



ESPORTARE LA DOLCE VITA

Bello e ben fatto:

il potenziale del *made in Italy* nel panorama internazionale che cambia - Rapporto 2021

Alessandro Fontana

Direttore Centro Studi Confindustria

Roma, 20 luglio 2021

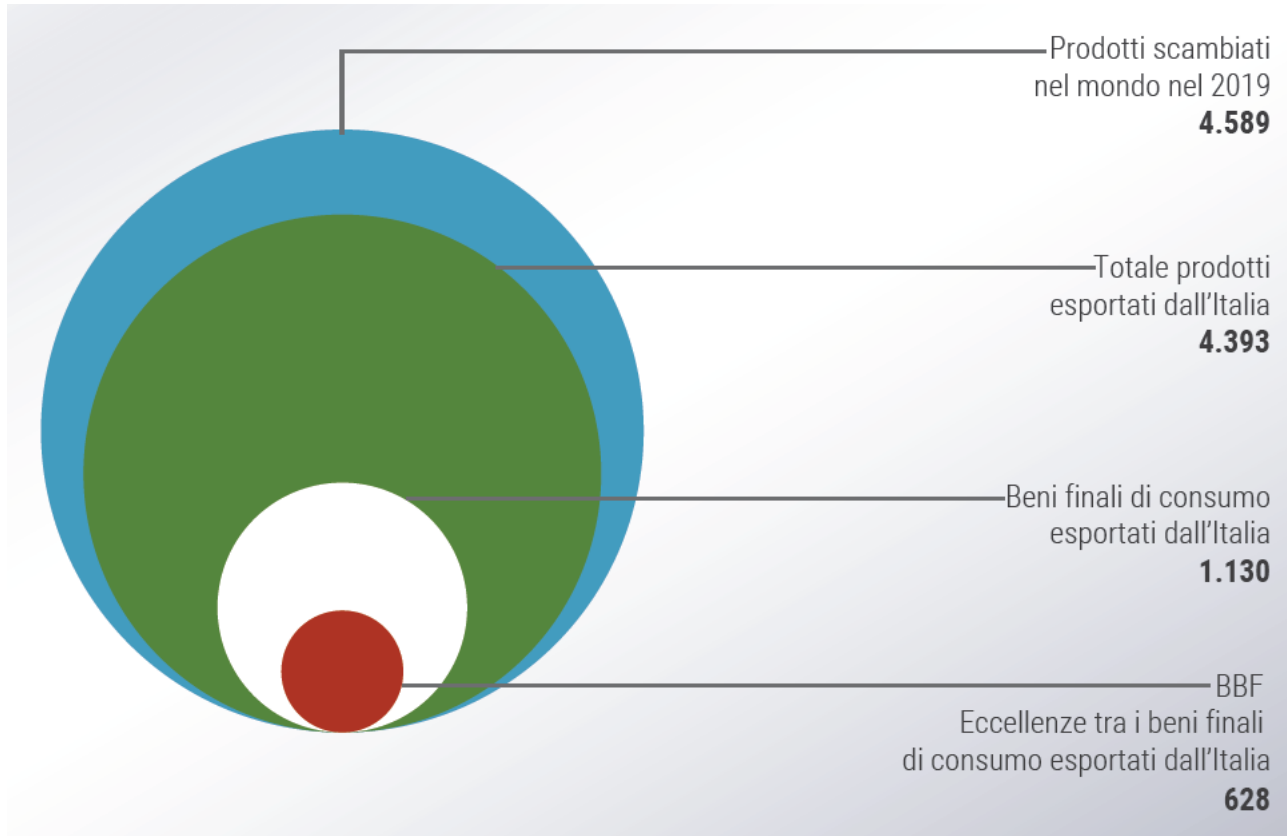


Perimetro dell'analisi e posizionamento



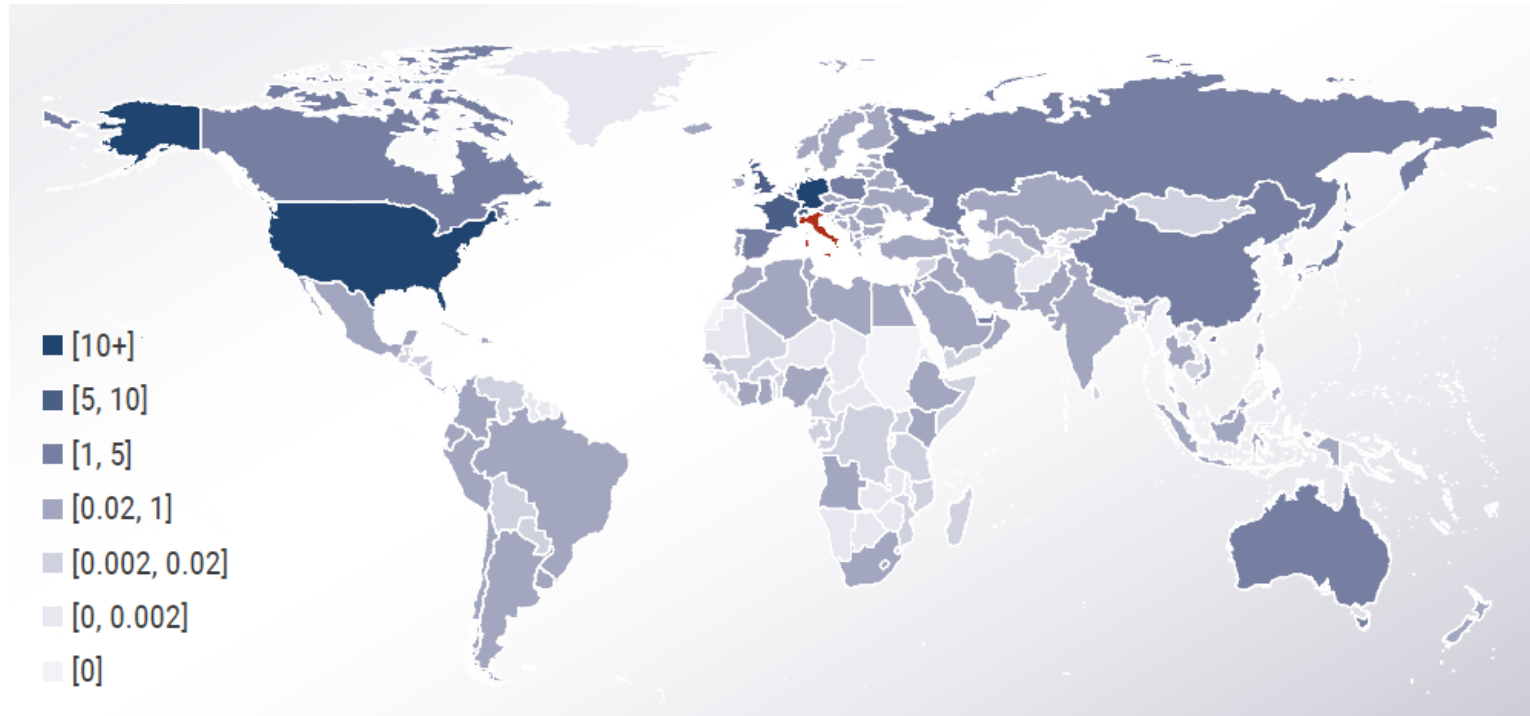
I beni BBF rispetto al totale di quelli scambiati al mondo

(Numero di prodotti, 2019)



