Internazionalizzazione delle imprese italiane: principali strategie negli anni 2011 - 2014 e indicazioni di policy alla luce del V° Rapporto ISTAT sulla competitività dei settori produttivi

Il Rapporto sulla competitività dei settori produttivi elaborato dall'ISTAT, giunto alla V° edizione, rappresenta un appuntamento annuale importante perché mette in evidenza, attraverso un triplice approccio (macroeconomico, settoriale e microeconomico), i principali mutamenti della struttura produttiva italiana e le strategie di innovazione adottate dalle imprese nel periodo più recente.

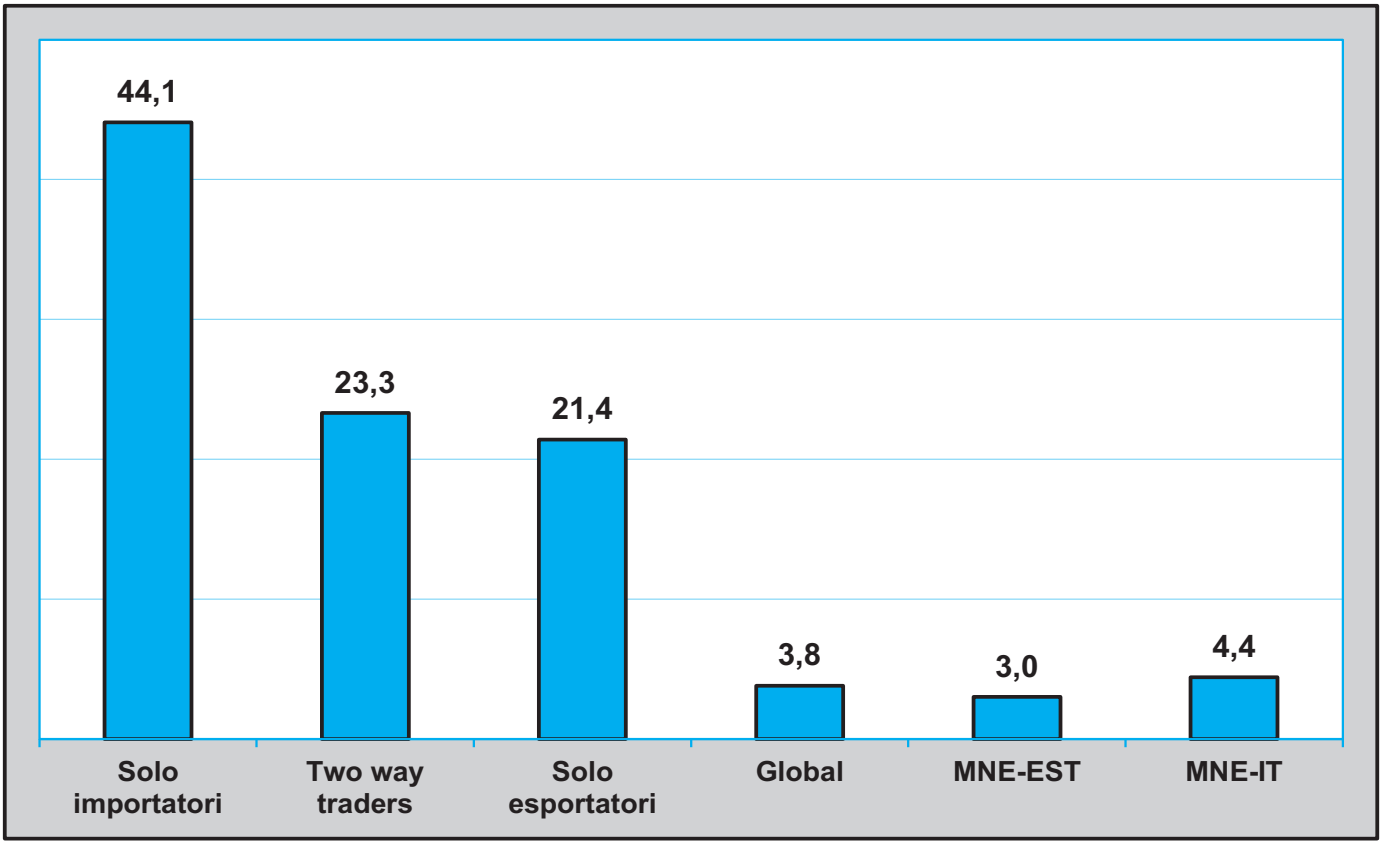
Nel 2014 risultavano attive poco più di 4 milioni di imprese, di cui circa 3,2 milioni (il 78,4%) nei servizi e poco meno di 900 mila (il 21,6%) nella manifattura e nelle costruzioni. Esse assorbivano 15,3 milioni di addetti, di cui 3,6 milioni (il 23,9%) nel manifatturiero, 1,3 milioni nelle costruzioni e 10,3 milioni (il 67,3%) nei servizi. Questi "numeri" sono il risultato di un severo processo di selezione alimentato dalla prolungata fase recessiva iniziata nel 2008. Sotto il profilo strutturale il sistema delle imprese italiane è uscito fortemente ridimensionato dalla crisi: nel periodo 2011 - 2014 si sono persi circa 194 mila imprese (-4,6%) e quasi 800 mila addetti (-5%).

