



COMITATO LEONARDO ITALIAN QUALITY COMMITTEE

LEO
NAR
DO

OLTRE I BRICS nuovi mercati per il made in Italy

luglio 2013

ITALIA 

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

 **prometeia**

indice

Executive summary	3
Introduzione	5
Oltre i brics: la selezione dei paesi	9
Prospettive dei beni di consumo nei mercati ad alto potenziale	14
Prospettive delle infrastrutture nei mercati ad alto potenziale	23
Prospettive dei beni d'investimento nei mercati ad alto potenziale	29
Conclusioni	36
Metodologia	39
Appendice statistica	43
Guida alla lettura delle schede paese	46

executive summary

- ▶ Obiettivo del rapporto è individuare i nuovi mercati che, dopo i Brics, possono rappresentare delle opportunità concrete per gli esportatori italiani.
- ▶ La selezione dei nuovi mercati prende le mosse dalla storia della globalizzazione del nostro paese, tenendo conto dei vantaggi competitivi, delle specificità e delle lezioni apprese dal nostro sistema industriale in oltre 50 anni di storia.
- ▶ I mercati di sbocco sono selezionati ed ordinati in base sia alle proprie caratteristiche strutturali — grandezza del mercato in termini di Pil e popolazione, ricchezza di materie prime, dotazioni infrastrutturali hard e soft, infrastrutture e capitale umano —, sia alle proprie potenzialità — crescita del Pil, del Pil pro-capite, grado di urbanizzazione, sviluppo e investimenti infrastrutturali, redditi soglia —, sia al livello di rischio sovrano, politico ed operativo.
- ▶ L'insieme di tutte le variabili rilevanti viene poi personalizzato in base al tipo di prodotto venduto: beni di consumo, beni di investimento, opere infrastrutturali nella convinzione che mercati diversi per stadio di sviluppo presentino opportunità diversificate per le tipologie di beni prodotti.
- ▶ Per i beni di consumo tipici del Made in Italy, per esempio, la variabile più rilevante è la soglia di reddito (stimata in 11500 dollari pro-capite a parità del potere d'acquisto, poco meno di 9000 euro) da cui si innesca un processo di consumo più dinamico di questi beni. Diverso sarebbe il caso di beni di consumo di massa che non rappresentano tuttavia la specificità italiana.
- ▶ Per i beni di investimento, il driver principale è costituito dal livello di industrializzazione del paese che dà una misura potenziale di quanti macchinari saranno necessari a sostenerne la convergenza industriale verso le economie mature.
- ▶ Per le opere infrastrutturali è determinante la qualità e quantità delle infrastrutture già presenti e i piani di investimento previsti sia a livello governativo, sia sostenuti dalle organizzazioni internazionali.
- ▶ Ciascun comparto è poi confrontato con la quota di mercato italiana e di conseguenza dei concorrenti per verificare le potenzialità reali delle nostre esportazioni. A questo fine sono stati inclusi anche mercati più piccoli e geograficamente più vicini, tradizionali partner commerciali delle nostre imprese.
- ▶ Il rapporto è corredato su supporto elettronico da 25 schede paese ciascuna per 5 settori: alimentare, moda e accessori, piastrelle, arredamento, e meccanica.

introduzione

«Che straordinaria stagione nel progresso dell'uomo fu quella che terminò bruscamente nell'agosto del 1914! (...) L'abitante di Londra poteva ordinare per telefono, mentre sorseggiava il suo tè del mattino a letto, una quantità di prodotti provenienti dall'intero globo e nello stesso modo poteva investire la sua ricchezza nelle risorse naturali e nelle nuove imprese di ogni angolo del globo (...) poteva inoltre utilizzare mezzi di trasporto rapidi e a buon mercato per recarsi in ogni nazione e clima senza bisogno di passaporto o di altre formalità.»

(Keynes, 1919, p.6, citato in Sachs e Warner, 1995)¹.

Era il 1919 e si era da poco e bruscamente conclusa la prima fase di globalizzazione (dal 1870 al 1914) che fu per molti versi assai più intensa e rapida di quella attuale.

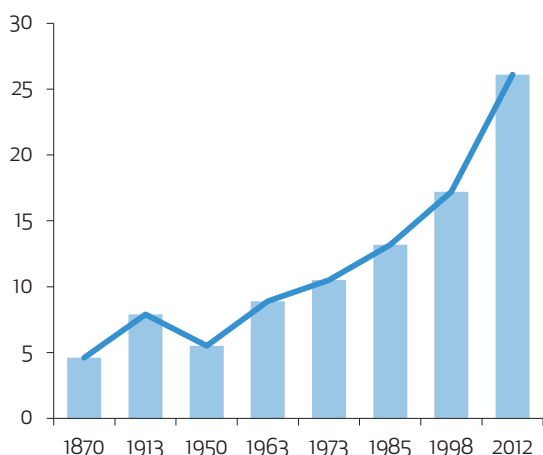
Per la seconda ondata si è dovuto aspettare circa il 1960, con un'intensificazione molto vivace a partire dagli anni '80. E' questo il processo di globalizzazione che conosciamo oggi e che ha attraversato anch'esso diverse fasi distinte, ciascuna con alcune caratteristiche prevalenti.

Occorre notare come all'inizio della prima ondata il mondo fosse equamente ed omogeneamente povero ed agrario. All'inizio della seconda ondata, il mondo era invece diventato nettamente diviso in due gruppi: nazioni industriali ricche e paesi poveri produttori di materie prime. A distanza di oltre 50 anni questo intervallo sembra accorciarsi assai celermente, con la Cina diventata il secondo paese nel mondo per Pil nominale, dopo gli Stati Uniti, ed una classe media nei paesi emergenti che cresce ad un ritmo di 60 milioni

di persone all'anno, l'intera popolazione dell'Italia. Questa riflessione ci orienta nella ricerca dei nuovi potenziali mercati di sbocco per le nostre produzioni.

All'inizio degli anni '80, quando la seconda ondata di globalizzazione cominciò ad intensificarsi e molte grandi imprese italiane si insediarono nei mercati emergenti, trasferendo negli anni a seguire intere parti delle proprie filiere produttive, coinvolgendo la propria catena di fornitura nel radicamento nei nuovi mercati, i BRICS erano ancora considerati mercati ad alto potenziale. Uno studio di Goldman Sachs della seconda metà de-

Fig. 1: Peso degli scambi manifatturieri sul PIL mondiale (percentuale)



¹ Keynes "Le conseguenze economiche della pace" 1919, come riportata nell'articolo di Jeffrey Sachs ed Andrew Warner, "Economic Reform and the Process of Global Integration", Brookings Papers, 1995.

gli anni '90 identificava nella Cina al 2050 uno tra i maggiori mercati sia per i beni durevoli, sia per quelli di consumo; la Cina è diventata il primo mercato per l'auto nel 2011. La realtà ha di gran lunga superato la capacità previsiva.

