio</i> • <i>Mercati di riferimento (locale, nazionale, internazionale)</i> • <i>Innovazione di processo</i> • <i>Innovazione di marketing</i> • <i>Innovazioni organizzative</i> • <i>Strategie volte ad accedere a nuovi mercati</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Il mercato di riferimento è internazionale</i> • <i>Esportazioni</i> • <i>Innovazioni organizzative</i> • <i>Relazioni con le imprese estere</i> • <i>Strategie volte ad aumentare le attività all'estero</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Gestione di tipo manageriale</i> • <i>Appartenenza a un gruppo</i> • <i>Controllo familiare</i> • <i>Assunzione di personale ad elevata qualifica</i> • <i>Qualità dei prodotti</i> • <i>Accordi di tipo formale (esclusi subfornitura e commessa)</i>

- La combinazione di questi profili consente di «mappare» il sistema delle imprese manifatturiere in base al loro **orientamento strategico**.

Profili strategici

INDIVIDUATE 5 TIPOLOGIE DI IMPRESE

Caratteristiche e profili strategici delle imprese manifatturiere - Anno 2011

Cluster	Imprese	% di imprese	Dimensione media (addetti)	Produttività (a)	Profili strategici (b)			Orientamento strategico prevalente	Mercato geografico di riferimento
					Dinamismo	Proiezione estera	Complessità organizzativa		
Piccolo cabotaggio	150.075	63,5	7,7	35,5	17,1	9,4	5,1	Tutela della quota di mercato	Locale/ Nazionale (d)
Internazionali tascabili	50.451	21,4	21,1	49,9	45,3	59,4	9,8	Accesso ai mercati; tutela della quota di mercato	Internazionale
Dinamiche spinte	16.345	6,9	20,7	48,4	80,8	23,4	9,0	Ampliamento gamma di prodotti/servizi;	Nazionale/Internazionale
Conservatrici	16.037	6,9	26,6	62,4	26	15,1	31,4	Tutela della quota di mercato	Nazionale
Unità complesse	3.390	1,5	167,4	77,3	54,5	45,2	68,7	Tutela della quota di mercato; ampliamento gamma dei prodotti/servizi	Internazionale
Totale	236.398	100,0	15,0	44,3	28,7	21,9	9,0		

Fonte: Istat, Rapporto annuale sulla situazione del Paese nel 2012. Elaborazioni su dati provvisori del Censimento dell'industria e dei servizi

(a) Valore aggiunto per addetto (media in migliaia di euro). Il dato si riferisce al 2010.

(b) Indici normalizzati a 100. I valori variano tra un minimo di 0 e un massimo di 100, a seconda dell'intensità con cui il profilo strategico caratterizza il singolo gruppo di imprese.

(d) Locale = area di mercato comunale o regionale.

Profili strategici

- **La proiezione internazionale** caratterizza almeno due ampi segmenti manifatturieri:
 1. **“Unità complesse”**: circa **3.400** imprese (1,5%), prevalentemente **grandi**, che occupano oltre 500 mila addetti;
 2. **“Internazionali tascabili”** - circa **50mila** imprese, un milione di addetti complessivi.
 - *Prevalentemente **piccole e medie imprese** (21,1 addetti in media), a **bassa complessità organizzativa**, ma **dinamiche e internazionalizzate**.*
 - *Il livello di **produttività** del gruppo è superiore a quello complessivo, ma la **crescita** degli addetti è stata contenuta tra il 2007 e il 2010 (effetto della prima crisi, che ha colpito prevalentemente l'export).*
 - *presenze significative di imprese della **manifattura tradizionale** (pelli e cuoio, bevande e abbigliamento) accanto ai **macchinari** (oltre un terzo delle imprese del settore), **all'elettronica** e alla fabbricazione di **autoveicoli**.*

- Le **strategie** d'impresa sembrano crescere d'importanza, nello spiegare la performance, rispetto ai fattori strutturali legati a dimensione e settore.

Forme d'internazionalizzazione delle imprese manifatturiere - 1

Queste evidenze suggeriscono di approfondire l'analisi delle **modalità di internazionalizzazione delle imprese**, in particolare tra il **2007** e il **2010** (a cavallo degli anni più difficili della prima crisi)

- Costruzione, per gli anni **2007** e **2010**, di una **complessa e innovativa base dati**, che integra indagini statistiche e dati amministrativi. Osservazioni su oltre **44.000 imprese** attive in entrambi gli anni, che nel 2010 impiegavano circa 2,2 milioni di addetti.
- Costruzione di una **tassonomia delle forme di internazionalizzazione** delle imprese manifatturiere italiane: 7 classi mutuamente esclusive e rappresentative di altrettante modalità di operare sui mercati esteri.
- Percorso che procede **da forme di internazionalizzazione più elementari a strutture via via più complesse** (5 classi di internazionalizzazione commerciale e 2 di internazionalizzazione produttiva).

Forme d'internazionalizzazione delle imprese manifatturiere - 2

Tavola 3 - Caratteristiche strutturali delle imprese manifatturiere per forme di internazionalizzazione - Anno 2010

Forme di internazionalizzazione	Imprese		Addetti		Dimensione media	Fatturato medio	Produttività media	Profittabilità media	Grado medio di apertura
	numero	%	numero	%	(addetti)	(migliaia di euro)	(valore aggiunto per addetto)	(MOL/valore aggiunto)	(esportazioni /fatturato totale)
Controllo estero	1773	4,0	392511	17,5	221,4	87033,7	85,5	26,9	44,6
MNE	2230	5,1	366156	16,4	164,2	50322,0	70,9	32,1	47,8
Global	8358	18,9	714052	31,9	85,4	28102,1	62,8	32,9	49,7
Esportatori-importatori	14754	33,4	496159	22,2	33,6	9065,1	55,4	34,8	25,7
Importatori di beni intermedi	3435	7,8	76384	3,4	22,2	5476,3	51,6	38,9	0,0
Importatori di altri beni e servizi	1420	3,2	21338	1,0	15,0	3548,0	46,0	40,8	0,0
Solo esportatori	12173	27,6	170913	7,6	14,0	2293,6	43,1	34,3	17,7
Total	44143	100,0	2237512	100,0	50,7	15561,3	54,8	34,4	27,1

Fonte: ISTAT, Elaborazione su basedati micro COEFATS

- Prevale il modello di **esportatori-importatori** (33,4%). Poco più di un quarto (il 27,6%) sono imprese **solo esportatrici**; il 19% circa è **“global”** (cioè esporta in oltre cinque aree extra-Ue) e l'11% è **solo importatore** (di beni intermedi o finali) e vende esclusivamente sul mercato interno

Forme d'internazionalizzazione delle imprese manifatturiere - 2

- L'**internazionalizzazione produttiva** riguarda meno del 10% delle imprese (che però spiegano oltre un terzo degli addetti; un altro 32% afferisce alle **global**).
- Forme di internazionalizzazione più complesse → maggiore **produttività** (valore aggiunto per addetto), ma soprattutto a **presenza più estesa e articolata sui mercati esteri**.
- La **propensione all'export** è massima per le imprese «global» (49,7% del fatturato) e molto elevata per le multinazionali (47,8%). Per le imprese solo esportatrici è pari al 17,7%.
- L'**internazionalizzazione produttiva** è associata ad elevati flussi di export dall'Italia (non è solo distruzione di Pil).

Forme d'internazionalizzazione delle imprese manifatturiere - 3

- Le **multinazionali** sono quelle che più diversificano in termini di **numero di prodotti esportati** (37,6 a fronte degli 11 della media manifatturiera), **numero di settori presidiati con l'export** (6,6 contro una media del comparto pari a 2,7) e **numero di paesi di destinazione** delle esportazioni (34,5 a fronte del 12,2 della media manifatturiera).