Nel contempo, si è determinato un ampliamento della forbice tra la domanda estera, in aumento, e la domanda interna, in forte contrazione. All'interno di questo scenario, la capacità di intercettare la domanda internazionale ha assunto un'importanza rilevante sia per sostenere il ciclo economico che per la competitività (nonché a volte la stessa sopravvivenza economica) di molte nostre imprese.

Nel 2014 il numero complessivo di imprese esportatrici superava le 177 mila unità, un valore tra i più elevati in Europa. Data la polverizzazione del sistema produttivo italiano, a questa elevata numerosità corrisponde una limitata incidenza in termini di numero di imprese (quelle che esportano sono meno del 6% del totale), accompagnata però da un peso rilevante in termini economici: queste imprese contribuiscono, infatti, a circa la metà del valore aggiunto complessivo del sistema. In questo contesto, le imprese esportatrici del comparto manifatturiero erano circa 86 mila e fornivano oltre l'80% del valore aggiunto del settore e l'85% dell'export complessivo del sistema. Nel 2014 le prime venti imprese esportatrici italiane rappresentavano il 13% delle esportazioni dell'industria, meno dei primi 5 esportatori di Francia e Germania. Inoltre, coerentemente con le caratteristiche di elevata frammentazione del sistema industriale italiano, le imprese esportatrici si caratterizzano per una dimensione relativamente ridotta: le micro e le piccole imprese rappresentavano, rispettivamente, circa il 65% e il 29% del totale delle imprese esportatrici.

La ricerca condotta dall'ISTAT ha approfondito le relazioni tra il grado di internazionalizzazione e la performance aziendale; a tal fine è stata definita una tassonomia delle strategie di internazionalizzazione delle imprese formata da sei classi distinte, con un percorso che procede da forme di internazionalizzazione più elementari a strutture via via più complesse. In tal modo, nella classe più "elementare", sono state considerate le imprese che svolgono solo attività di importazione ("Solo importatori"). La seconda classe ("Solo esportatori") è costituita da imprese che svolgono esclusivamente un'attività di esportazione verso i Paesi dell'area UE e/o verso un massimo di quattro aree geografiche extra-UE. La terza classe comprende le imprese che effettuano attività sia di esportazione che di importazione ("Two-way traders") e la quarta quelle che operano in almeno cinque aree extra-europee ("Global"). Le ultime due classi sono, infine, relative all'internazionalizzazione produttiva. Le multinazionali italiane (MNE-IT) comprendono le imprese localizzate sul territorio nazionale appartenenti a gruppi a controllo italiano che hanno affiliate estere; le imprese a controllo estero ("MNE-EST") comprendono imprese residenti sul territorio nazionale controllate da gruppi esteri. Relativamente al 2014, la classe prevalente è quella dei "Solo importatori" (44,1% del totale), seguita dal gruppo dei "Two-way traders" (23,3%) e da quello dei "Solo esportatori" (21,4%); seguono ad una significativa distanza le quasi 13 mila imprese "Global" che rappresentano il 3,8% del totale delle imprese internazionalizzate e le multinazionali ***(v. figura 1)***.