Per questo motivo, oggi, nel cercare di identificare i nuovi mercati ad alto potenziale oltre ai BRICS, ormai per molti aspetti, anche se non per tutti, assimilabili ai mercati occidentali, ci siamo lasciati guidare dalla storia industriale ed economica per costruire una metodologia il più possibile aderente alla realtà pur con solidi fondamenti teorici e radici nella letteratura scientifica².

Giova ricordare che i moventi della prima ondata di globalizzazione furono spesso, oltre al dividendo demografico e al potenziale economico dei paesi di destinazione, anche gli accordi commerciali bilaterali e le nascenti aree di libero scambio, per esempio il Mercosur, e incentivi specifici all'insediamento elargiti dai paesi emergenti. Erano gli anni pre-accordo di Marrakech (1994), che sancì la nascita del WTO, e quindi assai prima delle negoziazioni di Doha e dell'ingresso della Cina nel WTO (2001). In questi anni si sviluppa la globalizzazione soprattutto di quelle imprese che diventeranno le grandi multinazionali e il commercio lungo le catene del valore avviene soprattutto nella fase dei prodotti finiti. Occorrerà aspettare almeno ancora un decennio perché le catene di produzione, con la mobilitazione anche delle fasi più a monte e dei beni intermedi, diventino veramente globali ed il commercio mondiale si sposti da una prevalenza di beni finali ad una prevalenza di materie prime e di beni intermedi.

Nel frattempo, abbiamo imparato a dare il giusto peso al fattore rischio. La maggior parte dei paesi destinatari di flussi di investimento nella fase precedente della globalizzazione attraversano pesantissime crisi valutarie e finanziarie. E' il caso del Messico nel 1994, del Sud-Est Asiatico nel '97, della Russia nel '98, del Brasile nel '99, della Turchia nel 2001, per finire con l'Argentina nel 2002.

Fu una lezione amarissima per i paesi occidentali, tanto che ne seguirono pesanti disinvestimenti dai mercati emergenti e un consistente ridimensionamento dei flussi di commercio. Finì il mondo dei cambi fissi e quasi tutti i paesi adottarono cambi flessibili, più adatti ad ammortizzare le fluttuazioni di mercato. Il recupero, tutt'altro che accidentato, fu piuttosto rapido: i paesi emergenti consolidarono le proprie posizioni interne, rafforzando le riserve, risanando i conti pubblici, sviluppando una propria capacità industriale, anche facendo tesoro della tecnologia e del know-how precedentemente trasferito dai paesi occidentali. Questo consentì una rapida vivificazione degli scambi internazionali, un conseguente decennio di crescita quasi ininterrotta, un'esplosione del reddito disponibile pro-capite di questi paesi e una profonda modificazione dei flussi di commercio ormai sempre più articolati lungo filiere globali di produzione.

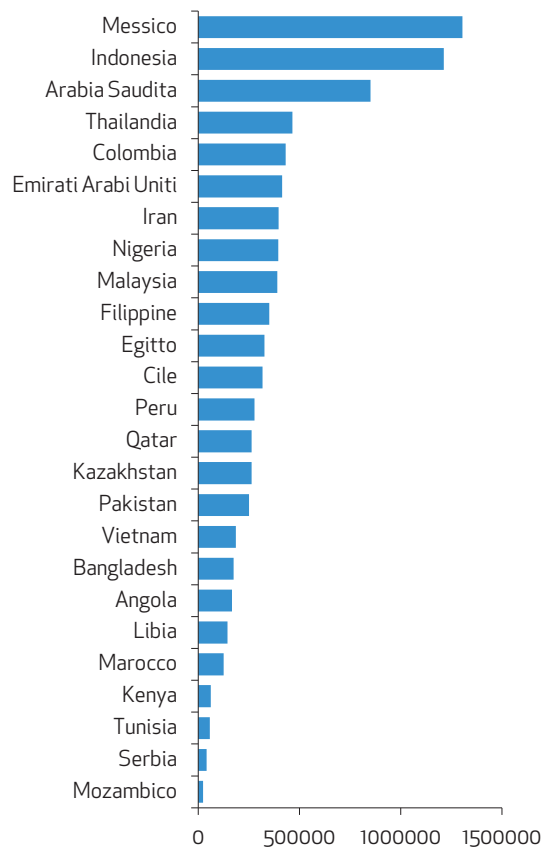
Se gli emergenti impararono la lezione del controllo delle proprie finanze pubbliche, della crescita sostenibile e della necessità di sviluppare una propria capacità produttiva e di domanda interna, gli avanzati dovettero imparare a gestire i rischi. Appresero che investimento e commercio con mercati lontani e non maturi richiedevano tempi lunghi, una solida patrimonializzazione e un attento ed efficace controllo

² Per un dettaglio più rigoroso della cluster analisi che ha portato all'individuazione dei 25 paesi si rimanda alla nota metodologica allegata a questo rapporto.

dei rischi. Ne è seguito un ravvivato commercio internazionale ed un'ancora più intensa attività di investimento, questa volta in entrambe le direzioni, verso e dai paesi emergenti, che portò al formarsi dei blocchi di commercio ed investimento così come li conosciamo oggi.

I BRICS escono da questo scenario caratterizzato dall'apertura di un grande bacino sia di produzione sia di vendita, prezzi delle commodity in rapidissima ascesa, come risultato di un inarrestabile processo di industrializzazione, sfide incessanti per accaparrarsi il controllo dei principali mercati produttori di materie prime. E proprio dalla ricchezza di materie prime prese le mosse uno dei primi tentativi per l'individuazione di chi sarebbe venuto dopo gli stessi BRICS. Sempre Goldman Sachs trova nel 2005 la formula dei cosiddetti next-11 come mercati ad alto potenziale per investimenti ed export, proprio a partire dalle dotazioni di risorse naturali di molti paesi e da un super ciclo delle commodity che sembrava destinato a perdurare per molti anni a venire. La grande crisi finanziaria dei paesi avanzati simbolicamente cominciata nel 2008 con il fallimento di Lehman Brothers tuttavia, pur non modificando sostanzialmente il livello dei prezzi delle materie prime, ne toglie sostegno alla dinamica a causa del contenimento della domanda mondiale causata dai paesi avanzati. Nel frattempo nuovi investimenti sul fronte dell'offerta, modelli di produzione più efficienti e sourcing alternativi hanno riportato in equilibrio molti mercati delle materie prime, che pur rimanendo un fatto di crescita potenziale, non bastano da sole a garantire scenari di crescita di lungo termine ai paesi produttori.