Tavola 4 - Forme di internazionalizzazione e diversificazione produttiva nelle imprese manifatturiere - Anno 2010

Forme di internazionalizzazione	Diversificazione produttiva					
	Numero di settori in cui si esporta	Numero di settori da cui si importa	Numero di paesi in cui si esporta	Numero di paesi da cui si importa	Numero di prodotti esportati	Numero di prodotti importati
Controllo estero	4,9	7,8	24,8	10,7	24,2	46,2
MNE	6,6	6,5	34,5	10,4	37,6	31,3
Global	4,4	3,9	30,7	6,1	23,0	15,5
Esportatori-importatori	2,5	3,0	7,6	4,0	8,2	9,1
Importatori di beni intermedi	0,0	2,3	0,0	2,6	0,0	5,6
Importatori di altri beni e servizi	0,0	1,2	0,0	1,7	0,0	2,4
Solo esportatori	1,6	0,0	3,9	0,0	4,0	0,0
Totale	2,7	2,6	12,2	3,7	11,1	9,9

INTERNAZIONALIZZAZIONE SETTORIALE E PERFORMANCE (3)

Tavola 2.6 – Forme di internazionalizzazione e settori con migliore e peggiore performance in termini di variazione percentuale di addetti tra il 2007 e il 2010

SETTORI ATECO A 2 CIFRE (DIVISIONI)	Top performer		Bottom performer	
	Forma di internazionalizzazione	(a) Settori Ateco a 3 cifre (Gruppi)	Forma di internazionalizzazione	(a) Settori Ateco a 3 cifre (Gruppi)
Alimentari	Multinazionali	(+) Lattiero-caseario	Solo importatori	(-) Frutta e ortaggi
Bevande	Multinazionali	(+) Bevande	Solo esportatori	(+) Bevande
Tessile	Globali	(-) Finissaggio dei tessuti	Solo esportatori	(-) Fibre tessili
Abbigliamento	Globali	(+) Maglieria	Solo importatori	(-) Abbigliamento, escluso pelliccia
Pelle	Multinazionali	(+) Calzature	Solo importatori	(-) Cuoio, articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria, pellicce
Legno	Globali	(+) Prodotti in legno, sughero, paglia	Solo esportatori	(-) Taglio e piallatura
.....				
Macchinari	Multinazionali	(+) Macchine di impiego generale	Solo esportatori	(-) Altre macchine di impiego generale
Autoveicoli	Globali	(+) Parti e accessori per autoveicoli	Solo esportatori	(-) Parti e accessori per autoveicoli
Altri mezzi di trasporto	Globali	(+) Aeromobili e veicoli spaziali	Solo esportatori	(-) Navi e imbarcazioni
Mobili	Globali	(-) Mobili	Solo esportatori	(-) Mobili
Altre manifatturiere	Multinazionali	(+) Articoli sportivi	Solo esportatori	(-) Strumenti e forniture mediche e dentistiche
Commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli	Multinazionali	(+) Commercio di parti e accessori di autoveicoli	Solo esportatori	(-) Commercio di parti e accessori di autoveicoli
Commercio all'ingrosso	Globali	(+) Commercio all'ingrosso di apparecchiature ICT	Solo esportatori	(+) Intermediari del commercio
Commercio al dettaglio	Multinazionali	(+) Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati	Solo esportatori	(+) Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati

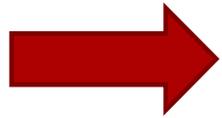
- Durante la crisi, in tutti gli ATECO-2 la forma di internazionalizzazione incide più dell'appartenenza settoriale sulla variazione di occupazione e valore aggiunto.
- In qualche caso (e dove c'è più di un sottosettore) questo vale anche a livello di ATECO-3, ad es. per Autoveicoli, Plastica, Carta, Apparecchi elettrici.

Forme d'internazionalizzazione delle imprese manifatturiere - 4

- ...ma quanto conta avere *già* adottato in precedenza un certo modello, e quanto invece *cambiarlo*? **Transizioni e permanenze**
- Tra il 2007 e il 2010 circa il **60%** delle imprese presenti in entrambi gli anni ha **mantenuto invariate** le proprie modalità di internazionalizzazione.
- Il **12%** delle imprese è transitato verso tipologie **meno evolute**, mentre oltre il **17%** si è spostato verso forme **più complesse**.

- **Effetto delle transizioni (2007 – 2010) sul valore aggiunto dell'impresa:**
 - **“solo esportatore” → “globale” : +4%**
 - **“globale” → “multinazionale” : +8%**
 - **“globale” → “solo esportatore” : -21%**

Strategie e ostacoli all'espansione internazionale

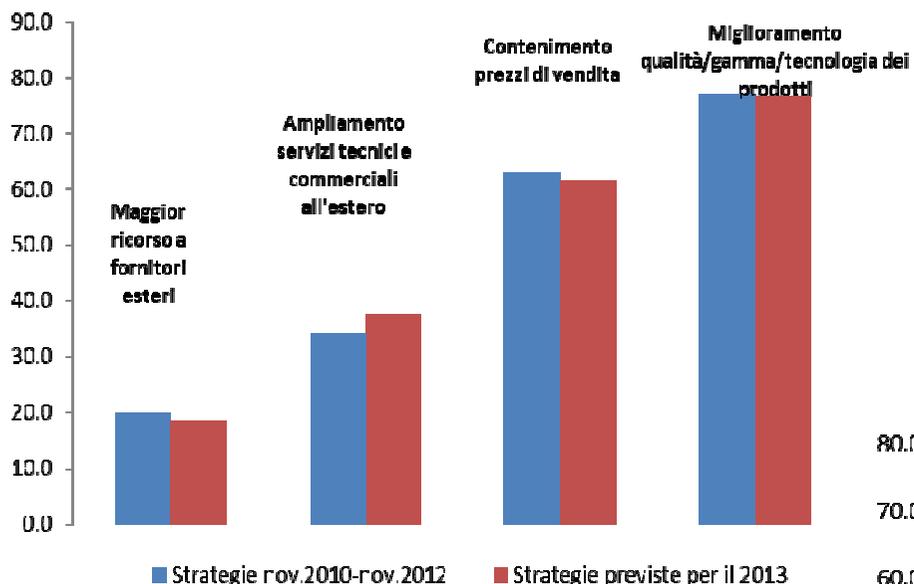


è utile estendere l'analisi a elementi **qualitativi**, quali l'esame diretto delle strategie adottate (e future) e degli ostacoli percepiti dalle imprese nel gestire la propria presenza sui mercati esteri.

Indagine statistica ad hoc su un campione di imprese esportatrici, effettuata dall'Istat alla fine del 2012.