Figura 1 - Incidenza percentuale delle imprese distinte per forme di internazionalizzazione. Anno 2014



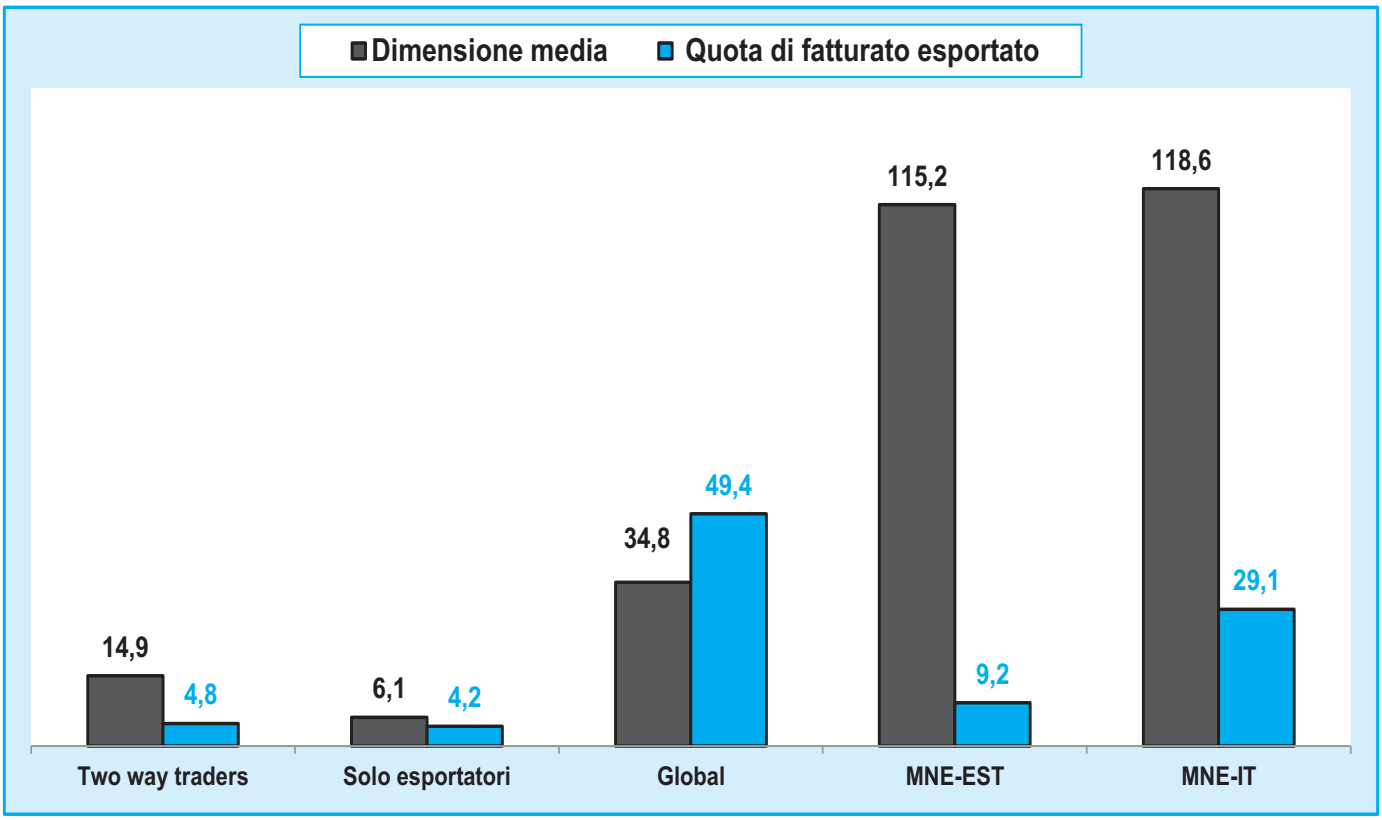
Fonte: ISTAT, Rapporto sulla competitività dei settori produttivi, marzo 2017

E' interessante inoltre evidenziare come, coerentemente con quanto suggerito dalla letteratura, sussista una correlazione diretta ***(v. figura 2)*** tra le forme di internazionalizzazione più evolute e alcune variabili aziendali tra cui la dimensione media (in termini di addetti) e la capacità di generare un'elevata quota di fatturato destinata alle esportazioni (valori in milioni di euro).