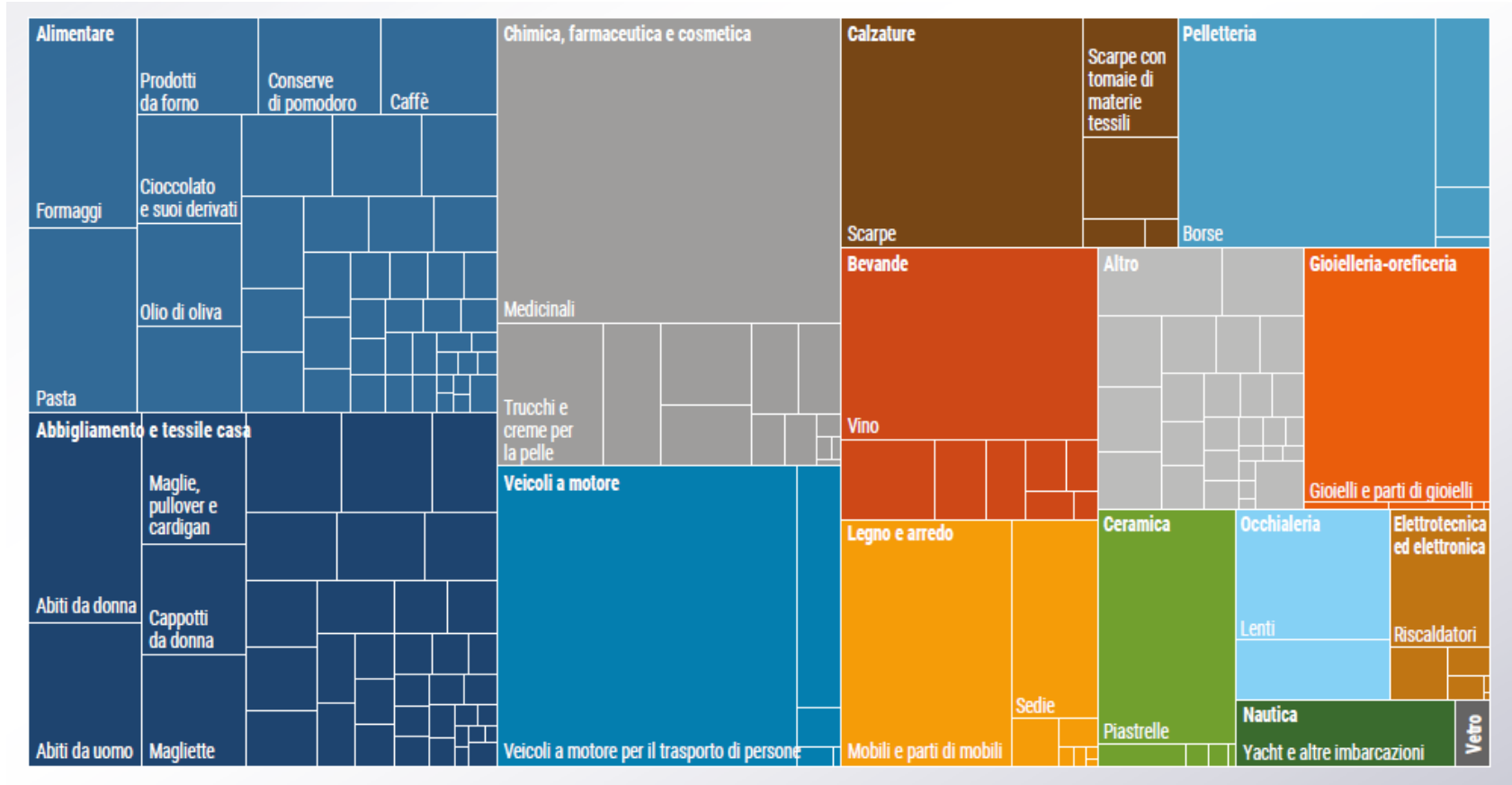
I mercati di sbocco per il BBF

(Esportazioni di beni in dollari correnti in % del totale BBF Italia, media 2017-2019)












Il perimetro settoriale del “bello e ben fatto” (BBF)

(Esportazioni di beni in dollari correnti, aree proporzionali alle quote % del totale BBF Italia, 2019)



La corsa del BBF nel triennio pre-crisi, 2017-2019

(Variazioni e quote di export a partire da dollari correnti per gli anni di riferimento)

	Var. % export	Var. % quota di mercato dell'export (a+b+c)	Fattori legati alla domanda		Fattori legati all'offerta (Competitività)		Quote di mercato
			Geografia a	Settori b	Valori c	Prezzi di cui di c	1° trim. 2017 - 4° trim. 2019
 Paesi Bassi	6,8	3,2	-0,1	1,1	2,2	0,7	2,4
 Italia	5,6	2,0	0,1	0,7	1,2	0,7	5,6
 Francia	5,5	1,9	-0,2	1,3	0,8	0,8	5,0
 Spagna	3,9	0,3	0,1	-0,2	0,4	-0,5	3,1
 Cina	2,1	-1,5	-0,6	1,1	-2,0	-0,7	16,4
 Germania	1,2	-2,4	0,5	-2,2	-0,7	0,4	10,5
 Giappone	0,1	-3,5	0,2	-2,2	-1,5	-0,8	4,3
 Stati Uniti	-0,3	-3,9	0,5	-0,1	-4,3	-0,6	6,0
 Regno Unito	-0,4	-4,0	0,5	-0,2	-4,3	1,6	3,7
Mondo	3,6						

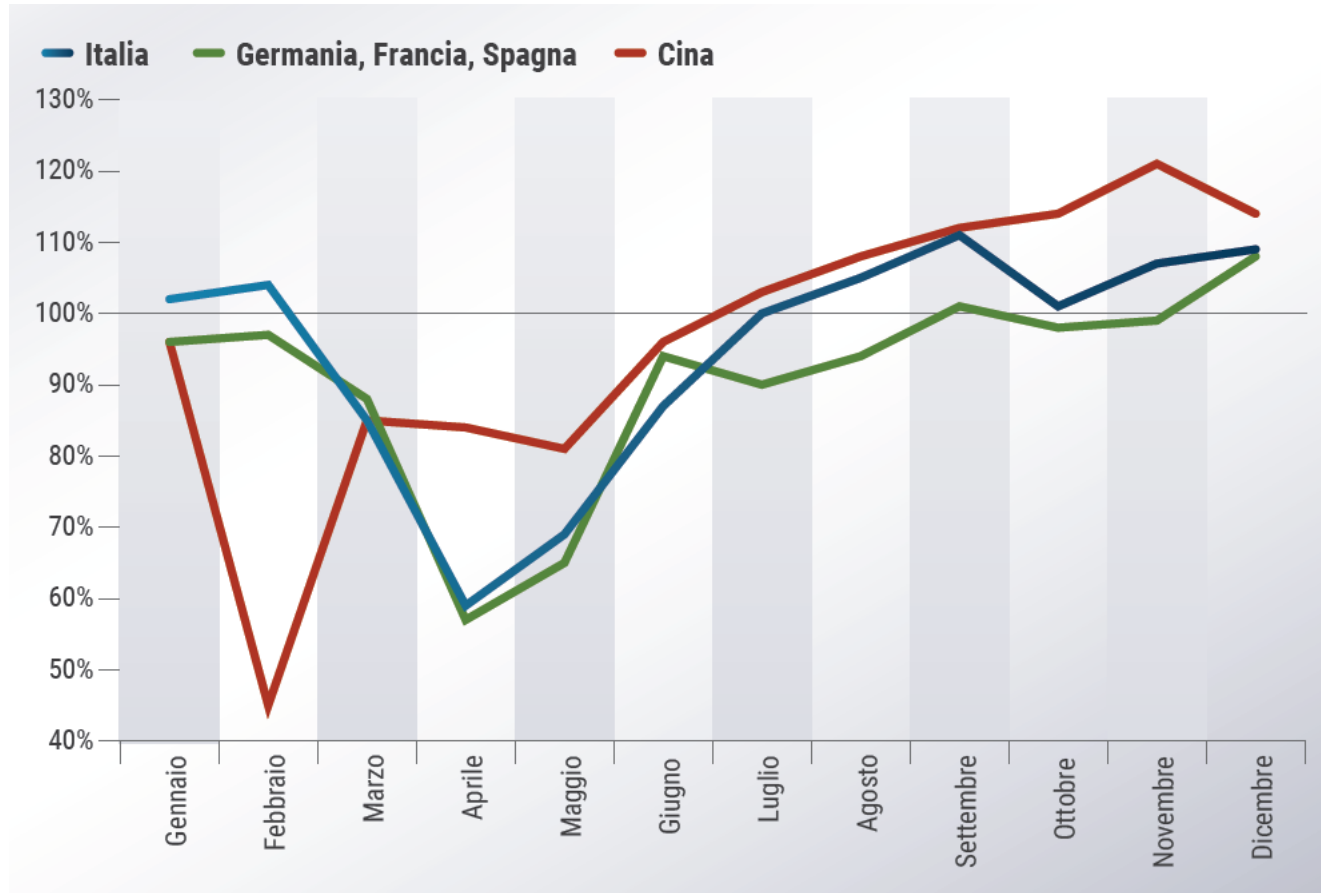
Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e degli autori su dati su dati Measuring Export Competitiveness (MEC) database, <https://mec.worldbank.org/>.

I danni della crisi



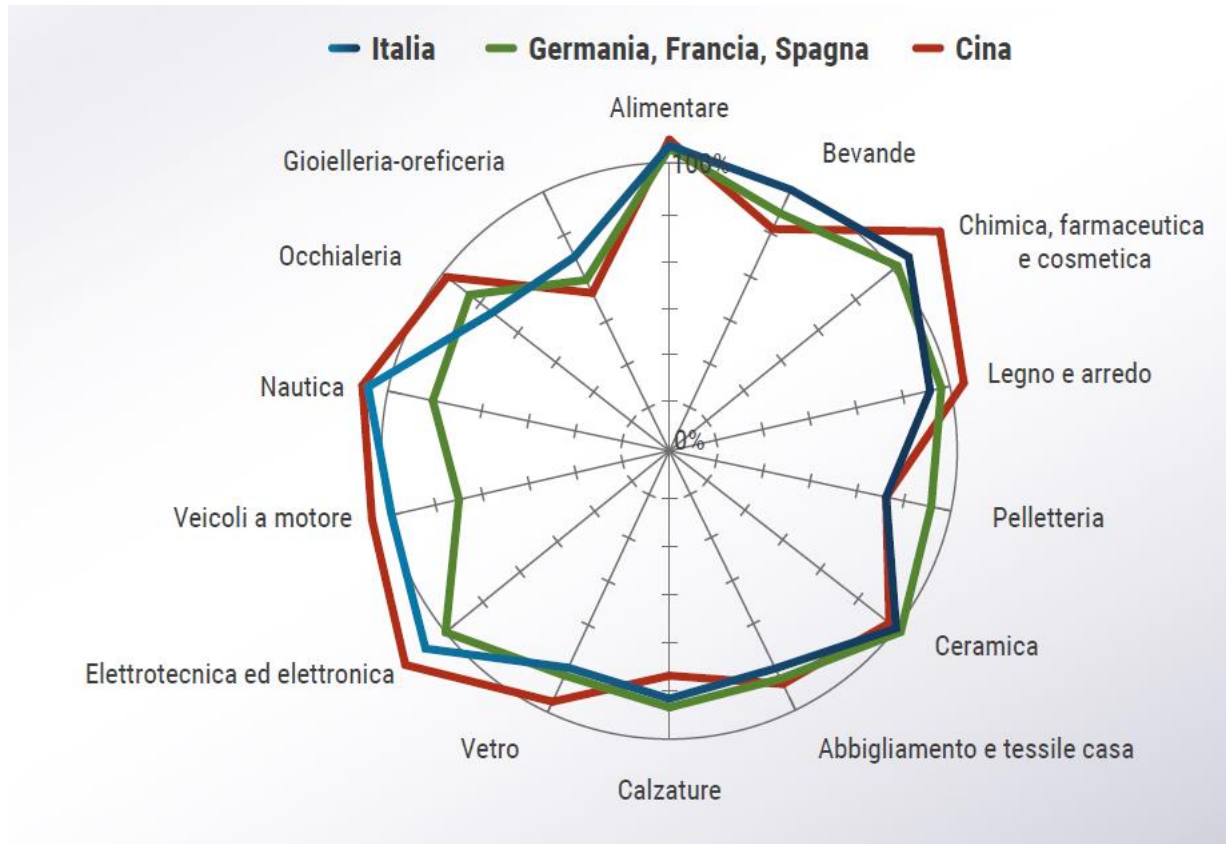
BBF: l'Italia riparte prima dei principali paesi europei