EXPORT DELLA MANIFATTURA: STRATEGIE E OSTACOLI

Strategie adottate nel 2010-12 e da adottare nel 2013

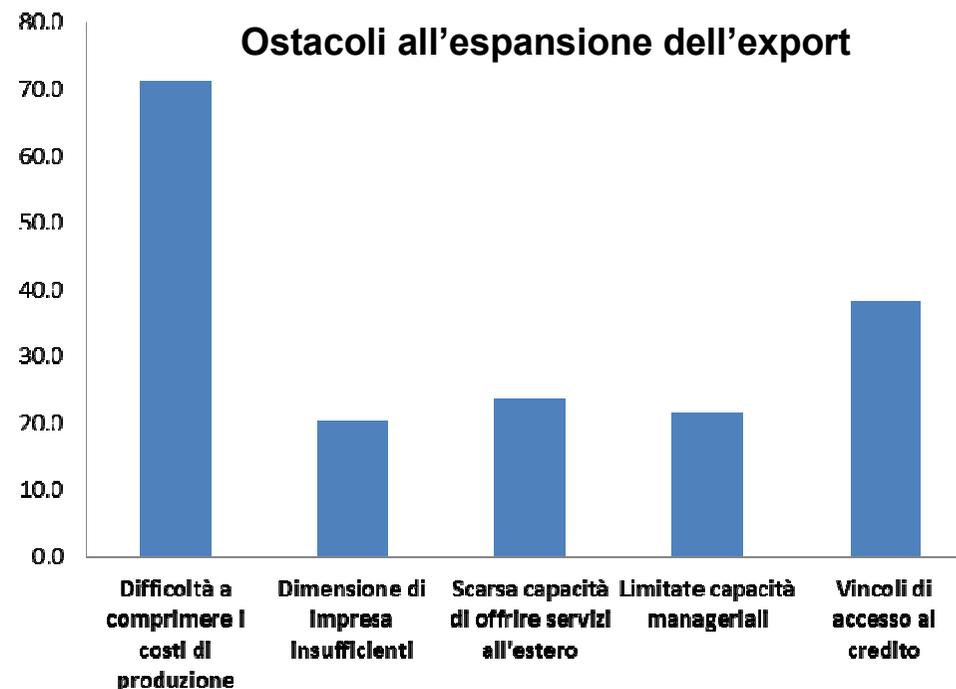


1. I principali ostacoli riguardano i **costi** di produzione (70% delle imprese) e **l'accesso al credito** (circa il 40%).

2. Poche imprese esportatrici si sentono "piccole" (20%). Succede al 24% delle piccole, al 20% delle medie e all'8% delle grandi.

1. Oltre il 75% delle imprese ha puntato su **strategie di prodotto** (qualità/gamma/ tecnologia) e il 60% sul **contenimento dei prezzi**.

2. Le imprese intervistate non pensano di modificare il proprio mix di strategie nel corso del 2013.



- 
- *Le **dimensioni** sono percepite come ostacoli dal 20% delle imprese;* Quando le dimensioni aziendali sono percepite come un ostacolo “molto” o “abbastanza” rilevante all’aumento delle esportazioni, **questo è legato a dichiarazioni sulla limitate capacità manageriali, a volte indipendentemente dalla presenza di un’elevata domanda estera**
-

Vincenti e perdenti nell'export nel periodo 2010-2013

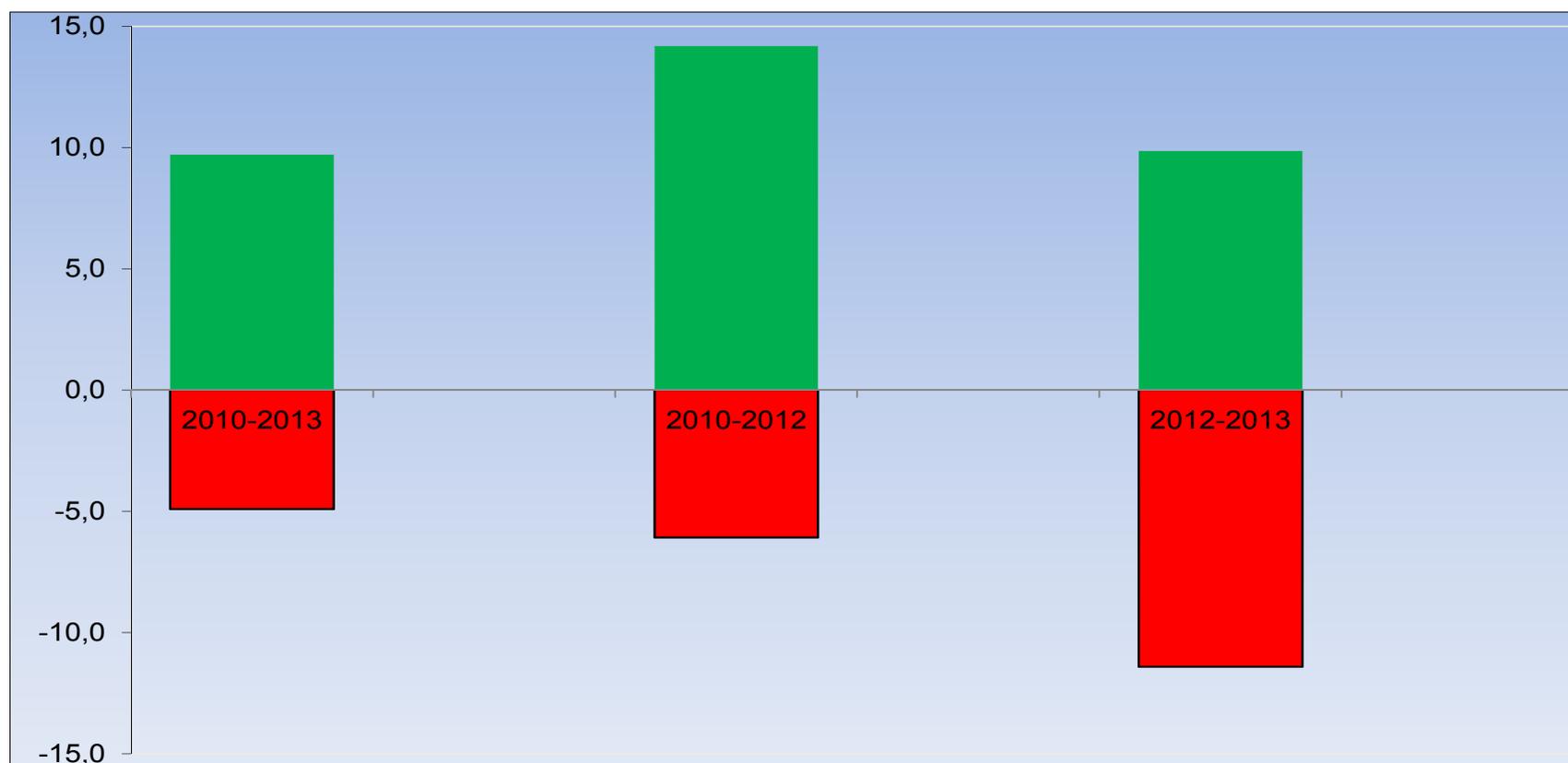
Importanza dell'analisi delle dinamiche individuali delle imprese esportatrici, a complemento dei segnali che provengono dalle statistiche congiunturali sui flussi commerciali con l'estero.

- **Panel di 29mila imprese manifatturiere persistentemente esportatrici nel periodo 2010-2013** (gennaio-maggio di ogni anno).
- **Copertura:** 241 miliardi di export nel 2010 (**91% del totale**) e 108 miliardi nei primi cinque mesi del 2013.
- **Classificazioni:** imprese distinte in classi di propensione all'export (fatturato esportato/totale): <20% ("bassa"); 20-60% ("media"); >60% ("alta"), per classi di addetti, settore, territorio, profilo economico, caratteristiche delle esportazioni (prodotti, mercati).
- **Struttura dimensionale:** 6 mila microimprese (con meno di 10 addetti), 16 mila piccole imprese (10-49 addetti), 6 mila medie imprese (50-249 addetti) e 1.200 grandi imprese.

Vincenti e perdenti nell'export nel periodo 2010-2013

Un *primo risultato* dalla scomposizione della dinamica complessiva dell'export nei **contributi (positivi) delle imprese in espansione e (negativi) di quelle in flessione:**

Rispetto alla tendenza degli ultimi tre anni, **nel 2013 emerge un forte peggioramento del contributo negativo** delle imprese in flessione di export e un **ridimensionamento** di quello delle imprese in espansione.



Vincenti e perdenti nell'export nel periodo 2010-2013

Un **secondo risultato** è l'individuazione dei fattori che accompagnano il successo e la sofferenza competitiva, a partire da 4 segmenti di imprese:

Le imprese del panel sono state suddivise in 4 gruppi:

1. export in **crescita in entrambi i periodi** 2010-2012 e 2012-2013:

• 8.900 imprese, 31% del totale; 45% dell'export.