Fig. 2: PIL al 2020 dei mercati ad alto potenziale (valori in milioni di euro a prezzi del 2012)



Emerge in sintesi come non basti una dimensione unica a individuare i mercati di domani. Per questo, nella selezione dei mercati più promettenti, abbiamo tenuto conto non soltanto delle tradizionali variabili di sviluppo - la demografia, il Pil, il Pil pro-capite, il livello dei dazi - ma anche della qualità del sistema distributivo, della facilità del doing business, e dei rischi sovrani, politici, operativi insiti nei mercati emergenti.

Quello che è certo è come l'asse della crescita sia oggi saldamente in mano ai mercati emergenti ed il dividendo dell'internazionalizzazione, in differenza rispetto alla domanda interna, non è storicamente mai stato così alto, soprattutto in Italia, dove la contrazione dei consumi è attesa confermarsi intensa anche nel 2013, nell'ordine dei 3 punti percentuali, un inedito in oltre 40 anni di contabilità nazionale.

Priorità assoluta va quindi rivolta all'individuazione dei nuovi mercati target per le nostre im-



prese, scelti nella consapevolezza che viene sia dalla nostra storia industriale, sia dalla storia recente dell'internazionalizzazione dell'economia mondiale. Forti dell'esperienza degli anni novanta sappiamo oggi che approcciare nuovi mercati richiede non soltanto una grande capacità innovativa, di marketing, di distribuzione, di presidio, ma anche una capacità finanziaria solida, una conoscenza profonda e variegata dei territori, della cultura, degli usi, sappiamo che come mutano i percorsi di consumo dei consumatori occidentali, così e forse più rapidamente mutano quelli dei paesi emergenti, che tutti si formano un'opinione sui prodotti non più soltanto legata allo status, alla qualità e al brand, ma anche attraverso l'opinione degli altri consumatori nel mondo. La rete è un potente amplificatore di successi ed insuccessi e le preferenze tanto locali quanto globali sono sempre più influenzate dal consumatore mondiale. Assai più difficile è anticipare i gusti di un 'consumatore tipo' mondiale che mantiene le proprie specificità locali di quanto non fosse comprendere le tendenze che si formavano con il passaparola. La sfida che le nostre imprese hanno di fronte nell'approcciare i nuovi mercati è una sfida complessa: fatta di comprensione del contesto locale influenzato da tendenze globali. La capacità di far fronte alle necessarie operazioni di scouting, di innovazione continua, di presidio non mediato dei mercati, richiede una capacità finanziaria assai superiore alla media storica. Per questo, oltre alla selezione dei mercati lontani a maggior potenziale e minore rischio, abbiamo affiancato alcuni mercati che, anche se più piccoli per dimensione, ma con elevata crescita, risultano geograficamente più vicini, culturalmente più contigui, in modo da fornire un panorama il più completo possibile delle opportunità di internazionalizzazione per le nostre imprese, anche le più piccole.

Ultima, ma non meno importante, distinzione che abbiamo operato è l'approccio ai mercati per tipologia di opportunità: beni di consumo, beni di investimento e infrastrutture.

Siamo in altre parole a una geografia dei mercati del futuro che cambia in funzione della specializzazione settoriale delle imprese interessate. E' infatti evidente come mercati che per sviluppo del reddito pro-capite, livello di urbanizzazione, intensità di crescita possano essere assai rilevanti per i produttori di beni di consumo, mentre mercati ad uno stadio ancora meno sviluppato, ma ad alto potenziale, possano essere idonei ad investimenti infrastrutturali, così come mercati che si affacciano ad una dinamica industriale più sostenuta siano maggiormente ricettivi per i beni di investimento.

Per questo nelle schede di approfondimento collegate a questo rapporto abbiamo suddiviso i mercati non solo per destinazione geografica, ma anche per destinazione d'uso così che ciascun produttore possa operare una scelta maggiormente informata, ed arricchita di indicatori specifici, in relazione al proprio business.

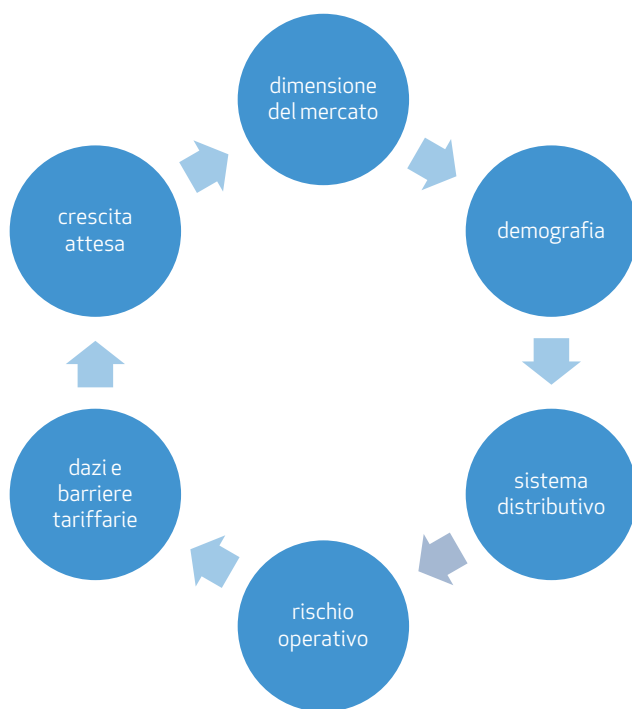
oltre i brics: la selezione dei paesi

Dimensione e crescita sono due aspetti che fanno di un bacino di domanda un mercato interessante. Apertura verso l'estero, grado di sofisticazione del consumatore, qualità del sistema distributivo, affidabilità del paese trasformano questo mercato interessante in un'opportunità. Queste sei dimensioni (declinate in scala dell'import, crescita economica attesa, livello di sviluppo del paese, sistema distributivo, dazi e rischio operativo) rappresentano le variabili chiave attraverso cui partendo dal gruppo dei 149 paesi emergenti, così come identificati dal Fondo Monetario Internazionale, l'analisi arriva a individuare un sottoinsieme di 25 mercati ad alto potenziale, oggi in parte ancora di frontiera, ma candidati a rappresentare in un orizzonte di medio termine un'alternativa o anche solo un complemento ai cosiddetti BRICS.