(Esportazioni mensili 2020 in % dello stesso mese 2019)



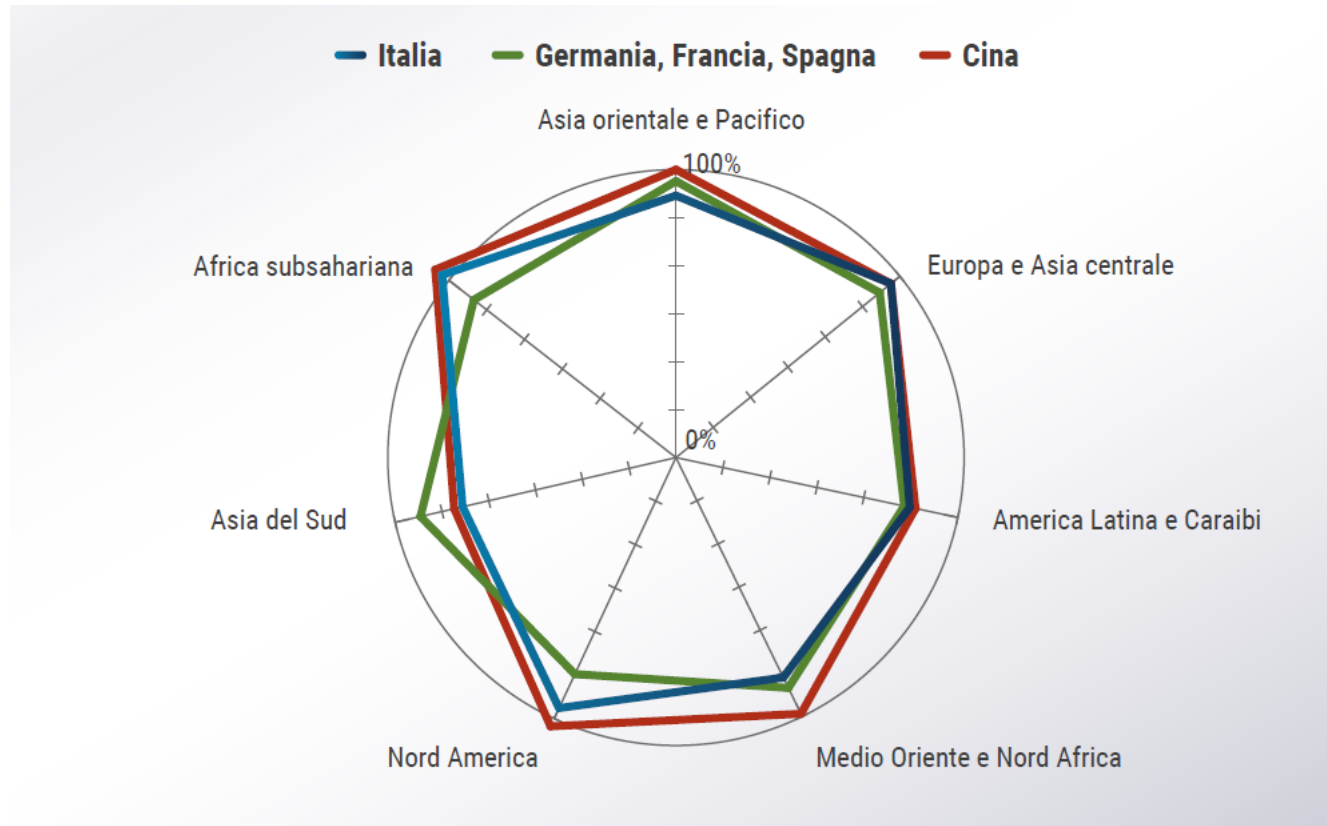
La Cina guadagna quote in comparti chiave del BBF

(Esportazioni 2020 in % a quelle del 2019)



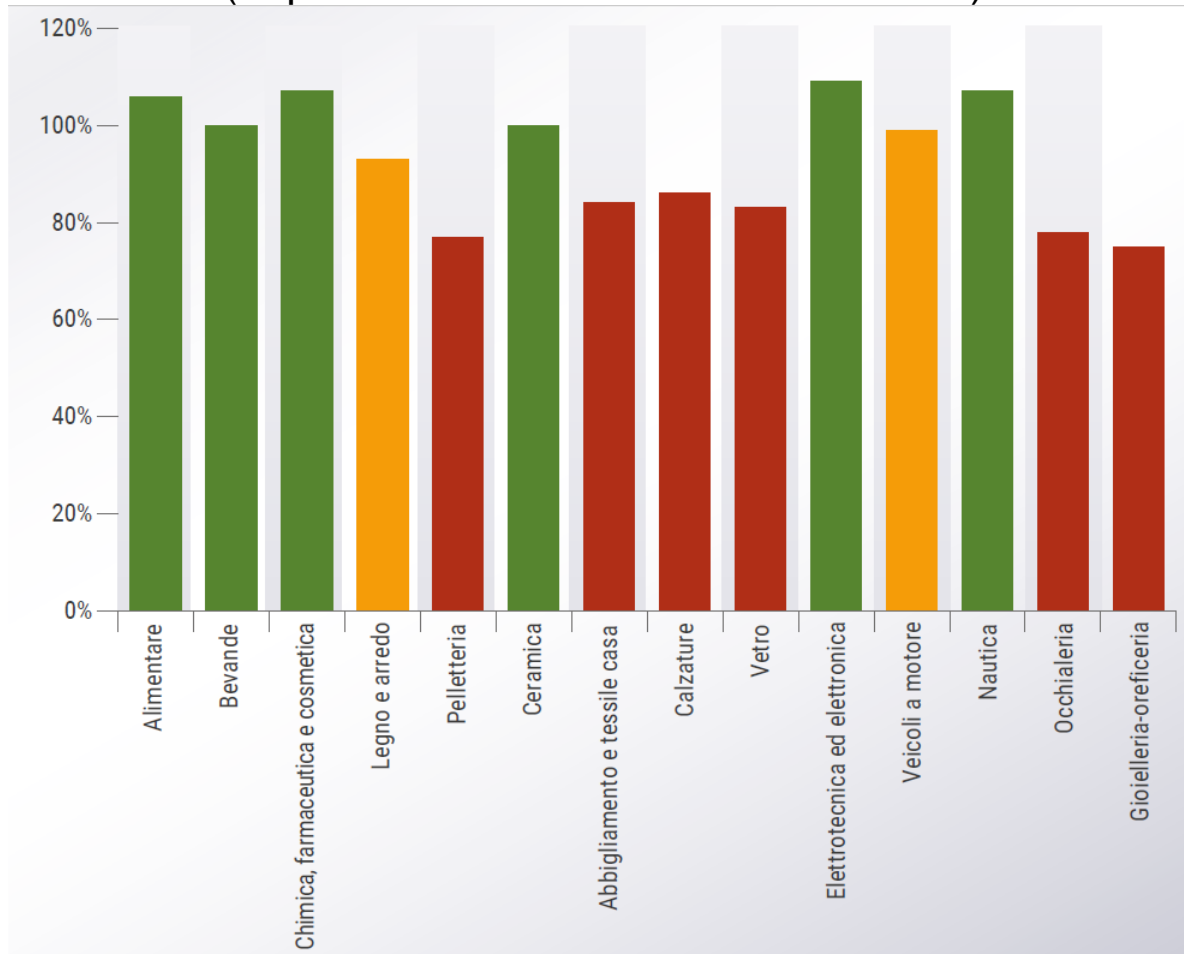
Il *made in China* tiene bene negli USA e in Medio Oriente, Italia maglia nera in Asia

(Esportazioni 2020 in % a quelle del 2019)



Il Fashion è il comparto più colpito dalla crisi

(Esportazioni italiane 2020 in % al 2019)



Nota: le barre in **verde** indicano settori con esportazioni pari almeno al 100% di quelle dell'anno precedente, **arancione** almeno il 90% e **rosso** sotto il 90%.