2. export in **flessione in entrambi i periodi** 2010-2012 e 2012-2013:

• 4.500 imprese, 16% del totale 7,5% dell'export;

3. export in **flessione nel 2010-2012 e in crescita nel 2012-2013**:

• 5.900 imprese, 20% del totale; 13% dell'export.

4. export in **crescita nel 2010-2012 e in flessione nel 2012-2013**:

• 9.600 imprese, 33% del totale, 35% dell'export.

Vincenti e vinti nell'export nel periodo 2010-2013

Caratteristiche delle imprese «vincenti» (sempre in crescita):

- Le **strategie** risultano più rilevanti dei fattori strutturali: è fondamentale operare su scala globale, **più estensivamente che intensivamente**.
- Le imprese «vincenti»:
 - a. già nel 2010 operavano su almeno 5 aree extra-Ue (erano **“global”**);
 - b. hanno presidiato un numero crescente di **mercati** e hanno offerto un numero crescente di **prodotti**;
 - c. hanno accompagnato l'eventuale aumento del peso delle vendite **nell'extra-Ue** a un aumento dei mercati serviti (il solo rivolgersi all'extra-ue non ha un effetto positivo).
- Sul piano **strutturale**, l'impresa sempre crescente è per lo più medio-grande, del centro-nord, attiva nei settori alimentari, delle bevande e della farmaceutica.

Conclusioni - 1

- La capacità delle imprese manifatturiere italiane di **presidiare i mercati internazionali** è un fattore sempre più cruciale per la loro competitività e per la crescita generale.
- Sforzo della statistica ufficiale nel qualificare gli **indicatori aggregati** con evidenze basate su **dati individuali** d'impresa.
- Si osserva che **la questione non è solo «se», ma anche «come» partecipare all'attività internazionale**
- **Avere adottato** forme di internazionalizzazione più complesse si associa a migliori performance
- Gli **spostamenti** verso forme più complesse hanno inciso positivamente sulla variazione di occupazione e valore aggiunto, in qualche caso in modo proporzionale all'entità del «salto».
- In un contesto strategico focalizzato sul prodotto e sul contenimento dei prezzi, la **compressione dei costi** di produzione e l'**accesso al credito** rappresentano oggi (più delle sole **dimensioni**) i maggiori ostacoli all'espansione dell'export nella manifattura.
- ***Per non «sentirsi piccoli» sui mercati esteri è necessario sviluppare **capacità manageriali** e/o esplorare **soluzioni aggregative**.***

Conclusioni - 2

- Indicazioni:
 - **Piano strutturale** - *Importanza di sostenere la transizione delle imprese verso forme più complesse di internazionalizzazione. In alcuni passaggi, si tratta di un'evoluzione che non richiede cambiamenti radicali e con impatto rilevante sulla crescita.*
 - **Piano congiunturale** - **Ombre sulle capacità di ripresa:** *a una quota relativamente limitata di imprese dall'export in declino, si è aggiunto nell'ultimo anno un consistente gruppo di aziende (un terzo del totale, che realizza il 35% delle esportazioni complessive) le cui vendite all'estero hanno registrato una flessione dopo un biennio di crescita.*
-

ALCUNI SPUNTI:

- Il dibattito sulla partecipazione delle imprese italiane ai mercati internazionali ha oscillato tra le questioni del **cambiamento del modello di specializzazione**, il mantenimento del modello ma con una concentrazione in «**nicchie**» di mercato, il «**nanismo**».
 - Se il modello tradizionale con specializzazione di nicchia è quello intrapreso, è necessario allargare i mercati ⇒ queste evidenze ci dicono che forse è necessario **il salto a forme di internazionalizzazione più complesse**.
 - Quali diventano allora i termini della questione dimensionale? E' necessario puntare sull'ampliamento *tout court* della dimensione? Le indagini ci dicono che nella manifattura, il problema è di **dimensione organizzativa**, prima ancora che «fisica».
- (...e i risultati del censimento dell'industria e dei servizi evidenziano il **potenziale «ruolo propulsore»** delle soluzioni aggregative, come relazioni di filiera e accordi (*))
- Se questo è l'obiettivo, in che termini l'adozione di modelli di internazionalizzazione più complessi possono rappresentare una strategia per far uscire il paese dalla crisi? Se sì, con quali **strumenti**?
-

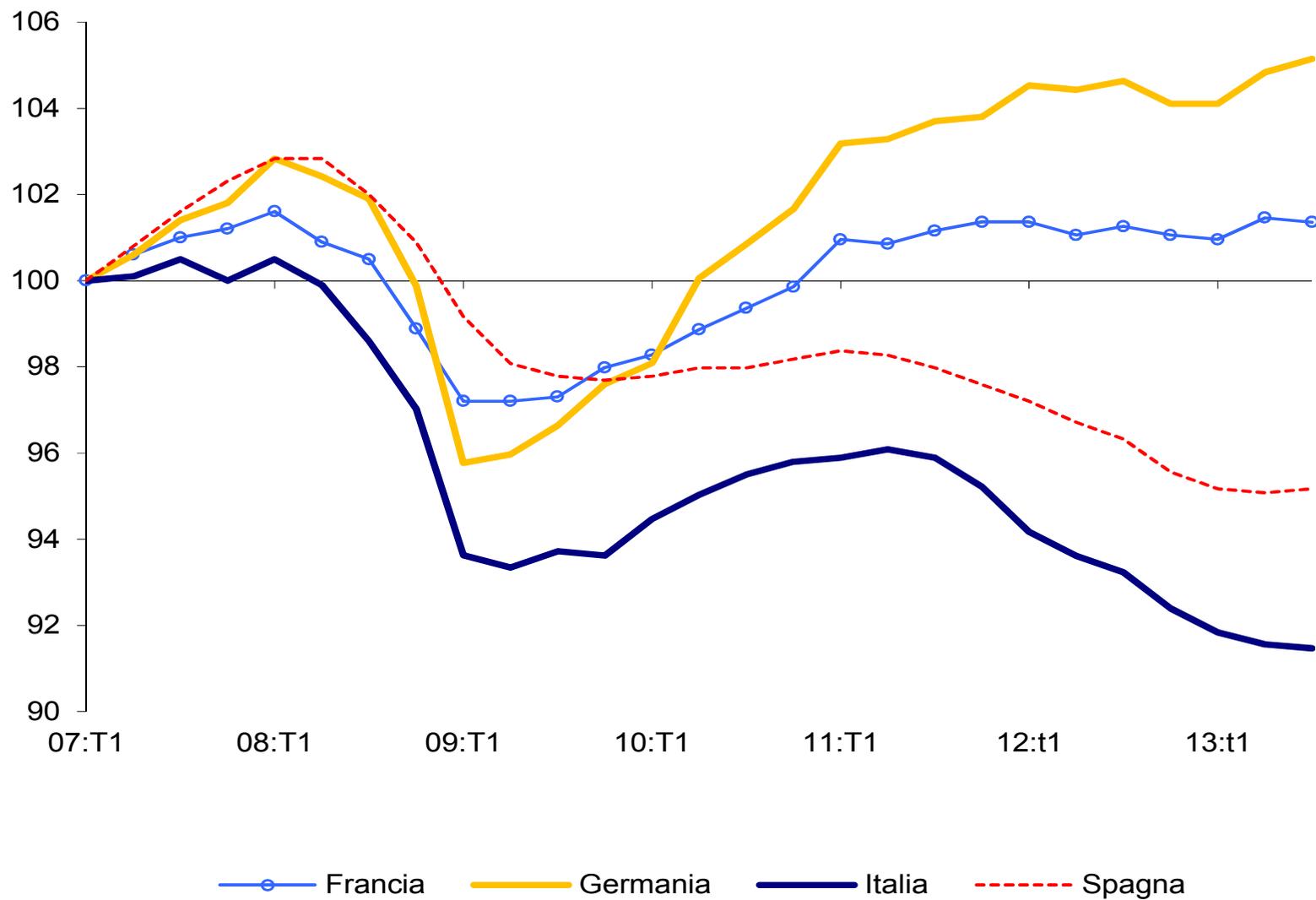


GRAZIE PER L'ATTENZIONE

scosta@istat.it

Andamento del Pil in Italia e nell'Area Euro - T1:2007-T3:2013

Maggiori economie dell'Unione: numeri indice (base T1: 2007=100)