Su questi ultimi una parte delle imprese italiane è tuttavia arrivata in ritardo rispetto ad altri competitor. Si è perso così quel vantaggio di first mover che garantisce una certa rendita di posizione a chi si insedia agli albori del processo di sviluppo e una serie di esternalità positive a livello di sistema paese (per esempio dalle commesse per infrastrutture ai macchinari, dalla costruzione delle new town ai prodotti per le abitazioni, come elettrodomestici, piastrelle, mobili, tessile casa). Se oggi i BRICS rappresentano un

mercato che nel suo insieme vale quanto gli Stati Uniti per valore delle importazioni dal mondo, questi paesi sono anche già ampiamente presidiati da tutti i concorrenti internazionali. Alcuni di loro hanno inoltre smarrito la forza propulsiva mostrata negli anni passati e soprattutto in termini competitivi hanno sviluppato un'offerta locale finalizzata all'import substitution. Il risultato è che l'ingresso di produttori stranieri diventa sempre più complesso, spesso discriminato da politiche commerciali ostili e poco trasparenti verso le importazioni, o comunque comporta un sacrificio dei margini e dei tempi di rientro dell'investimento, variabili chiave soprattutto per le PMI.

Fig. 3: I mercati ad alto potenziale: le variabili considerate



Sono tuttavia le stesse forze economiche che hanno portato all'emersione dei BRICS a delineare nuove opportunità all'orizzonte, sulla scia di una divisione del lavoro e della ricchezza globale sempre meno polarizzata. Scopo dell'analisi è offrire una guida alle imprese italiane nell'individuazione dei mercati di domani, guardando da un lato al potenziale macroeconomico dei diversi paesi, ma contemporaneamente anche alla loro accessibilità sul fronte operativo. L'obiettivo è quello di andare oltre i cosiddetti emergenti noti, identificando allo stesso tempo una serie di variabili chiave che possano guidare le imprese nella scelta.

Un primo elemento ha a che fare con la dimensione del mercato potenziale. All'interno dei 149 mercati emergenti, molti sono paesi dal taglio ridotto con pochi milioni di abitanti. Se nel caso delle economie mature, la dimensione è una variabile importante, ma non fondamentale, per i nuovi mercati il discorso è in realtà più netto. In primo luogo le dimensioni giustificano l'investimento per adattare il proprio prodotto a norme e gusti locali oltre che i costi di apprendimento, nonché quelli burocratici, comunque necessari a entrare nel mercato. Maggiore è la popolazione e quindi numerosi i consumatori potenziali più facile è il raggiungimento del break even di questo onere fisso per l'internazionalizzazione. L'esperienza dei BRICS ha inoltre insegnato come un ruolo fondamentale nella crescita economica dei mercati, ma anche tecnologica, dipenda dalla capacità dei paesi di attrarre investimenti dall'estero, uno scenario che è tanto più probabile quanto ampio il potenziale demografico, un elemento che garantisce abbondanza di manodopera e dimensioni adeguate al mercato finale. La prima procedura di filtro è stata quindi l'esclusione dei cosiddetti emergenti minori, paesi al di sotto dei 5 milioni di abitanti, un processo che ha ridotto a 89 il numero dei potenziali candidati.

Su questi paesi è stata organizzata una cluster analysis, una procedura statistica in grado di raggruppare fra loro i paesi secondo una serie di dimensioni economiche concordate. Si tratta in altre parole di isolare in gruppi omogenei, tutti i paesi che hanno caratteristiche simili rispetto alle dimensioni individuate che rendono un mercato attrattivo e di prospettive per le imprese italiane. L'obiettivo è in prima battuta quello di scegliere i paesi oggi più vicini al gruppo dei BRICS per poi meglio segmentare quelli meno noti, ma ugualmente assimilabili utilizzando i dati economici e di accessibilità al mercato.

L'analisi cluster fra gli emergenti è stata organizzata su due livelli, un primo più generale per far affiorare le opportunità più evidenti (da cui emergono 41 mercati) e un secondo volto a recuperare quei paesi oggi ancora poco aperti, ma che presentano uno scenario economico in rapida crescita (25 mercati). A un primo livello, la cluster analysis ha individuato in particolare quattro raggruppamenti secondo la dimensione del mercato (il valore delle importazioni di manufatti nel 2012), il grado di sviluppo del paese (approssimato dal PIL pro capite), il livello medio dei dazi, il rischio operativo (attraverso l'indicatore sintetico doing business della World Bank) e la qualità del sistema distributivo che include le caratteristiche strutturali dell'offerta (per esempio canali moderni rispetto a tradizionali), ma anche aspetti logistici come la puntualità di consegna dei trasporti marittimi e la competitività dei prezzi, l'efficienza delle procedure doganali e la tracciabilità della merce sul territorio³.

Depurati degli stessi BRICS e degli emergenti per così dire più sviluppati nei primi due clusters rimango-

³ Per un dettaglio delle fonti e degli indicatori utilizzati si rimanda alla nota metodologica del rapporto.

Tab. 1: I quattro cluster per gli emergenti (valori medi)

	migliori noti	buoni, ma chiusi	difficili chiusi	peggiori
import medio in milioni di dollari	126 195	159 732	13 978	13 404
Pil procapite in dollari PPP	18 935	6 000	2 846	1 723
aliquota media dazi	6	10	10	12
Qualità distributiva*	87	70	26	28
Rischio operativo*	74	35	51	11

* valori normalizzati da 1 a 100, l'indicatore migliora al crescere del punteggio

no un set di paesi virtuosi che presentano un rilevante livello di importazioni di manufatti, segnale di un mercato ricettivo, e un PIL pro capite relativamente elevato, che suggerisce una domanda potenzialmente più sofisticata e indirizzata verso beni di fascia alta e un consumo più qualificato in linea con l'offerta di Made in Italy. Analogamente sono relativamente migliori rispetto alla media degli 89 mercati emergenti considerati sia la qualità del sistema logistico e sia l'efficienza del sistema distributivo. La principale discriminante tra i due gruppi è rappresentata dalla maggior chiusura relativa di un cluster rispetto all'altro, come evidenziato dall'elevato livello dei dazi medi, e soprattutto da un più alto rischio operativo (ad esempio peggiori tempi giudiziari e livelli di tutela della proprietà intellettuale). I due cluster così identificati forniscono al gruppo dei mercati ad alto potenziale rispettivamente 10 e 8 paesi.

Se in questi primi due gruppi troviamo paesi dal potenziale per così dire più evidente è già relativamente coinvolti nel commercio internazionale, fra quelli esclusi è opportuno operare un'ulteriore selezione, in modo da mitigare con le prospettive a medio termine un risultato oggi non ancora soddisfacente. Si tratta di paesi a un minor grado di sviluppo, spesso ancora relativamente tagliati fuori dal quadro del commercio internazionale, ma proprio perché di frontiera non privi di opportunità. Molti di questi paesi hanno per esempio intrapreso un processo di ammodernamento infrastrutturale, un passaggio che anticipa lo sviluppo industriale e che crea le fondamenta per un'accelerazione della crescita nel prossimo futuro. Operando quindi una nuova cluster analysis fra i paesi emergenti esclusi nei passaggi precedenti, emergono in particolare due gruppi meritevoli di attenzione, quelli con crescita attesa alta nell'orizzonte di previsione (oltre il 7% annuo), ma con dazi elevati e quelli con crescita comunque buona (mediamente non lontana dal 6%) oltre che un livello relativamente più contenuto dei dazi. Oltre 25 paesi sono riconducibili a questi due cluster che raccolgono per la maggior parte paesi dell'Africa subsahariana e dell'Asia centrale.