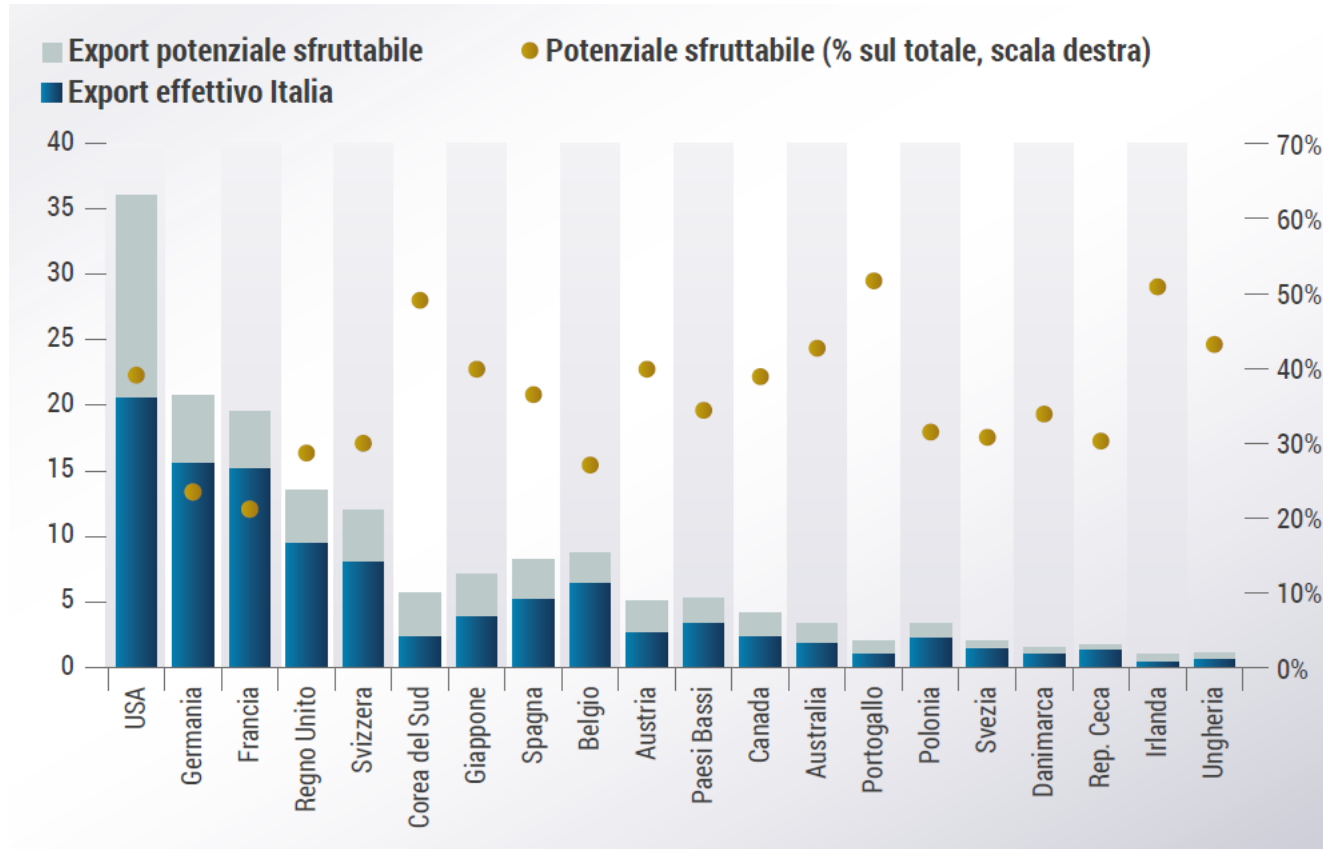
Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e degli autori su dati Banca mondiale.

Il potenziale di mercato dell'Italia nell'ambito del BBF



Paesi avanzati: USA e UE fondamentali per i volumi, alto il potenziale degli asiatici

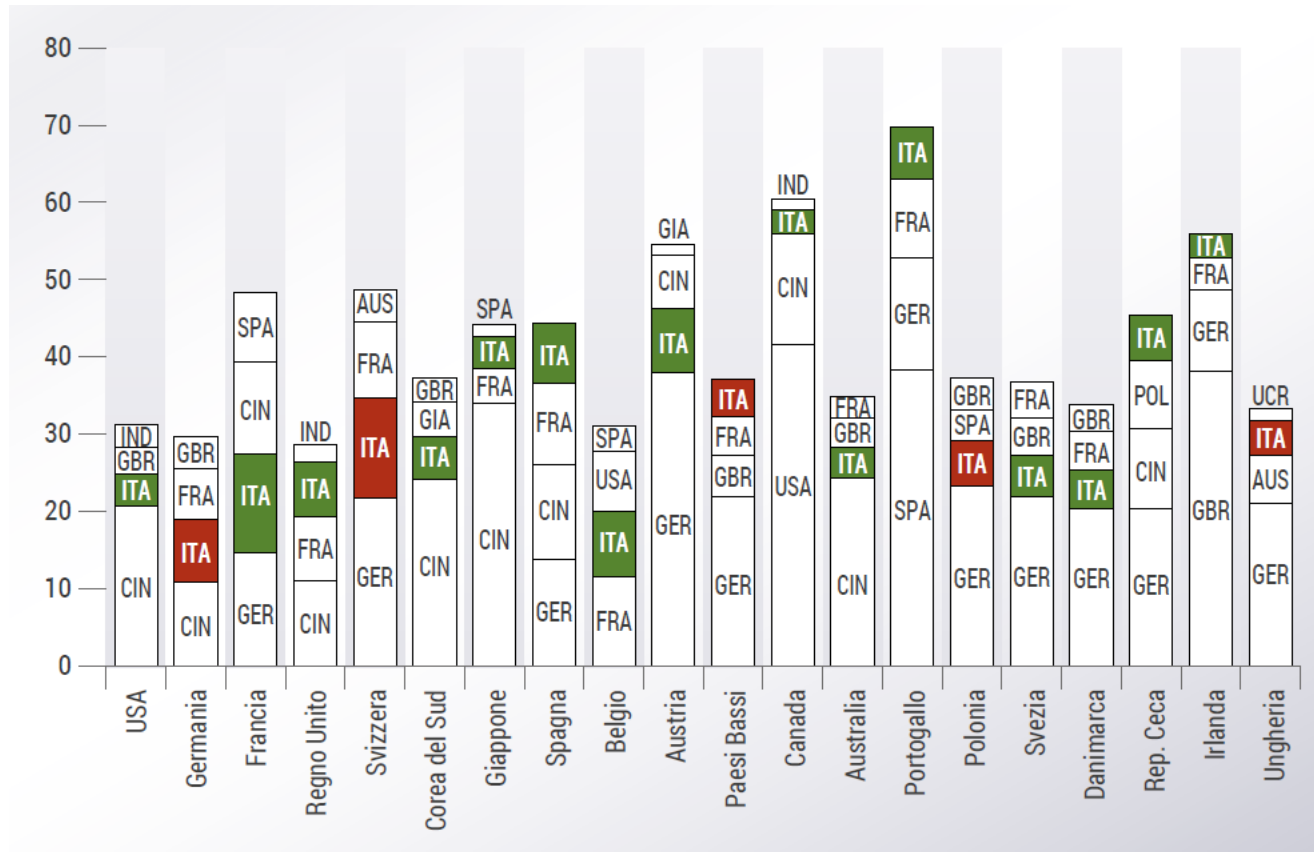
(Esportazioni italiane effettive e potenziali di BBF in miliardi di euro, paesi ordinati per potenziale sfruttabile)



Poiché i dati fanno riferimento all'export complessivo verso i vari mercati, i relativi potenziali possono risentire del ruolo di alcuni di essi come importanti *hub* logistici (per es. Svizzera). In questi casi, il potenziale coglie sia la domanda dei consumatori sia un effetto *hub*. Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e Fondazione Manlio Masi su dati UN-Comtrade.