Crescita del Pil e della produttività oraria del lavoro Anni 2000-2012 (*Variazioni percentuali*)

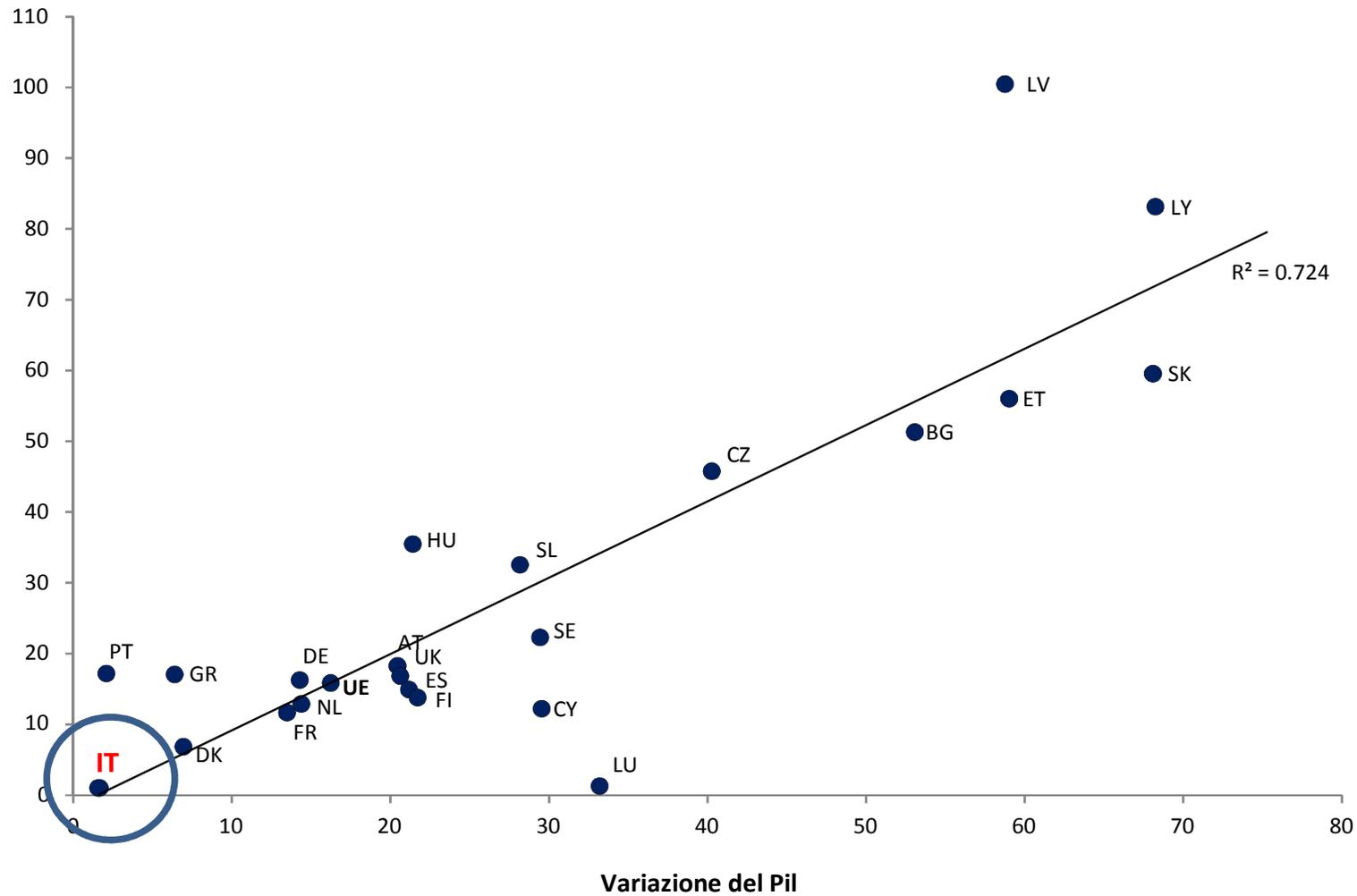


Figura 6 – Imprese manifatturiere persistentemente esportatrici nel 2010-2013. Determinanti della probabilità di crescita persistente dell'export (sia nel 2010-12, sia nel 2012-13) - Effetti imputabili a tipologia, strategie e profilo economico dell'impresa