Attraverso i due passaggi dell'analisi cluster, e l'esclusione degli emergenti noti o i paesi marginali per l'export italiano, i mercati di potenziale interesse per le imprese arrivano a 66. Al loro interno ci sono infatti paesi che seppure con tempistiche differenti possono esprimere nuove opportunità per le imprese italiane, l'esperienza delle crisi passate insegnano a non sottostimare la componente di rischio tipica dei mercati emergenti. Anche recenti iniziative di nazionalizzazione di imprese soprattutto nel comparto energetico portano a considerare il fattore rischio politico dei paesi come uno degli elementi con cui discriminare i paesi candidati. Se infatti il rischio politico non può essere considerato espressamente all'interno della cluster, la sua dimensione può in qualche maniera filtrarne i risultati. Utilizzando le definizio-

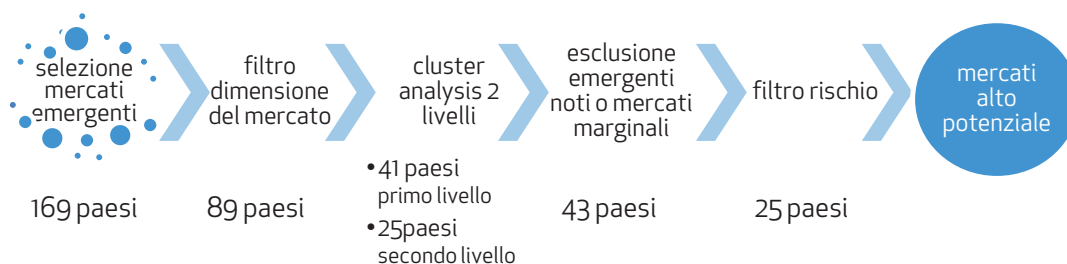
Tab. 2: I paesi selezionati

migliori noti	prima scelta (emergenti prima fascia)		secondo step (emergenti seconda fascia)	
	buoni ma chiusi	alta crescita, chiusi	buona crescita e aperti	
Emirati Arabi	Egitto	Kenya	Angola	
Cile	Indonesia	Bangladesh	Kazakistan	
Colombia	Libia	Mozambique		
Malaysia	Filippine	Nigeria		
Perù	Marocco	Pakistan		
Qatar	Serbia			
Arabia Saudita	Vietnam			
Thailandia	Iran			
Tunisia				
Messico				

ni adottate in ambito OECD, sono quindi stati generalmente esclusi dall'elenco i paesi per cui il rischio è stato reputato eccessivo per garantire solidità alle prospettive di crescita. Qualche eccezione a questo filtro è stata tuttavia concessa per quanto riguarda i paesi a maggior potenziale infrastrutturale. Vista la dimensione delle opportunità evidenziate in quest'ambito, la presenza italiana spesso abbastanza radicata e il traino che lo sviluppo infrastrutturale è in grado di esercitare verso i settori industriali sono, quindi, stati mantenuti all'interno dell'analisi paesi altrimenti rischiosi come Libia, Egitto, Iran, Nigeria. Al termine della procedura l'elenco definitivo potenziale si è ulteriormente ridotto a 25 paesi, che rappresentano l'oggetto finale dell'analisi sui mercati a maggior potenziale per le imprese italiane.

Un ulteriore passaggio è stato quello di riclassificare questi paesi sulla base del potenziale settoriale. Come già anticipato, a un diverso grado di sviluppo corrisponde infatti una diversa attrattività dei mercati non solo in termini assoluti, ma anche relativi fra i diversi settori. A un primo stadio troviamo per esempio paesi ancora poco presenti nella mappa della produzione mondiale, ma che stanno investendo molto nel favorire il loro sviluppo attraverso iniziative nel comparto delle costruzioni. In particolare per stimare quelli che fra i 25 presentano le maggiori opportunità è stato utilizzato un modello econometrico che mettesse in relazione la dotazione infrastrutturale con le prospettive determinate dal tasso di urbanizzazione, dalla crescita del PIL e della popolazione per sei diverse categorie di infrastrutture (capacità

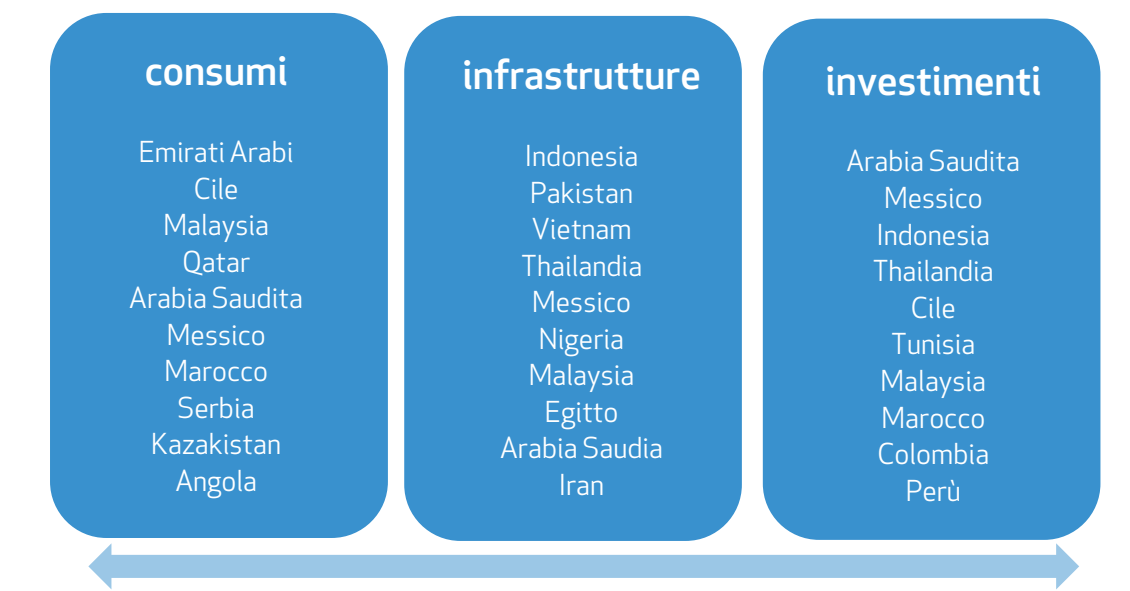
Fig. 4: La selezione dei mercati ad alto potenziale: sintesi



elettrica installata, la rete stradale e ferroviaria, telefonia fissa e mobile e accesso all'acqua).