Paesi avanzati: Germania e Cina tra i principali concorrenti nei beni BBF

(Quote % di mercato sull'import BBF di ciascun paese, per l'Italia e i suoi primi tre concorrenti; i paesi sono ordinati per potenziale sfruttabile, 2019)

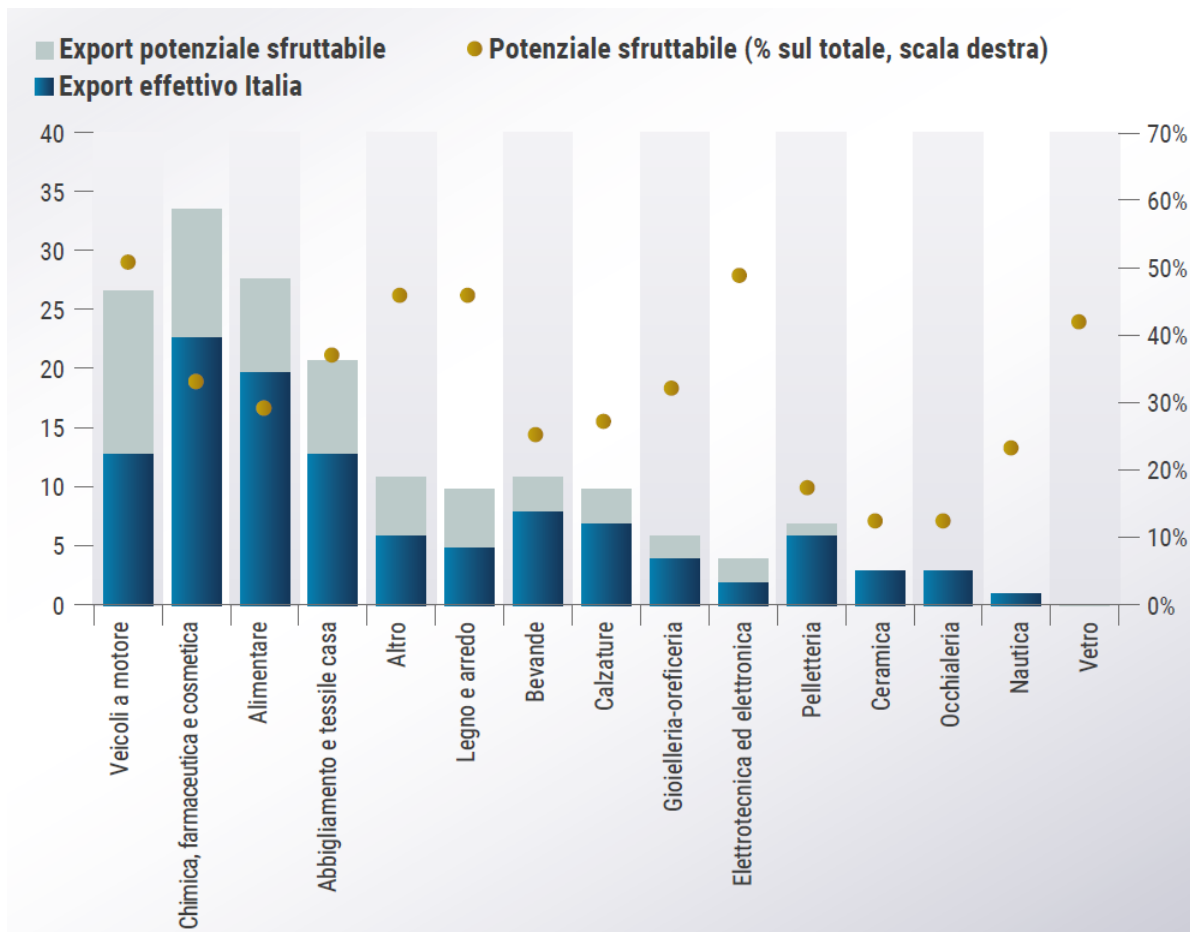


Nota: verde = aumento della quota dell'Italia, 2017-2019; rosso = diminuzione. Per AUS si intende Austria.

Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e Fondazione Manlio Masi su dati UN-Comtrade.

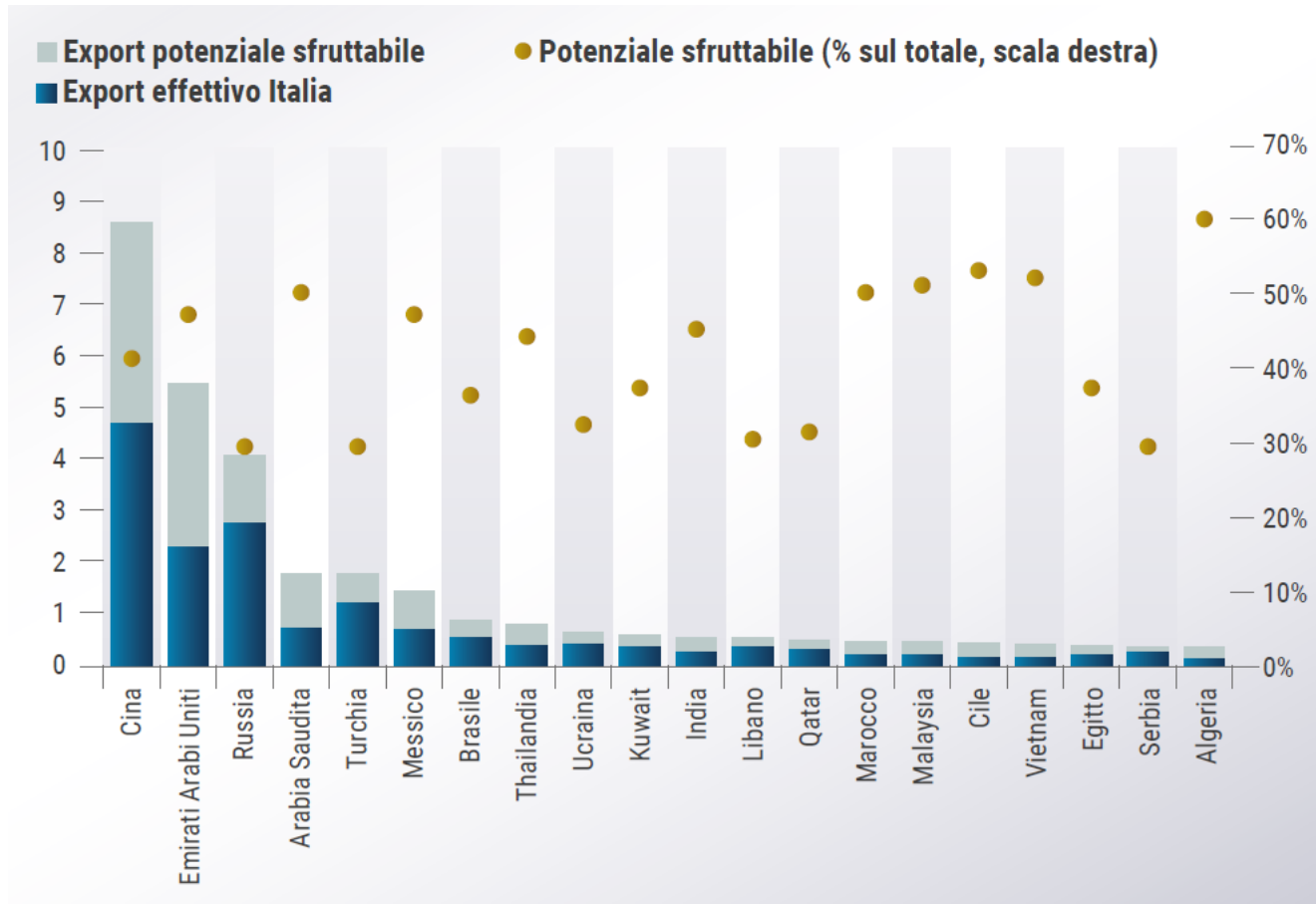
Paesi avanzati: alto potenziale in Veicoli a motore, Chimica, farmaceutica e cosmetica, Alimentare, Abbigliamento e tessile casa

(Esportazioni effettive e potenziali di BBF in mld di euro, settori ordinati per potenziale sfruttabile)



Paesi emergenti: ampio potenziale in Cina e Medio Oriente

(Esportazioni effettive e potenziali di BBF in miliardi di euro, paesi ordinati per potenziale sfruttabile)



Paesi emergenti: la Cina è il principale concorrente nelle tipologie di prodotti del BBF


















(Quote % di mercato sull'import BBF di ciascun paese per l'Italia e i suoi primi tre concorrenti; i paesi sono ordinati per potenziale sfruttabile, 2019)



Nota: verde = aumento della quota dell'Italia, 2017-2019; rosso = diminuzione.

Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e Fondazione Manlio Masi su dati UN-Comtrade.

La grande maggioranza di nuovi benestanti in arrivo dagli emergenti asiatici

	Milioni di benestanti Stock 2020	Milioni di benestanti in più 2020-2025	Milioni di benestanti in più 2020-2030
 Cina	265,6	70,2	80,6
 India	63,6	29,4	38,6
 Russia	49,8	2,7	2,5
 Brasile	42,5	3,2	4,8
 Turchia	30,1	4,5	6,4
 Arabia Saudita	26,2	2,1	3,8
 Messico	25,8	3,1	4,4
 Thailandia	12,9	2,5	2,8
 Malaysia	11,1	2,9	4,1
 Vietnam	10,8	6,3	8,4
 Emirati Arabi Uniti	9,1	0,3	0,6
 Argentina	9,0	1,1	1,8
 Ucraina	4,7	0,9	1,2
 Cile	3,8	0,3	0,4
 Kuwait	3,5	0,6	0,6
 Marocco	3,1	0,6	0,8
 Qatar	2,8	0,3	0,4
 Rep. Dominicana	2,7	0,8	0,9