Il Rapporto dell'ISTAT permette di estrarre ulteriori informazioni sulla persistenza o meno delle strategie di internazionalizzazione adottate dalle imprese italiane durante il quadriennio 2011 - 2014; in particolar modo circa il 76% delle oltre 211 mila imprese internazionalizzate, presenti in entrambi gli anni, sembra avere mantenuto invariate le proprie modalità di internazionalizzazione. Tale persistenza appare in generale elevata e percentualmente maggiore nelle tipologie più evolute (ad esempio tra le imprese appartenenti a gruppi multinazionali). Nello stesso periodo, tuttavia, un numero non trascurabile di imprese evidenzia un cambiamento di status: il 12,8% (poco più di 27 mila imprese) è transitato verso tipologie più evolute, mentre l'11,1% (circa 23.600 unità) si è spostato verso forme meno complesse di internazionalizzazione. In particolare, le fuoriuscite nette più consistenti hanno riguardato le imprese solo importatrici: oltre 13.700 imprese hanno effettuato un *upgrade* verso forme più evolute, a fronte di un ingresso da classi "superiori" di oltre 11 mila unità (per un saldo negativo di oltre 2.600 imprese). All'opposto, la classe delle imprese "Global" ha aumentato la propria consistenza tra il 2011 e il 2014 (+938 imprese) grazie, principalmente, a un consistente fenomeno di spostamento verso l'alto da parte di imprese (circa 3.500 unità) provenienti da forme meno evolute di attività internazionale.

In altri termini, le imprese internazionalizzate che sono

Figura 2 - Forme di internazionalizzazione e performance aziendale. Anno 2014



Fonte: ISTAT, Rapporto sulla competitività dei settori produttivi, marzo 2017

sopravvissute alla seconda fase recessiva si sono spostate verso forme più evolute di attività commerciale e produttiva oltre i confini nazionali, a conferma del ruolo strategico assunto dalla domanda estera per la competitività del sistema produttivo italiano. In sintesi, in anni di forte caduta della domanda interna (sia dal lato dei consumi che degli investimenti), esportare si è rivelata una condizione necessaria ma non sufficiente per la tenuta competitiva delle nostre imprese: anche le classi delle "Solo esportatori" e "Two-way traders", nelle quali la metà delle unità produttive è ancorata largamente al mercato interno, hanno mostrato una performance negativa. La possibilità di migliorare la propria competitività è stata, dunque, determinata dalla capacità di intercettare la domanda estera su scala più ampia possibile: solo le imprese "Global" hanno registrato (unica tra tutte le tipologie di internazionalizzazione) un incremento di occupazione e di valore aggiunto.
Riguardo al tema dell'internazionalizzazione, il Rapporto approfondisce altri due importanti aspetti volti a stimare, per ciascun comparto dell'industria manifatturiera, la "soglia dell'export" (combinazione dimensioni – produttività necessarie per esportare) e le "soglie di struttura" (combinazione dimensioni – produttività necessarie per avere output adeguati). L'interazione tra le due "soglie" permette di distinguere quattro distinte classi di imprese:

a) imprese "natural-born exporters" che presentano valori di produttività e dimensioni superiori ai valori mediani di settore e contemporaneamente operano sui mercati internazionali;
b) imprese "riluttanti" che, pur avendo caratteristiche dimensionali e di produttività superiori a quelle del settore di appartenenza, hanno scelto di non internazionalizzarsi[(1)];
c) imprese "precarie" che sono caratterizzate da valori di produttività e dimensione inferiori a quelli mediani del comparto e insufficienti per esportare;
d) imprese "smart" che, pur avendo dimensione e produttività inferiore all'impresa mediana del compar-

to, "*hanno gettato il cuore oltre l'ostacolo dei confini nazionali per presidiare i mercati esteri anche senza avere sempre le carte in regola*"[2].