Modelli analitici ad hoc sono stati inoltre utilizzati per differenziare all'interno dei 25 paesi i mercati più interessanti per i beni di consumo e quelli per i beni d'investimento. L'intuizione è che a un diverso grado di sviluppo del paese sia differenziata anche la domanda di beni richiesti dall'estero. In un primo stadio la domanda è orientata prevalentemente all'acquisto di tecnologia (e quindi denso di opportunità per i produttori della meccanica italiana), in una fase successiva diventa recettiva anche per i beni del Made in Italy tradizionale. In particolare sono state stimate per tutti i settori analizzati le cosiddette soglie critiche e la distanza da queste dei singoli paesi (meccanica, moda, sistema casa, alimentare). Con questa espressione si fa riferimento a un livello di reddito medio pro capite a partire da cui la domanda è prevista subire un'accelerazione più repentina. La reattività dei consumi e degli investimenti ai redditi non è infatti un processo lineare e tende ad accelerare o rallentare in un funzioni di livelli specifici. Per le importazioni di Made in Italy in particolare è stato stimato come all'approssimarsi degli 11 500 dollari (quasi 9000 euro) di PIL pro capite, i consumi dei paesi aumentano più che proporzionalmente, in virtù di un raggiunto livello di sofisticazione degli acquisti e ricerca della qualità del consumatore che favoriscono l'offerta italiana. Sia per i beni d'investimento, sia per quelli di consumo i 10 mercati a maggior potenziale riportati nello schema sono quindi stati identificati anche in funzione della distanza temporale che separa i nuovi mercati dal raggiungimento delle soglie, oltre che ovviamente alla dimensione del mercato, data dalle importazioni italiane nel paese nell'ultimo anno.

Fig. 5: I primi dieci mercati ad alto potenziale per settore

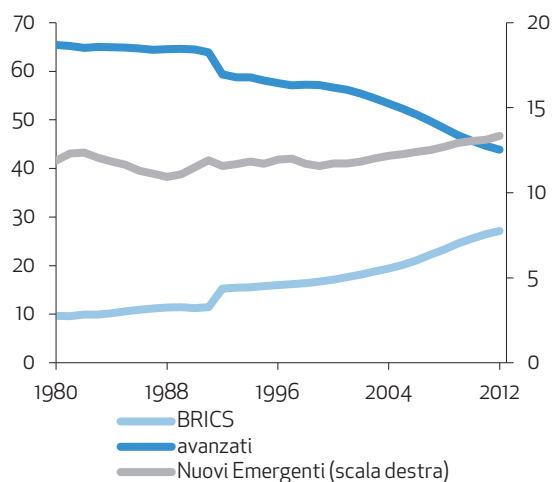


prospettive dei beni di consumo nei mercati ad alto potenziale

Il tempo è il miglior alleato delle imprese italiane dei beni di consumo verso i nuovi mercati, che raggiungeranno nei prossimi anni soglie di reddito e modelli di acquisto sempre più allineati all'offerta italiana. Fra i 10 mercati ad alto potenziale per i beni di consumo ci sono principalmente paesi dove il processo di trasformazione e diversificazione economica è già a uno stadio avanzato. Fra questi gli Emirati Arabi, l'Arabia Saudita e il Qatar presentano le migliori prospettive per le importazioni italiane. Dove il processo di maturazione è ancora indietro, l'offerta italiana potrà comunque contare su un ceto medio urbano in espansione nei paesi dell'Asia centrale, in Kazakistan in particolare, e in America Latina, soprattutto in Messico.

L'ultimo decennio ha visto una radicale evoluzione dei paradigmi a livello mondiale, non solo in termini di localizzazione geografica dei poli produttivi, quanto di ridefinizione delle categorie e dei processi di industrializzazione, sviluppo socio-culturale e crescita economica, sovvertendo in larga misura le teorie e i modelli tradizionalmente definiti dalla letteratura economica. Accomunati da una vasta estensione territoriale, caratterizzata per la totalità dei paesi esaminati da abbondanti risorse naturali o energetiche, dalla varietà etnica, dall'uscita da momenti storici tumultuosi o dalla recente apertura di governi precedentemente autarchici, i paesi qui analizzati rappresentano un Nuovo Mondo, per molti versi ancora largamente inesplorato, ricco di potenziale per chi saprà intercettarne con tempestività le istanze di sviluppo. Con una popolazione giovane, in crescita sia numerica che reddituale, la localizzazione in corrispondenza degli snodi nevralgici del commercio internazionale e di straordinari ritmi di sviluppo economico, essi saranno i nuovi protagonisti sullo scacchiere globale, che guideranno in misura crescente la riconfigurazione dell'economia internazionale verso nuovi equilibri.

Fig. 6: Incidenza delle diverse economie sul reddito pro capite mondiale (quota sul totale)



Se i nuovi emergenti rappresentano già oggi il motore dello sviluppo infrastrutturale ed economico, ponendo nuove formidabili sfide in termini di concorrenti da superare sul terreno della competizione globale, è tuttavia dal punto di vista dei consumi che rappresentano il bacino di maggiore interesse per le aziende italiane, seppur con profili profondamente diversificati dal punto di vista dei tempi, degli approcci ottimali e della sofisticazione della domanda locale. In questo senso, essi rappresentano una nuova affascinante frontiera da approcciare in modo poliedrico, declinando l'offerta in un panorama dei gusti in rapida e sostenuta evoluzione, e caratterizzato in larga misura, a fronte di una crescita economica tumultuosa ed incessante, da una forte disuguaglianza in termini di capacità di spesa tra diverse fasce della popolazione.

Fra i criteri per l'individuazione dei paesi dotati di particolare potenziale in termini di capacità di consumo è intervenuta anche una selezione sulla distanza da soglie di reddito in grado di far accelerare la domanda di consumo di beni di qualità. In particolare, sono considerati con maggiore attenzione paesi che hanno da poco raggiunto o raggiungeranno entro il 2020 un valore soglia di Pil pro capite in grado di renderli target attrattivi per l'export di beni del Made in Italy tradizionale. Il consumo di tali beni, caratterizzati da elevati standard di qualità e da un posizionamento nella fascia alta di prezzo, coincide idealmente con le importazioni degli stessi nei diversi mercati; esso si presenta poco reattivo alla variazione del reddito pro capite fino al raggiungimento di un particolare valore soglia, stimato nell'intorno di 11500 dollari, in corrispondenza del quale sperimenta una forte accelerazione, per stabilizzarsi una volta raggiunto un livello coerente a quello dei paesi maturi⁴.