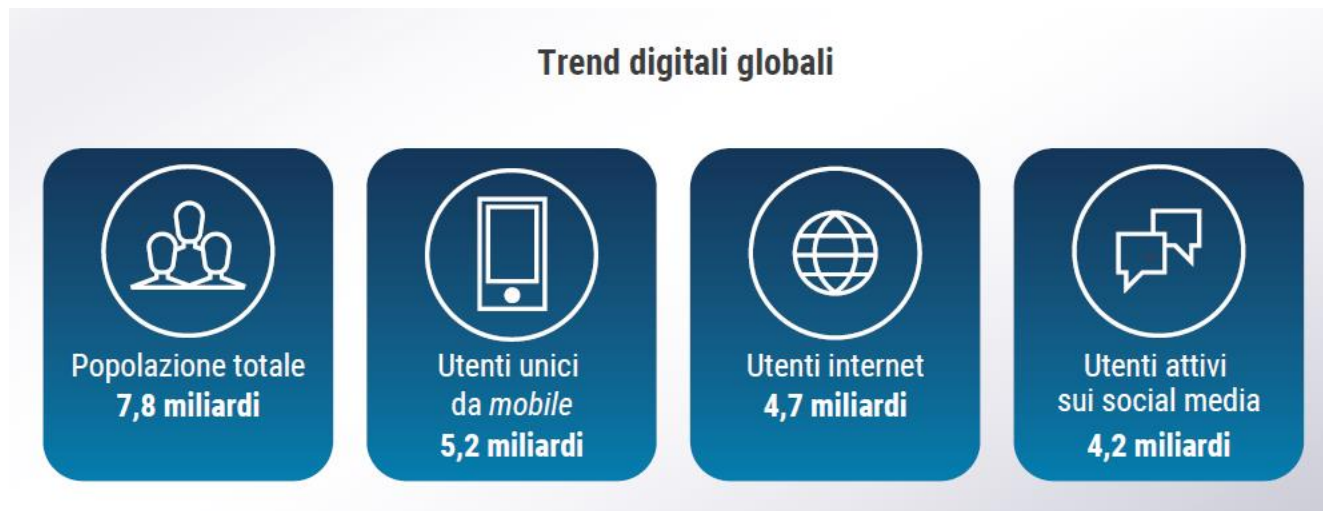
Nota: classe benestante calcolata come quota della popolazione con un PIL pro-capite medio di 40mila dollari a parità di potere di acquisto (PPA) del 2017.

Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e Fondazione Manlio Masi su dati Banca mondiale, IHS e FMI.

E-commerce

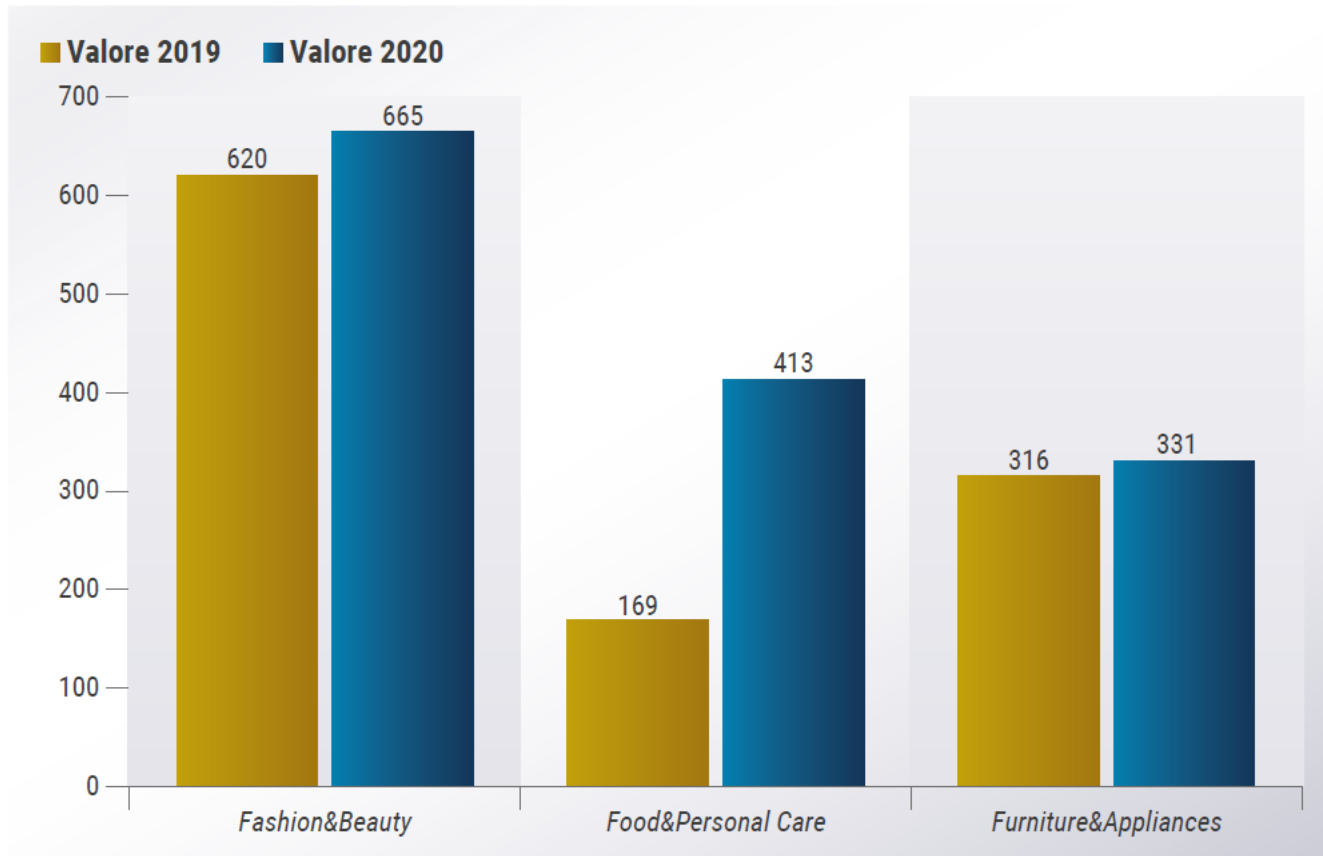
Nell'anno della pandemia un mondo sempre più digitale

(Gennaio 2021)



La Moda in vetta tra le categorie BBF più vendute online al mondo

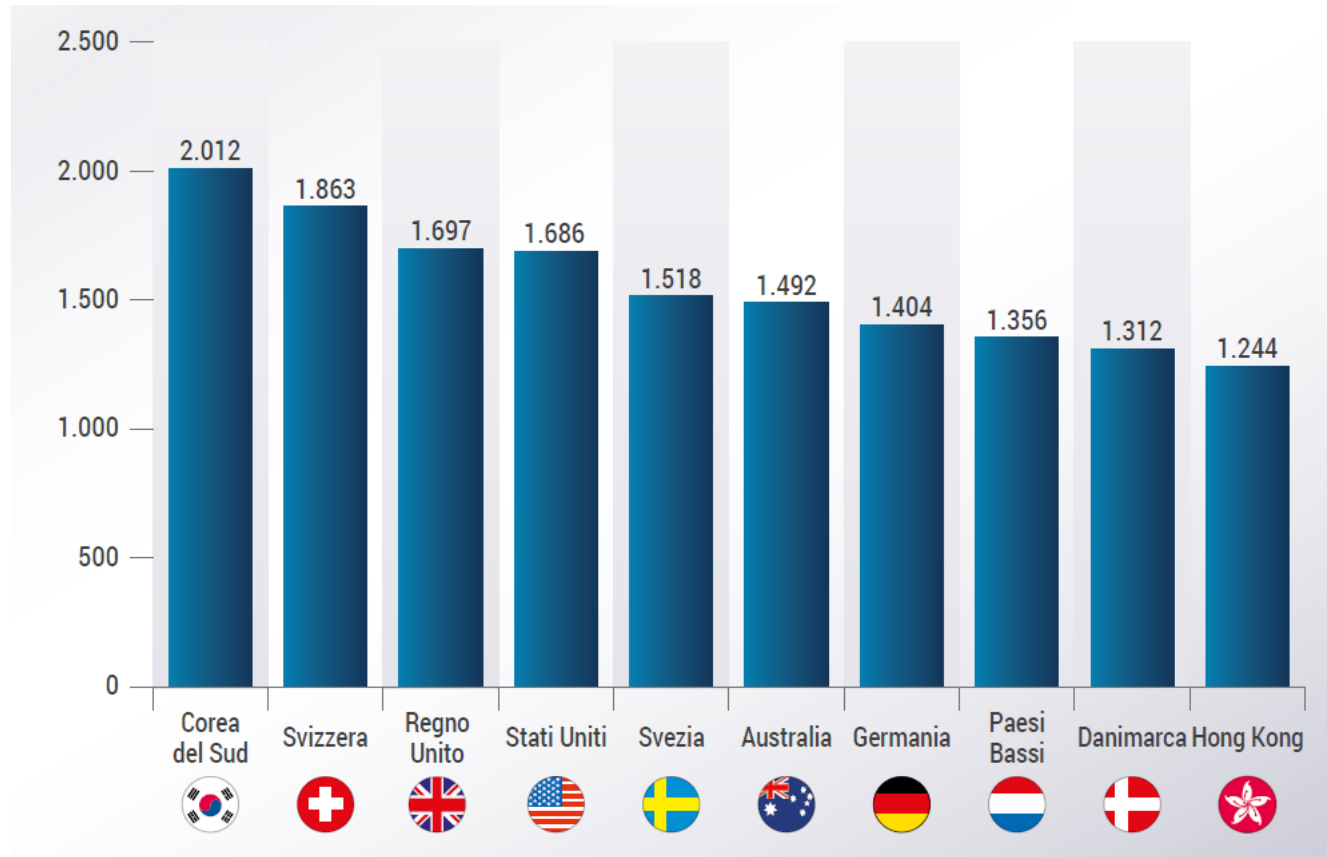
(Miliardi di dollari USA)



Fonte: The U.N., Local Government Bodies, Gsma Intelligence, Itu, Gwi, Eurostat, Cnnic, Apjii, Social Media Platforms' Self-Service Advertising Tools, Company Earnings Reports, Mediascope.