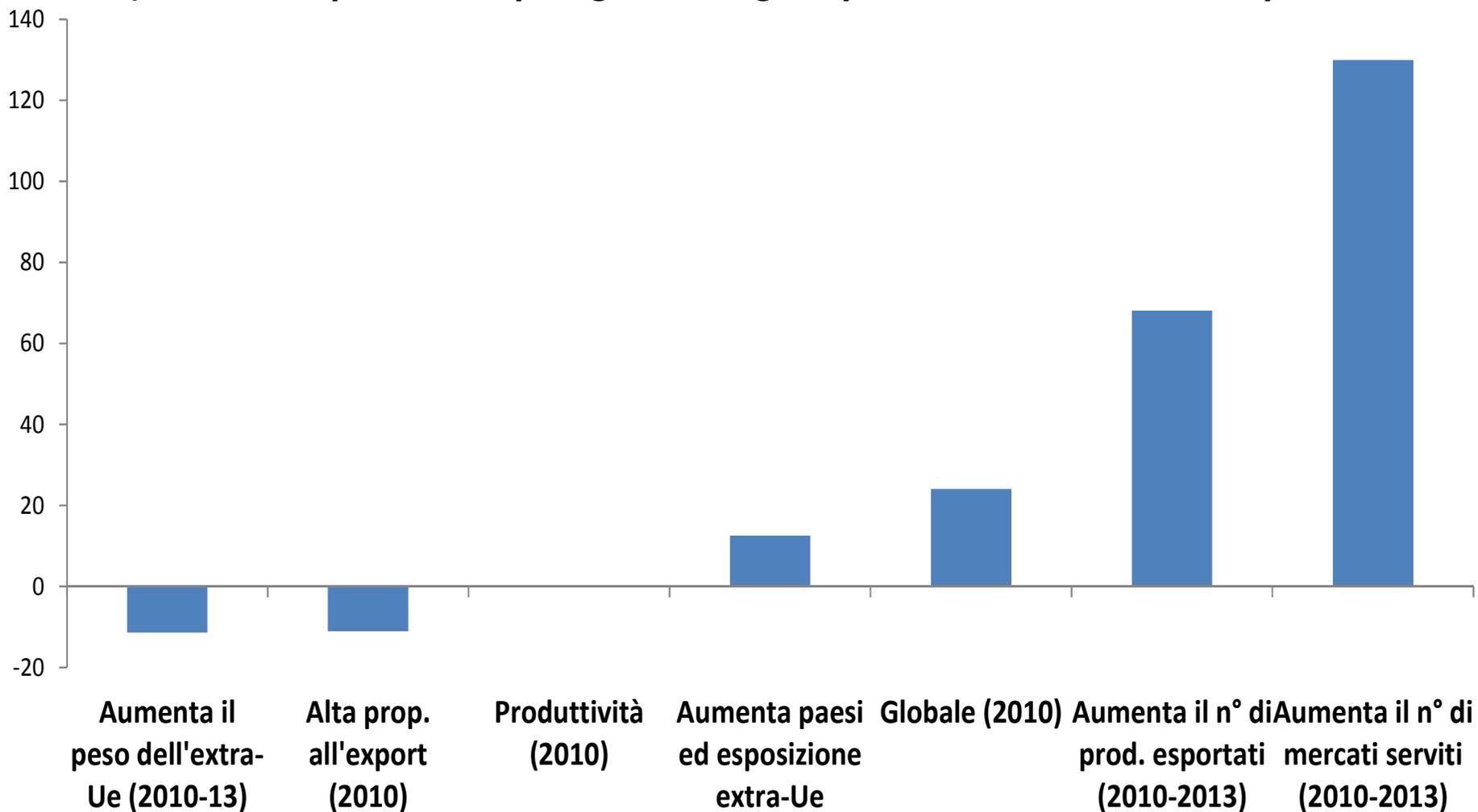
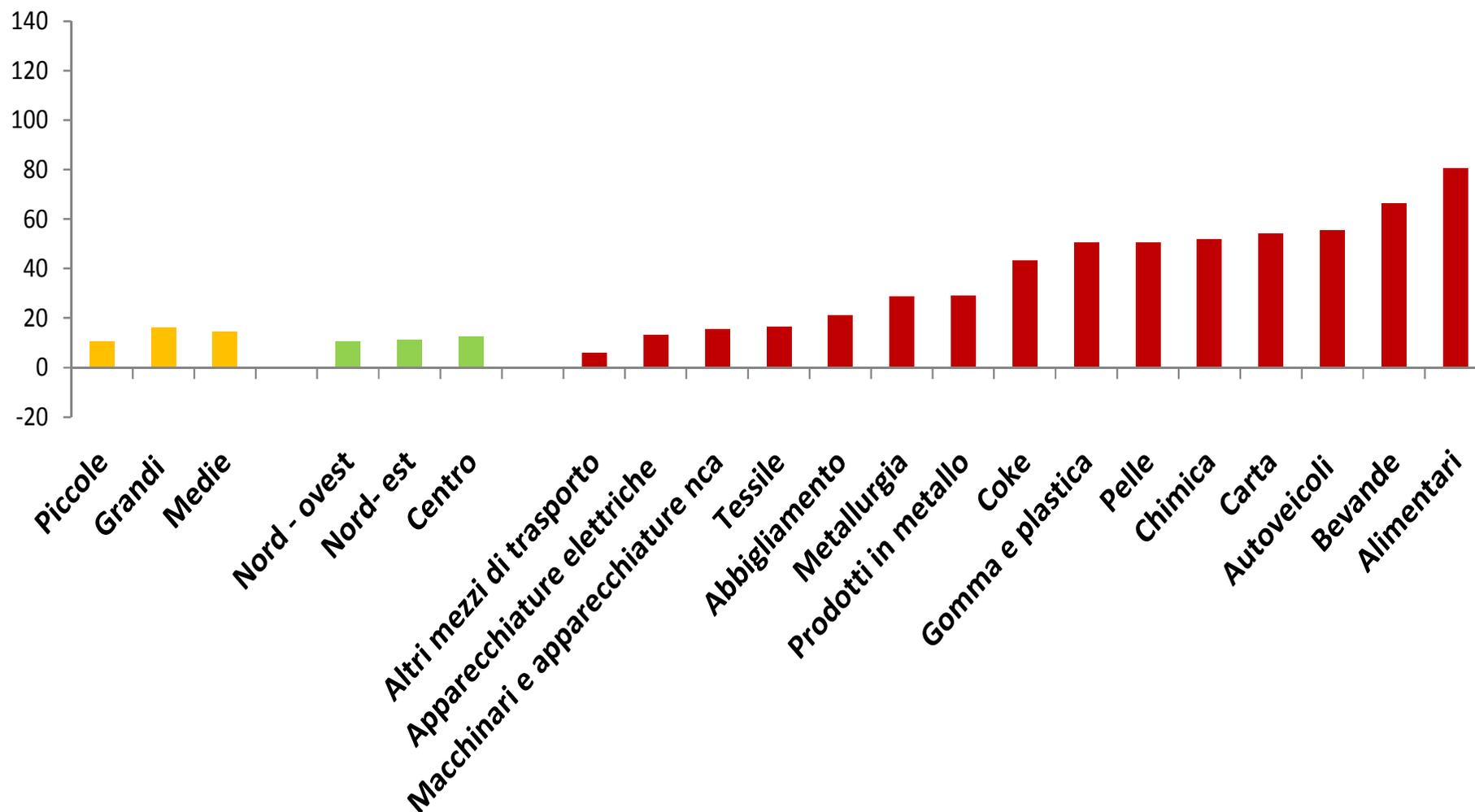
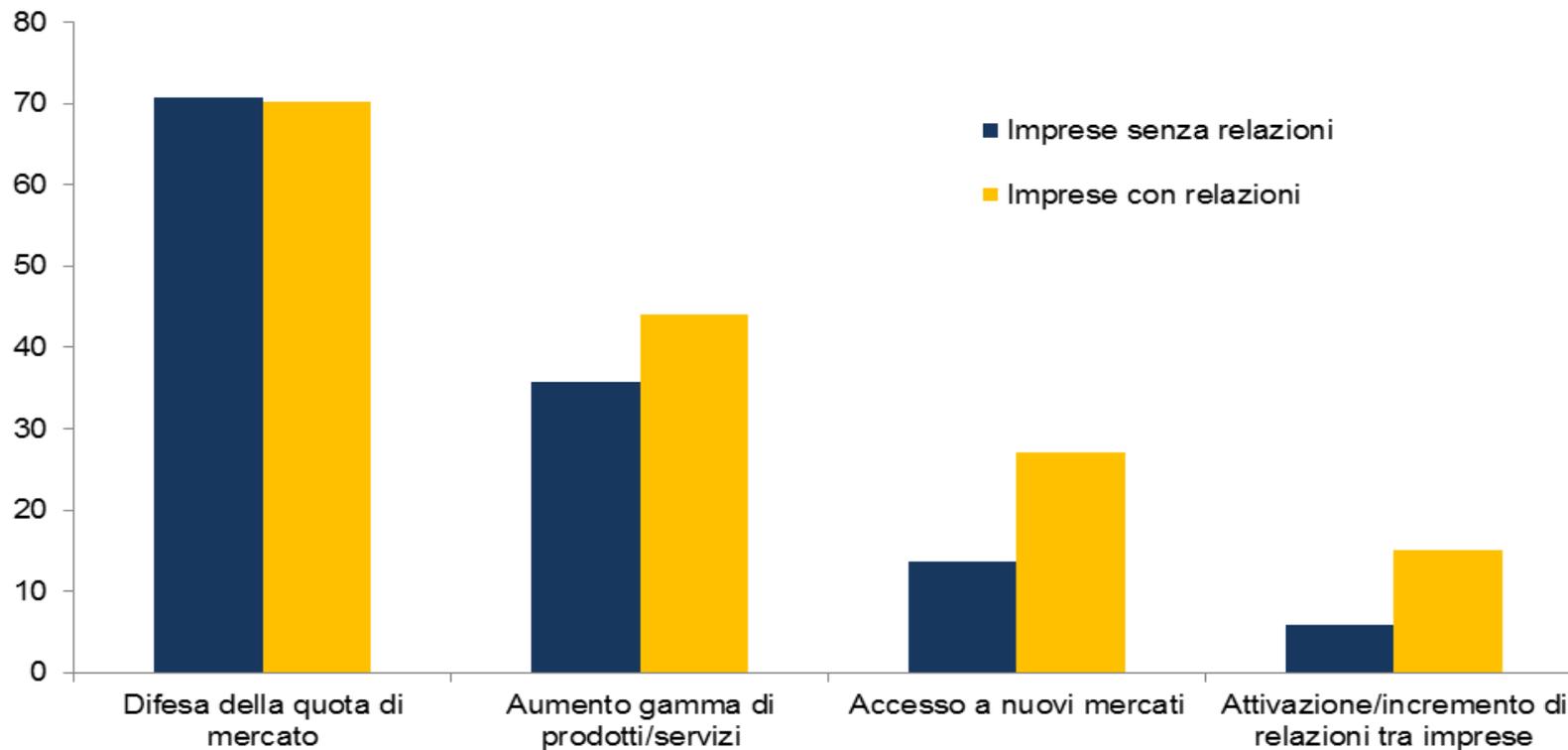