In generale, la distribuzione delle imprese ricavata dalle stime mostra una evidente prevalenza, in pressoché tutte le attività manifatturiere, delle imprese "riluttanti" rispetto alle "smart", con picchi nei settori degli alimentari, delle altre industrie manifatturiere, del legno e dei prodotti in metallo.

Il Rapporto ISTAT è importante perché, da una parte, fornisce un immenso patrimonio informativo - basato su macro e micro dati aziendali (arricchito da distinte schede settoriali) - riguardante i più recenti mutamenti della struttura produttiva italiana e le varie strategie adottate dalle imprese e, dall'altra, dà spunto a suggerimenti di policy con particolare riguardo all'internazionalizzazione d'impresa[3]. Come si evince dallo stesso Rapporto, infatti, la mappa articolata delle imprese esportatrici e potenzialmente tali *"rende possibile: a) identificare con maggiore precisione la platea oggetto del potenziale intervento; b) individuare il fattore, tra i due riconosciuti come principali driver della competitività internazionale (dimensione e produttività), su cui occorre recuperare terreno ai fini dell'accesso all'export; c) ricavare indicazioni sull'opportunità e l'efficacia dell'intervento, sulla base della distanza delle singole imprese dalla soglia dell'export"*.

L'obiettivo di aumentare il grado di internazionalizzazione di un sistema produttivo può essere raggiunto attraverso due distinti approcci: il primo - di carattere estensivo - volto ad ampliare la platea delle imprese esportartici; il secondo - di carattere intensivo - finalizzato a sostenere maggiormente le imprese già impegnate in strategie di internazionalizzazione e fortemente presenti in aree extra europee (come ad esempio le imprese "Global" analizzate all'interno del Rapporto).

In anni recenti, la principale azione di supporto pubblico al nostro export è stato il Piano straordinario per il Made in Italy, attivato nel 2015 e originariamente articolato in 10 misure, di cui 5 da attuarsi in Italia (Potenziamento grandi eventi in Italia, Voucher Temporary Export Manager, Formazione Export Manager, Roadshow per le PMI, Piattaforma E-Commerce per le PMI) e 5 all'estero (Piano GDO, Piano speciale Mercati d'Attacco – es. USA -, Piano "Road to Expo", Piano comunicazione contro Italian Sounding, Roadshow attrazione investimenti). Il Piano si è poi arricchito di altre misure ed è stato aggiornato nell'identificazione di settori e mercati prioritari[4], mantenendo però l'impostazione di fondo che guarda a entrambi gli approcci suindicati. Infatti, tra i principali obiettivi espressi dal Piano, vi sono sia quello di incrementare il volume dell'export, espandendo la presenza internazionale nei Paesi a più alto potenziale di crescita (approccio intensivo) sia aumentando il numero complessivo delle imprese esportatrici (approccio estensivo), trasformando le aziende potenzialmente esportatrici (ad esempio le imprese "riluttanti" seguendo la tassonomia seguita dall'Istituto Nazionale di Statistica) in imprese esportartici abituali.

In coerenza con l'analisi dell'ISTAT, il Piano punta quindi a creare un pacchetto di misure adattato ai distinti gradi di internazionalizzazione delle imprese e ai differenti profili comportamentali. In particolar modo, alla platea delle imprese "riluttanti" sono chiaramente destinate le attività di comunicazione, informazione e prima consulenza portate avanti dal Roadshow per l'Italia internazionale, un ciclo di incontri nelle province italiane per presentare gli strumenti pubblici a disposizione degli esportatori, principalmente erogati dal sistema ICE-SACE-SIMEST.

Alle imprese che hanno invece, con maggior consapevolezza, intrapreso un percorso di apertura ai mercati esteri, è più propriamente rivolto il Voucher Temporary Export Manager[5], che agisce sugli assetti organizzativi e gestionali. L'immissione di competenze esterne in forma "temporary", si è rivelata soprattutto efficace in chi era già presente all'estero. A giudicare quindi dalla valutazione commissionata dal Ministero sul primo bando voucher, lo strumento avrebbe agito più sul margine intensivo (anche nella forma di un maggior numero di mercati toccati).