Tra i paesi selezionati come i maggiormente attrattivi per i beni di consumo nell'orizzonte di previsione figurano in primis le maggiori economie mediorientali, Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti, caratterizzate da un livello dell'indicatore di Pil pro capite che ne ha già ampiamente decretato il superamento delle soglie di reddito delle economie più industrializzate. All'interno di questo quadro si posiziona anche il Qatar, il cui sviluppo relativamente più recente legato alle vaste risorse di gas naturale ha ricalcato i tratti di un autentico boom economico, elevandolo a nuova piccola superpotenza della penisola.

Questi paesi, definiti da una peculiare forma di "modernismo arabo", si connotano per la compresenza di una forte apertura verso l'estero, efficacemente sintetizzata dalla finestra sul mondo qatarina Al Jazeeira, con le istanze caratteristiche di una società ancora fortemente ancorata a valori di natura conservatrice, caratterizzata dalla contrapposizione tra popolazione autoctona e una crescente incidenza della manodopera immigrata. Lo sviluppo industriale ancora embrionale, nonostante i recenti tentativi di diversificazione economica rispetto al mero sfruttamento delle fonti energetiche, ne conserverà nel medio periodo la dipendenza dall'estero per l'approvvigionamento di prodotti di consumo. Allo stesso tempo il reddito crescente spingerà verso un maggiore livello di sofisticazione della domanda e la ricerca di qualità nei propri acquisti, alimentando una sostenuta opportunità per i beni del sistema moda. Lo straordinario sviluppo urbanistico, che ha portato la popolazione urbana a raggiungere il 99% in Qatar, la prossima costruzione delle città del futuro, con il progetto che vedrà dopo il cameo di Dubai, la costruzione di Masdar City, prima città al mondo a zero emissioni, continuerà ad alimentare in misura sostenuta anche

⁴ Si rimanda a questo avviso alla nota metodologica.

Tab. 3: Prospetto di variabili demografiche ed economiche per i mercati ad alto potenziale

	popolazione (2011)	Pil procapite in dollari (2011)	% popolaz. urbana	reddito pro capite per quintile in dollari				
				primo	secondo	terzo	quarto	ultimo
Emirati Arabi Uniti	6.4	64 780	84.3	—	—	—	—	—
Cile	18.1	16 273	89.1	3471	6470	9566	14960	47015
Colombia	49.4	8 238	75.3	1434	3264	5305	8961	28747
Malaysia	32.0	10 946	72.7	3553	6769	10736	16934	40261
Perù	32.9	7 136	77.2	1846	3937	6434	10163	24825
Qatar	2.2	98 737	98.8	16855	—	—	—	224732
Arabia Saudita	32.1	25 163	82.3	—	—	—	—	—
Thailandia	65.7	6 572	34.1	2827	4391	6114	8970	19517
Tunisia	11.5	4 533	66.3	2983	5107	7183	9989	18996
Messico	120.7	10 989	78.1	4121	7348	11144	16887	44099
Egitto	91.5	3 146	43.5	2825	3981	5006	6430	12335
Indonesia	262.4	3 817	50.7	1718	2552	3506	4914	9830
Libia	7.0	14 761	77.7	—	—	—	—	—
Filippine	105.5	2 918	48.9	1239	1951	2873	4358	10293
Marocco	34.2	3 260	57.0	1617	2592	3606	5111	11875
Serbia	7.6	5 667	56.4	4826	7632	10074	13140	22060
Vietnam	95.9	1 705	31.0	1206	1872	2569	3549	7055
Kenya	48.5	1 073	24.0	414	742	1129	1717	4548
Bangladesh	158.2	891	28.4	861	1199	1558	2062	4014
Mozambico	24.8	688	31.2	251	454	659	964	2469
Nigeria	188.7	1 676	49.6	676	1200	1760	2549	5288
Angola	23.4	6 033	59.1	1413	2520	3799	5707	12727
Pakistan	197.5	1 309	36.2	1377	1857	2347	3030	5736
Kazakistan	17.5	12 708	53.6	5132	7400	9606	12521	21614
Iran	81.1	5 568	69.1	—	—	—	—	—

la domanda di beni del sistema casa. Oltre all'impulso dell'edilizia residenziale, anche la domanda alberghiera continuerà a trainare gli acquisti di questi settori, grazie alla centralità di questi paesi come interlocutori strategici nel panorama degli investimenti, che li rende fulcro di un turismo e di un entertainment di alta classe. Un'elevata sofisticazione degli acquisti della popolazione autoctona, sostenuta da una capacità di spesa che non conosce paragoni a livello mondiale e da una forte propensione al lusso e alla componente di esclusività, manterrà sostenuta la domanda di prodotti di alta gamma, che potranno continuare a fruire delle vetrine internazionali offerte dai *mall* e di un sistema distributivo fortemente all'avanguardia nel veicolare questa tipologia di prodotti.

Geograficamente agli antipodi rispetto alla penisola arabica, ma caratterizzato da un livello di Pil pro capite superiore alla soglia critica e da una spesa delle famiglie che ha già superato quella di molti paesi OECD, si posiziona il Cile, economia tra le più progredite del continente sudamericano, classificata dagli

Tab. 4: Domanda di beni di consumo dei nuovi emergenti (variazione media annua delle importazioni 2013-'15)

	Agroalimentare	Mobili	Sistema moda	Piastrelle
Emirati Arabi Uniti	6.1	12.4	13.7	5.9
Cile	5.4	7.0	17.7	-2.4
Colombia	4.3	-4.9	8.8	3.8
Malaysia	11.7	23.3	21.9	13.9
Peru	-0.9	1.5	8.5	17.6
Qatar	7.4	13.1	13.1	7.6
Arabia Saudita	13.6	17.3	12.6	6.6
Thailandia	8.4	5.0	8.0	5.1
Tunisia	0.7	-5.6	10.3	-4.9
Messico	7.0	2.9	11.0	13.5
Egitto	9.4	-1.5	13.0	-16.5
Indonesia	11.0	3.1	16.6	18.2
Libia	17.7	17.5	12.5	27.8
Filippine	8.8	4.0	16.9	2.5
Marocco	5.8	5.5	13.2	9.3
Serbia	3.4	2.9	8.5	4.7
Vietnam	9.4	3.6	22.6	19.8
Kenya	2.8	-0.2	7.8	26.1
Bangladesh	11.6	14.8	17.3	10.7
Mozambico	8.9	6.3	13.3	1.5
Nigeria	9.3	3.3	14.7	-0.4
Angola	14.5	6.8	2.7	8.5
Pakistan	12.6	0.6	13.9	-3.9
Kazakistan	0.3	2.6	23.6	17.4
Iran	-1.7	20.5	17.1	4.2