Figura 5 - Imprese manifatturiere persistentemente esportatrici nel 2010-2013. Determinanti della probabilità di crescita persistente dell'export sia nel 2010-12 sia nel 2012-13 - Effetti territoriali, dimensionali e settoriali



Le relazioni aiutano la competitività? - 1

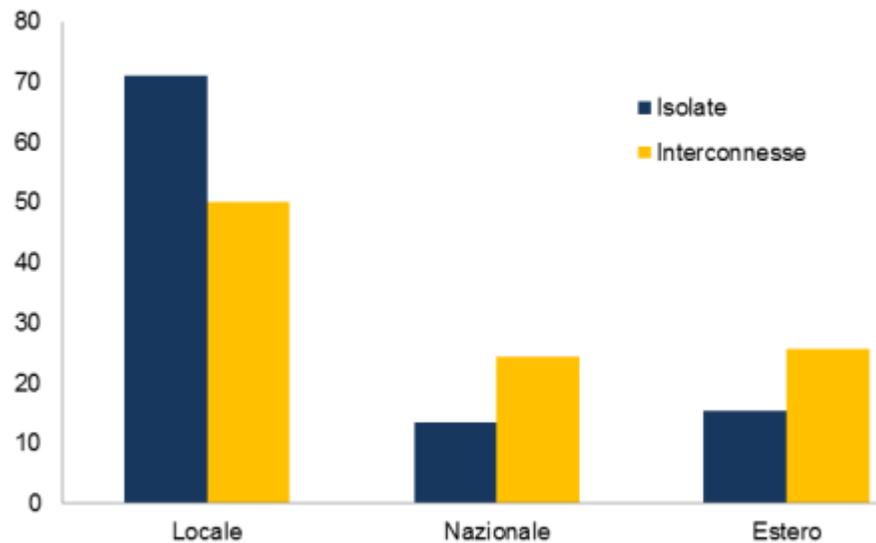
- ✓ Sul piano degli **orientamenti strategici**, le imprese interconnesse:
 - a. sono altrettanto impegnate a difendere la quota di mercato rispetto alle «isolate» (in misura pari quasi al 70%);
 - b. attuano **strategie più espansive**, in termini di diversificazione produttiva e accesso a nuovi mercati;
 - c. hanno una maggiore propensione ad attivare nuove relazioni (**processo cumulativo**, anche se in percentuali contenute)



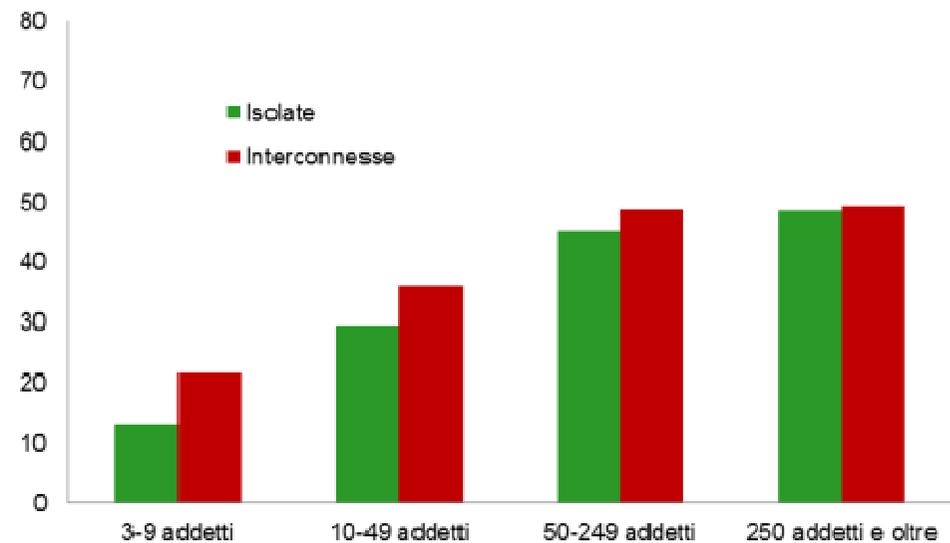
Le relazioni aiutano la competitività? - 2

- ✓ In secondo luogo, la presenza di relazioni accompagna le imprese nell'operare su un **mercato di riferimento più ampio**
- ✓ Le relazioni sembrano avere un ruolo anche nell'**internazionalizzazione** (soprattutto per le unità di minori dimensioni): la quota di imprese che opera sui mercati internazionali è sempre più elevata per le imprese interconnesse

Estensione del mercato di riferimento (% di imprese)



% che dichiara di operare sui mercati esteri



CENSIMENTO
DELL'INDUSTRIA
E DEI SERVIZI 2011
IMPRESE

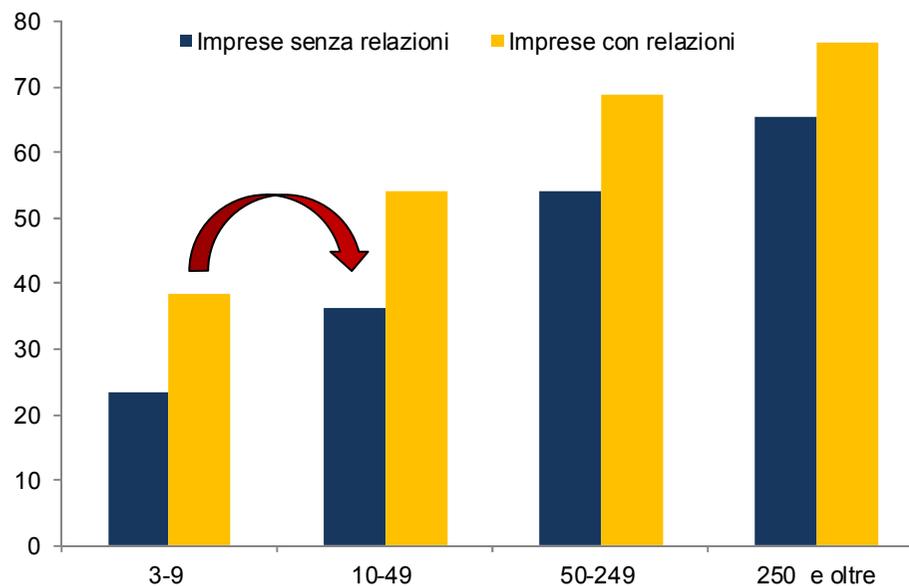


MILANO 28 NOVEMBRE 2013

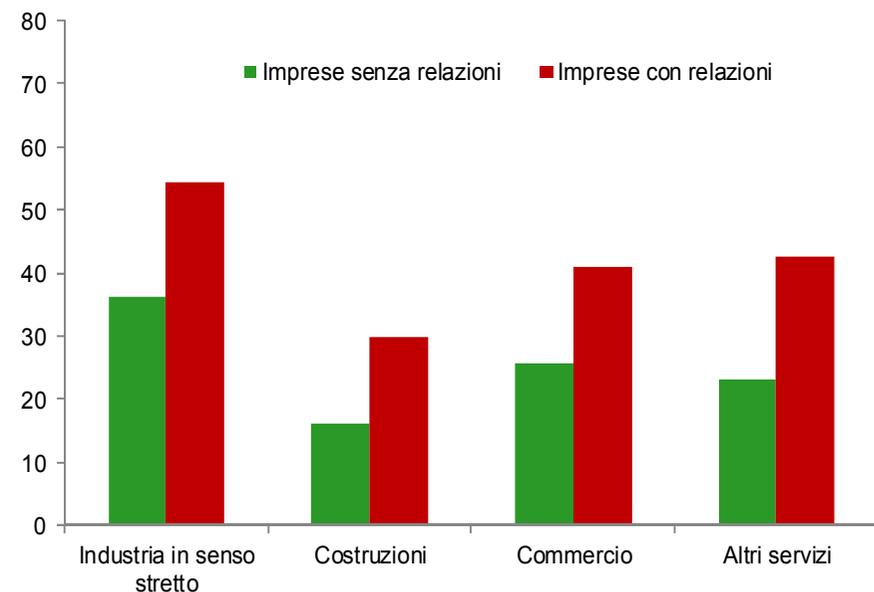
Le relazioni aiutano la competitività? - 3