Sempre dedicato alle imprese "riluttanti" sembra la misura "Alti potenziali", che il Ministero sta avviando con ICE Agenzia nella forma di progetto pilota. Il meccanismo punta ad accrescere le performance esportative di quelle imprese che, pur disponendo di forti vantaggi competitivi sul prodotto o servizio offerto, non riescono a consolidare la loro posizione sui mercati internazionali. Verrà offerto alle aziende un percorso di affiancamento a consulenti di impresa specializzati nei processi di riorganizzazione aziendale e di inserimento nei mercati esteri.

Il segmento delle imprese "smart" fa emergere invece l'esigenza di mettere a disposizione dell'azienda un articolato insieme di supporto finanziario, manageriale e di assistenza in loco, cioè nei singoli mercati esteri, spesso lontani e caratterizzati da complessità e costi di relazione non gestibili da imprese non adeguatamente strutturate. Da quest'ultimo punto di vista, è insostituibile il ruolo svolto dalle agenzie pubbliche di promozione export (in Italia, l'ICE).

Relativamente alle imprese "precarie", invece, si dovrà agire *in primis* sulla leva della dimensione e della produttività, accompagnando in un secondo momento la loro crescita verso i mercati esteri con strumenti ad hoc.
In sintesi, parallelamente alla Rivoluzione Copernicana che dovrebbe spingere gran parte del sistema produttivo verso la digitalizzazione nei prossimi anni (Industria 4.0), si può auspicare una Politica industriale 4.0 che, avvalendosi dell'enorme patrimonio informativo alimentato dall'Istat e da altre istituzioni pubbliche e private, dovrebbe essere in grado di trasformare queste informazioni in conoscenza al fine di individuare e, conseguentemente, implementare appropriate misure.

Paolo Carnazza
(Ministero dello Sviluppo Economico –
D.G. per la politica industriale, la competitività e le piccole, medie imprese.
Divisione VII – PMI, startup innovative e reti di impresa)

Note

(1) Come sottolineato nel Rapporto ISTAT, le specificità settoriali possono influenzare la condizione di imprese "riluttanti"; ad esempio, all'interno dei settori "export friendly" (quali la farmaceutica e il legno) dove la "soglia" all'export (rappresentata dalla dimensione e dalla produttività) sembra favorire l'accesso ai mercati internazionali, altri fattori (quali, ad esempio, l'accentuata concorrenza internazionale, una domanda limitata ai confini nazionali, rapporti di subfornitura) potrebbero incidere sulla performance dell'impresa spingendola lontana dai mercati esteri.

(2) S. Manzocchi, *La spinta della manifattura salvagente per l'Italia*, Il Sole 24 Ore, 4 marzo 2017.

(3) Al riguardo, A. Giunta e S. Rossi (*Che cosa sa fare l'Italia*, Laterza 2017) hanno evidenziato "*il drammatico ritardo di informazione statistica, più accuratamente avvertita a livello micro, sui dati di impresa. Il buon disegno delle politiche e, di non minore importanza, la corretta e indipendente valutazione ex post della loro efficacia richiedono dati appropriati alla conoscenza del fenomeno, ricchi dal punto di vista informativo, facilmente accessibili agli studiosi e ai decisori pubblici*" (pag.87).

(4) L'ultima declinazione del piano contiene, tra l'altro, un focus sui canali e-commerce e sul settore dei beni strumentali, identificando una nuova strategia promozionale per il mercato cinese.

(5) La recente Indagine condotta dal MiSE insieme a ICE (febbraio 2017, sui progetti attuati nel primo semestre 2016) estesa a una platea di 1.281 imprese beneficiarie del voucher (di cui il 75,3% già presente nei marcati internazionali e il 24,7% senza alcuna esperienza al di fuori dei confini nazionali) ha messo in evidenza un diffuso grado di soddisfazione del nuovo strumento e un aumento delle esportazioni attribuibile al voucher.