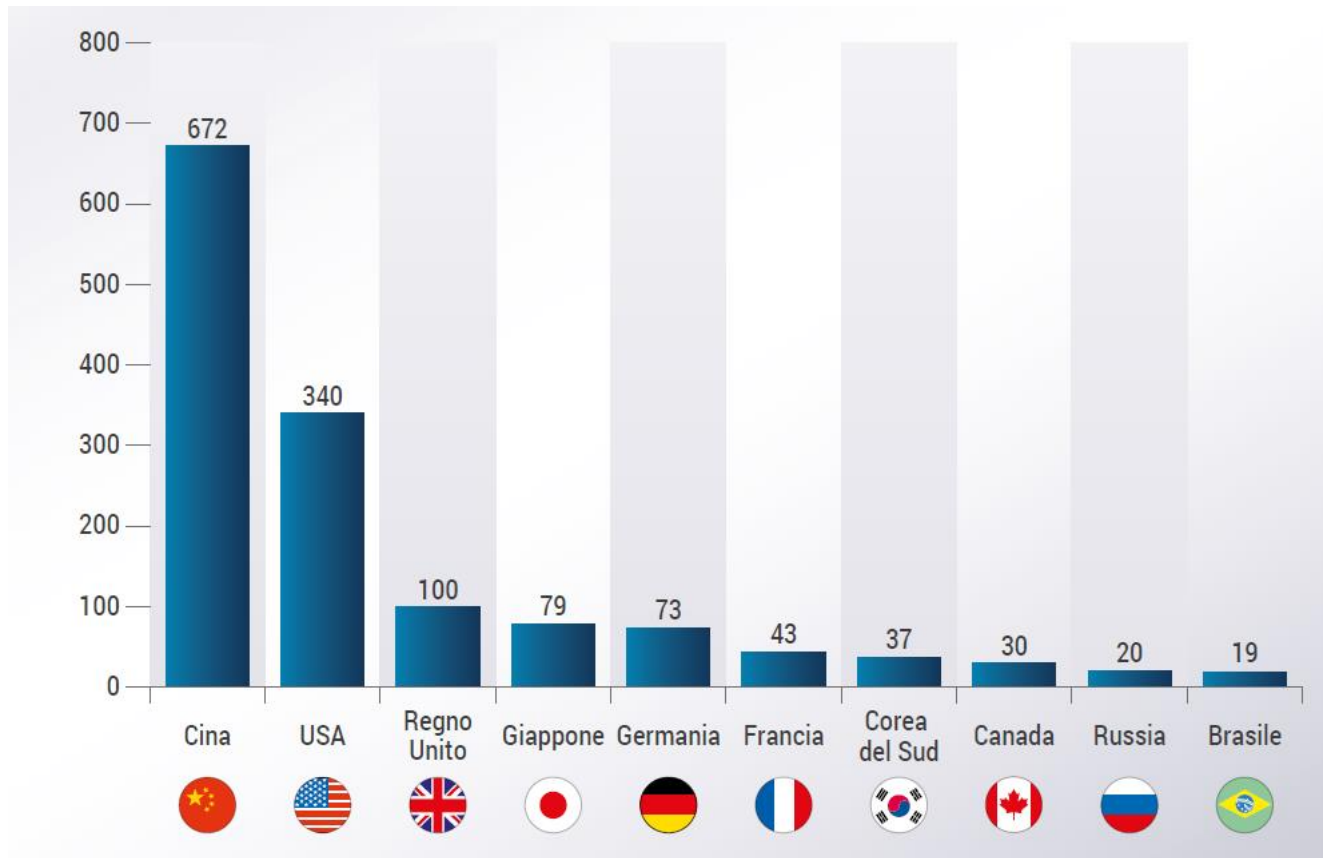
Italia fuori dalla *top ten* nello shopping online pro-capite

(Spesa pro-capite annua in shopping online, dollari USA)



Cina prima al mondo per volume di vendita online B2C

(Fatturato e-commerce 2019, miliardi di dollari USA)



Regional Comprehensive Economic Partnership - RCEP



L'accordo RCEP coinvolge



15 paesi



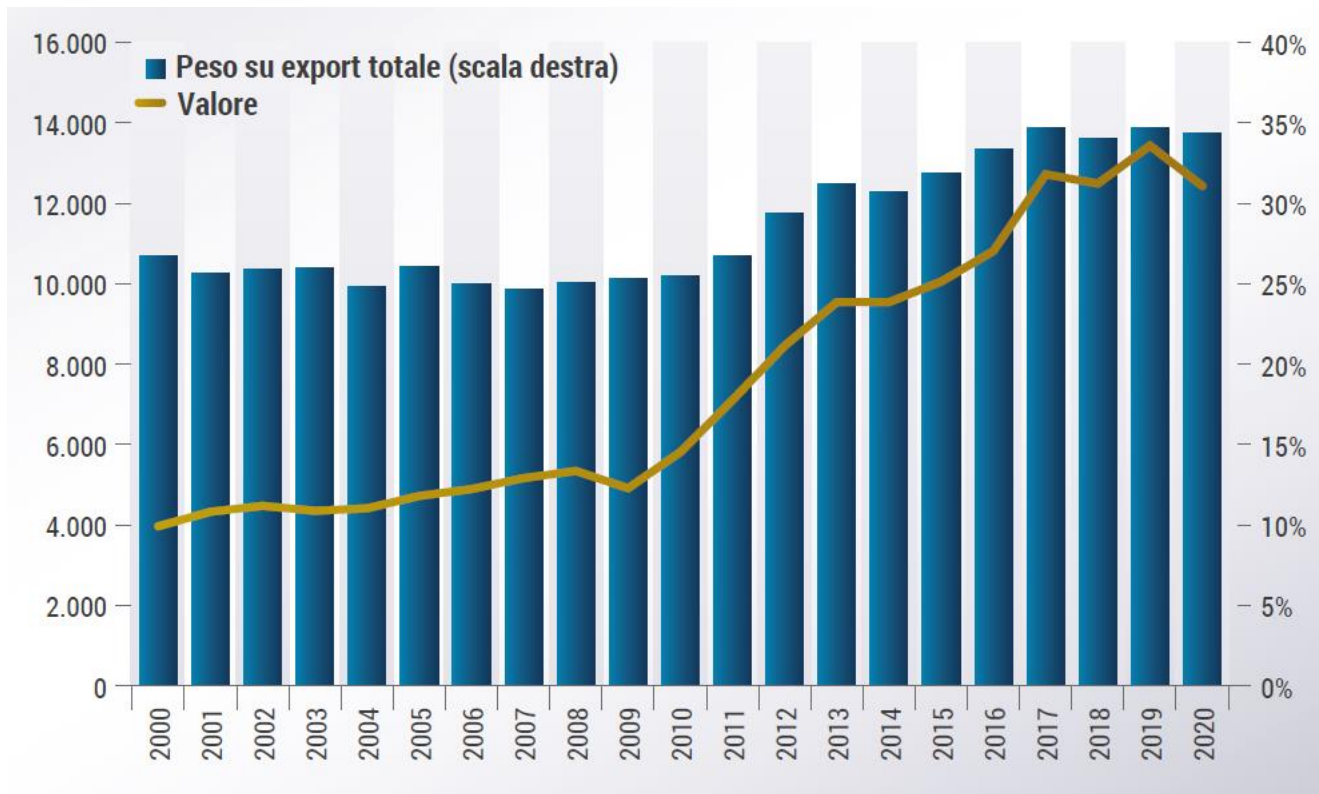
30% PIL
e popolazione globale












1/4 commercio
internazionale di beni

Aumenta il peso del BBF sulle esportazioni italiane nell'area RCEP

(Milioni di euro a prezzi correnti; % su export italiano di beni)










Indice di similarità, complessivo e relativi contributi settoriali, tra le esportazioni dell'Italia e dei paesi RCEP selezionati nel 2019

Settore	Cina 	Giappone 	Thailandia 	Corea Sud 	Singapore 	Vietnam 	Malaysia 	Indonesia 	Filippine 
Meccanica strumentale	19%	25%	15%	22%	19%	7%	14%	9%	15%
Mezzi di trasporto	6%	14%	17%	16%	3%	3%	3%	11%	7%
Apparecchi elettrici	12%	10%	11%	12%	13%	13%	14%	11%	21%
Tessile e abbigliamento	13%	2%	5%	4%	2%	23%	3%	19%	8%
Chimica	6%	9%	7%	8%	15%	3%	7%	7%	3%
Metalli	10%	8%	9%	12%	5%	11%	11%	8%	7%
Indice di similarità export	0,40	0,37	0,34	0,33	0,27	0,25	0,24	0,23	0,16

Il contributo settoriale è calcolato come pro-quota rispetto al valore dell'indice finale riportato nell'ultima riga.
 I settori selezionati sono quelli che presentano il contributo maggiore.
 Fonte: elaborazioni Ufficio Studi SACE su dati UN-Comtrade.