- ✓ Infine, le relazioni si associano a una più frequente attività di **innovazione**:
 - a. in tutte le **classi** dimensionali d'impresa (con una parziale compensazione del «gap» dimensionale)
 - b. In tutti i **macrosettori**
 - c. In tutte le **forme** di innovazione considerate (prodotto, processo, marketing, organizzazione)

Quota di imprese innovatrici, per classe di addetti

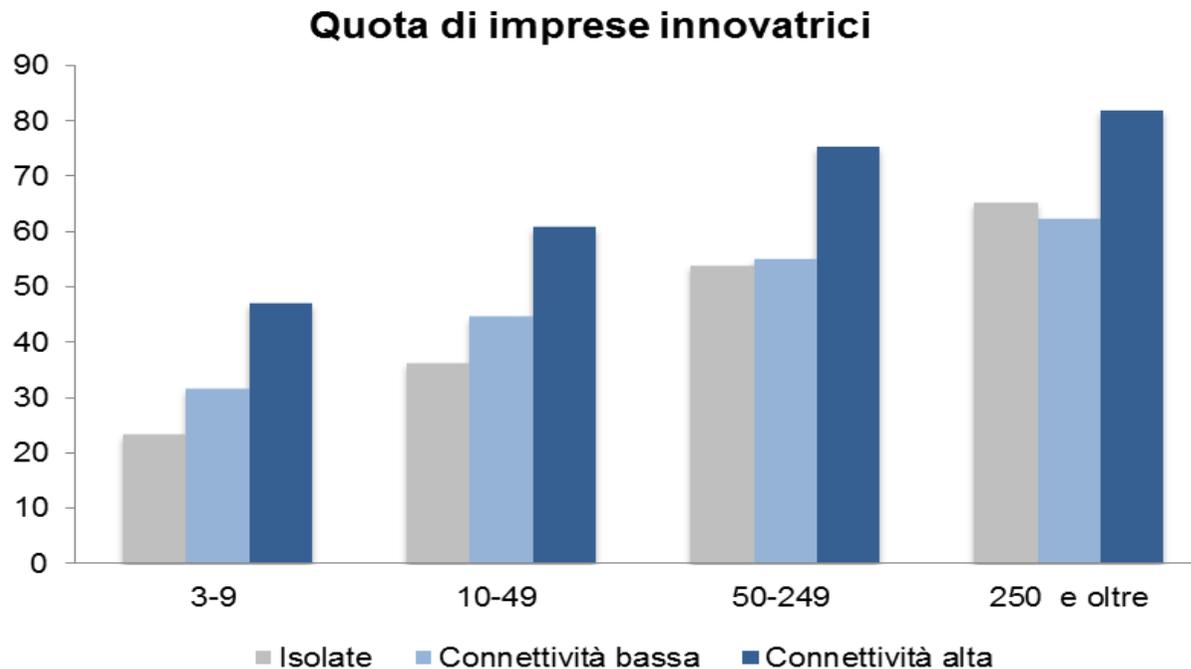


Quota di imprese innovatrici, per macrosettore



- ✓ Se avere relazioni porta a strategie più competitive, è meglio che le relazioni siano **intense** (*Connettività alta = superiore alla mediana*):

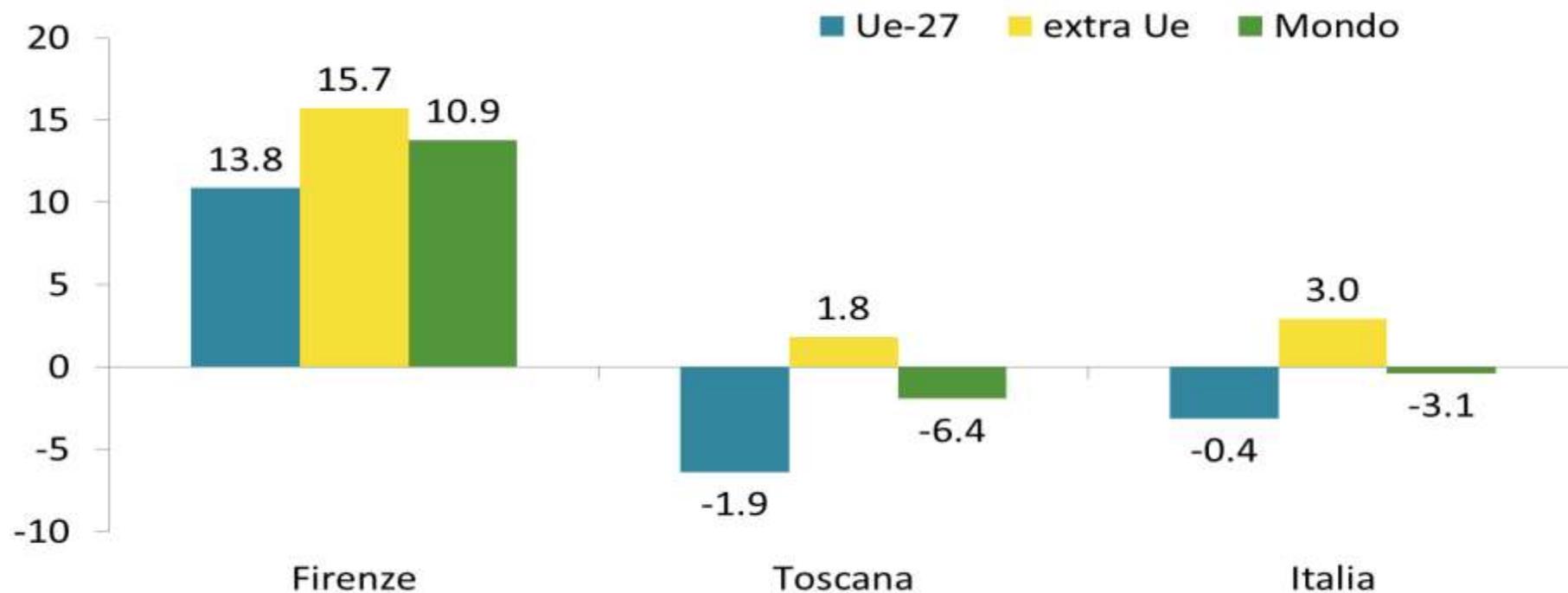
1. La quota di **imprese innovatrici** aumenta al crescere del grado di intensità delle relazioni per le micro e le piccole (ma per medie e grandi occorre alta intensità per «fare il salto» rispetto alle isolate)



La Toscana e Firenze - 1

Firenze più di altri coglie la domanda estera

Andamento dell'export nei primi sei mesi del 2013
(var % a/a)



La Toscana e Firenze - 2

Riparte l'export dei settori « pesanti »

Firenze: andamento dell'export manifatturiero nei primi sei mesi del 2013 (var % a/a e quote sul totale)