Heat map del rischio di *import substitution* dell'export italiano del BBF nei paesi selezionati

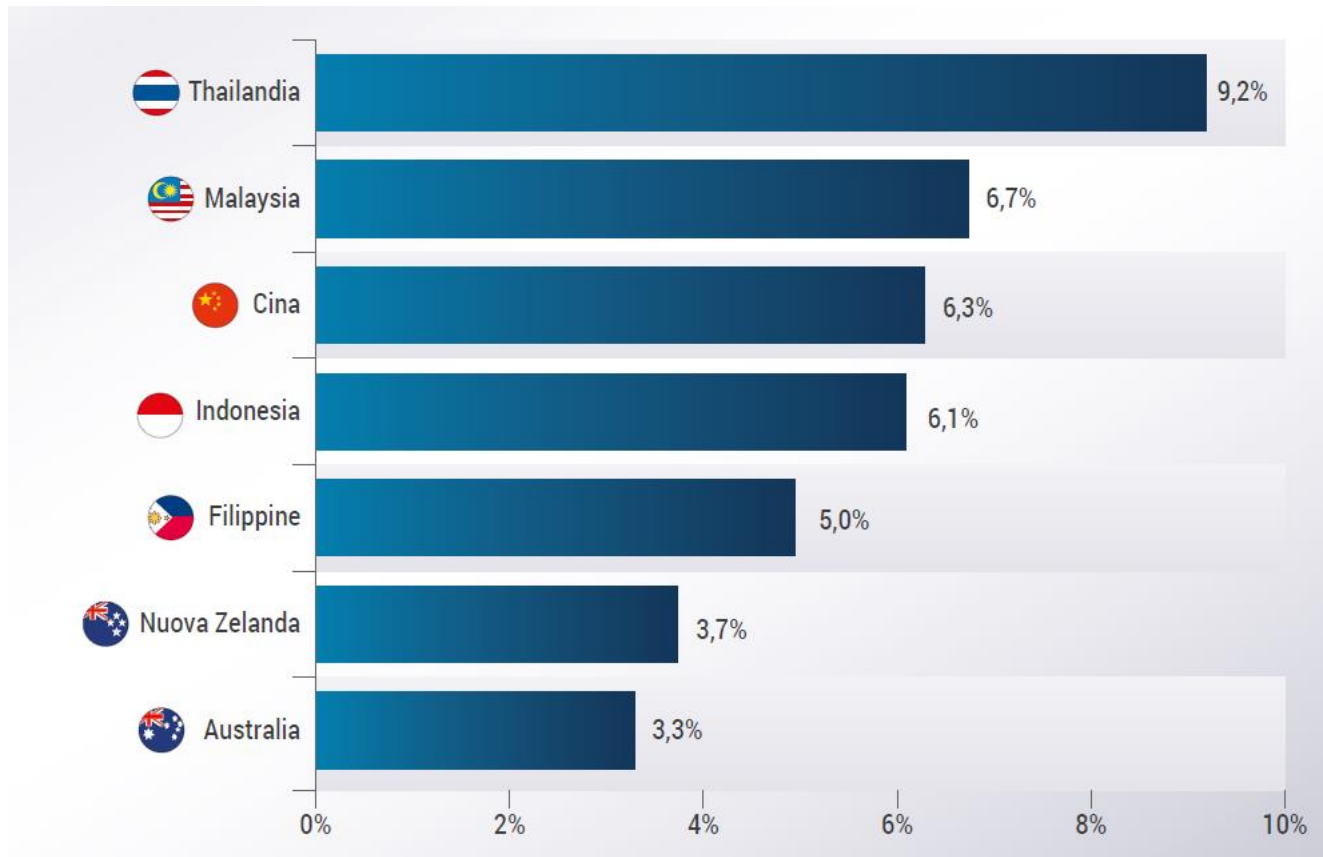
	Cina 	Indonesia 	Australia 	Malaysia 	Filippine 	Thailandia 	N. Zelanda 
Abbigliamento e tessile casa	Orange	Orange	Orange	Orange	Green	Red	Orange
Alimentare e bevande	Orange	Red	Orange	Red	Red	Red	Red
Altro	Green	Orange	Green	Green	Green	Orange	Orange
Calzature	Orange	Orange	Green	Green	Green	Orange	Green
Ceramica	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Chimica, farmaceutica e cosmetica	Orange	Orange	Green	Orange	Orange	Red	Green
Elettrotecnica ed elettronica	Green	Green	Green	Green	Green	Orange	Green
Gioielleria-oreficeria	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Legno e arredo	Green	Orange	Orange	Green	Green	Orange	Green
Nautica	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Occhialeria	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Pelletteria	Green	Green	Green	Green	Green	Orange	Green
Veicoli a motore	Red	Red	Orange	Orange	Red	Orange	Red
Vetro	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green

Nota: Il colore **verde** indica un basso rischio di *import substitution*, l'**arancione** medio e il **rosso** alto.

Fonte: elaborazioni SACE su dati UN-Comtrade e OMC.

Senza accordi commerciali le barriere tariffarie rimangono elevate

(Dazi medi ponderati dell'export italiano nei paesi RCEP selezionati* nel 2019)

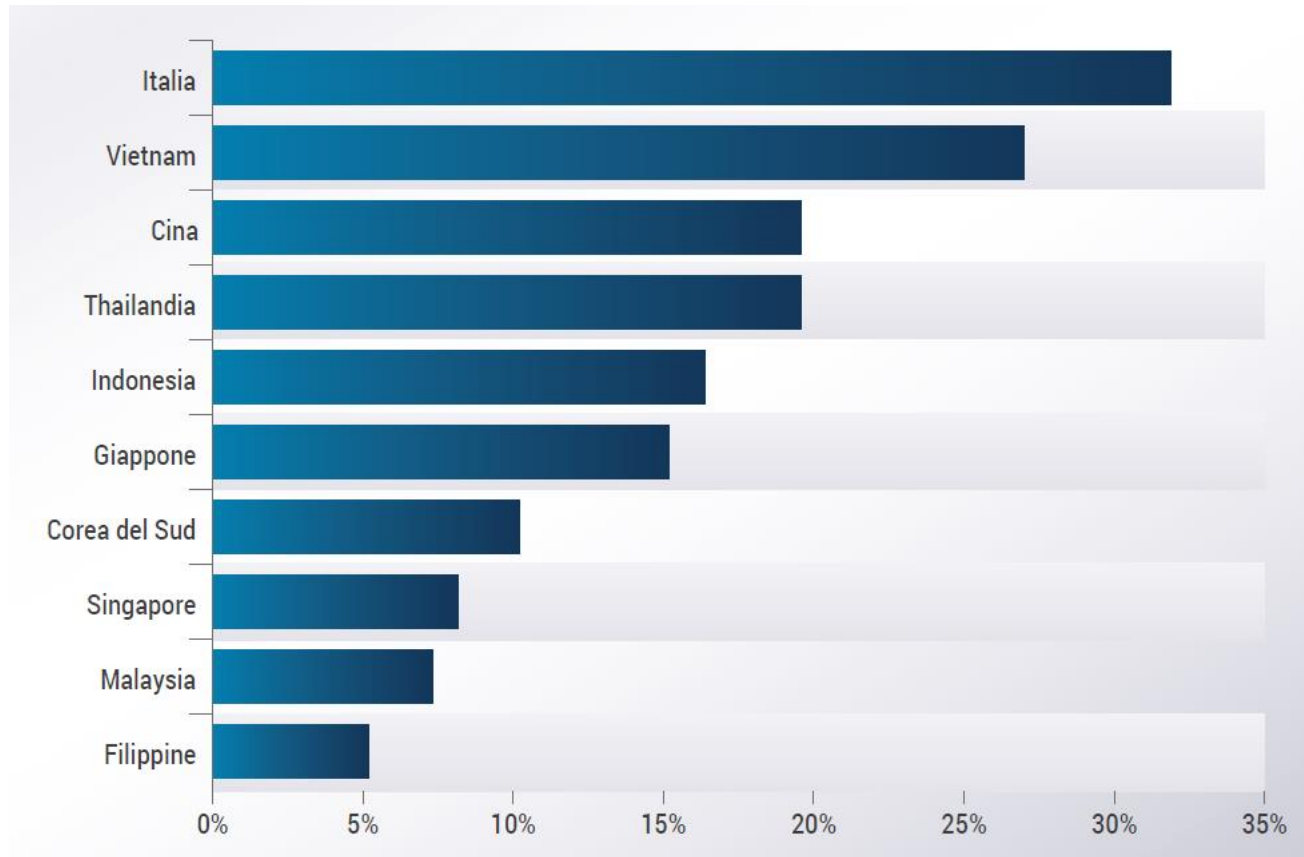


* Dazi calcolati per i paesi con export italiano pari ad almeno 150 €/mln nel 2019 e con i quali non ci sono accordi commerciali preferenziali

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi SACE su dati UN-Comtrade e OMC.

L'Italia vanta una maggiore specializzazione di BBF

(BBF sul totale dell'export di beni di consumo di ciascun paese nel 2019, %)



Indicazioni di *policy*



1. Spronare l'UE a concludere **nuovi trattati di libero scambio** anche con i paesi del RCEP
2. Accelerare la **diffusione dell'e-commerce in Italia**, anche sviluppando le competenze digitali, come volano per accrescere l'export di beni BBF
3. Promuovere la **presenza di beni BBF nelle vetrine digitali**, predisponendone di nuove per valorizzare le eccellenze italiane
4. Fare in modo che **le PMI di subfornitura possano affermarsi con marchi propri**
5. Favorire **reti e consorzi di PMI per rafforzare la loro presenza internazionale**
6. Continuare la **lotta alla contraffazione**