analisti internazionali come la maggiormente globalizzata. Un quadro politico e istituzionale stabile, una crescita al 2020 vivace e stimata superiore a quella delle principali economie mediorientali, unitamente alla promozione di iniziative volte a estendere l'educazione media e a promuovere migliori standard di vita, continueranno a sostenere nei prossimi anni un dinamico sviluppo della classe media. Questa condizione dovrebbe contribuire ad attenuare l'attuale divario particolarmente sostenuto in termini di capacità di spesa, che vede il 20% della popolazione a maggiore ricchezza detenere un livello di reddito di oltre tre volte superiore al quintile immediatamente precedente. La nuova generazione dei consumatori cileni si caratterizza per una forte sensibilità verso le tematiche di sostenibilità e da una cultura di acquisto consapevole, che rendono il mercato molto simile a quelli maturi in termini di pattern di consumi. Il paese è atteso mostrare una domanda particolarmente dinamica (superiore al 17% in media annua nel triennio 2012-2015) di beni del sistema moda, sostenuta dall'esigenza di distintività e dal valore di *status symbol* di questa tipologia di beni per un'élite in crescente affermazione.

Al limitare della soglia di reddito considerata come discriminante, e prossime a raggiungerla nel brevissimo

periodo, si collocano Malaysia e Messico, economie in parte profondamente differenziate, ma legate dal comun denominatore di presentare una crescente affermazione di nuove classi benestanti metropolitane. Per il Messico in particolare, è l'elevata dimensione del mercato, con un bacino di 120 milioni di individui, di cui circa la metà di età inferiore ai 28 anni, a costituire la maggiore variabile di interesse, unitamente a un'elevata capacità di spesa per più ampie fasce della popolazione (il 40% degli individui a maggiore ricchezza supera i parametri di reddito idealmente necessari per l'acquisto di beni Made in Italy). Per la Malaysia, l'impulso dato dalla progressiva urbanizzazione delle zone rurali, all'origine di un ciclo immobiliare molto positivo, sosterrà in modo significativo gli acquisti di beni del sistema casa, mentre gli elevati tassi di crescita della domanda degli altri beni di consumo saranno ascrivibili alle esigenze di una classe media con una cultura molto più edonista rispetto a quella parsimoniosa che caratterizza molti paesi asiatici.

Seppur più lontani in termini di *catching up* del benessere complessivo, la quasi totalità degli altri mercati considerati mostra comunque un certo livello di interesse, per la presenza di un quintile di popolazione alto spendente che ha già ampiamente superato il valore soglia per i beni di consumo Made in Italy. È il caso di Marocco, Tunisia, Egitto e Serbia, che evidenziano altresì il vantaggio di una forte vicinanza geografica, e nel caso dell'Egitto di una rilevante componente demografica. In queste economie, il traino della crescita delle importazioni nell'arco di previsione sarà principalmente rappresentato dai beni del sistema moda, analogamente a quanto atteso per l'Angola. Il Kazakistan è atteso conferinarsi interessante mercato di sbocco anche per piastrelle in ceramica. Anche se caratterizzato da una popolazione con livelli molto più contenuti di reddito, si segnala la crescita dinamica attesa per la domanda del Bangladesh, che dovrebbe essere interessata da tassi a doppia cifra per tutti i settori di beni di consumo analizzati.

Posizionamento e opportunità per l'Italia

Con l'esclusione delle economie nordafricane, che per prossimità geografica e rapporti commerciali storicamente consolidati mostrano importazioni di beni di consumo dall'Italia maggiormente diversificate, la composizione dell'export italiano nei nuovi emergenti evidenzia una forte concentrazione in un insieme molto ristretto di prodotti di specializzazione, in particolare arredamento e piastrelle in ceramica. Nel 2012, inoltre, l'entità della quota italiana all'interno dei nuovi emergenti continua a mostrare una forte dipendenza dalla distanza geografica, condizione limitativa per la categoria di beni considerata che, a eccezione di quanto concerne il settore alimentare (vincolato alle difficoltà di mantenimento della catena del freddo) mostra inferiori problematiche da un punto di vista logistico rispetto alla spedizione e all'assemblaggio dei prodotti strumentali e di investimento.

Particolarmente penalizzante, e solo parzialmente ascrivibile alle succitate difficoltà di trasporto, il livello della quota detenuta dagli esportatori italiani del settore agroalimentare, comparto che si è caratterizzato per una proiezione sui mercati internazionali relativamente recente. Fanno eccezione al quadro la Libia, in cui la formazione di partnership nella filiera agroalimentare ha esercitato esternalità positive in termini di incremento delle esportazioni italiane, e la Tunisia, dove la quota detenuta dai produt-

Tab. 5: Quota di mercato italiana nel 2012, o ultimo dato disponibile

	Agroalimentare	Mobili	Sistema moda	Piastrelle
Emirati Arabi Uniti	2.3	8.9	4.1	7.2
Cile	0.9	2.5	0.9	3.8
Colombia	0.3	5.8	2.5	2.6
Malaysia	0.3	0.3	1.0	0.3
Peru	0.3	3.5	1.6	6.5
Qatar	—	—	—	—
Arabia Saudita	1.6	8.7	4.1	9.5
Thailandia	0.7	1.8	3.1	1.2
Tunisia	5.6	18.4	35.4	28.5
Messico	0.4	2.4	3.7	13.1
Egitto	0.9	8.1	2.2	3.9
Indonesia	0.4	1.0	0.9	0.3
Libia	7.4	16.5	4.3	4.0
Filippine	0.7	3.0	0.8	4.1
Marocco	0.9	11.5	5.9	11.3
Serbia	—	21.1	18.7	49
Vietnam	0.2	1.0	1.1	0.0
Kenya	2.6	2.7	0.4	2.1
Bangladesh	—	0.9	0.4	—
Mozambico	—	2.5	1.1	4.4
Nigeria	0.8	17.2	3.4	8.2
Angola	1.6	1.1	0.9	0.6
Pakistan	0.2	11.4	1.1	3.8
Kazakistan	1.0	15.6	4.0	4.8
Iran	0.2	3.5	3.1	5.2

tori italiani supera il 5%. Se la quota italiana è maggiore al 2% nel mercato dell'agroalimentare emiratino e kenyota, l'incidenza delle vendite nazionali del comparto presenta soglie inferiori all'1% in tutti gli altri paesi di analisi.

Il settore dei mobili evidenzia le migliori performance in termini competitivi, mostrandosi l'unico ad aver approcciato in misura sostenuta anche i mercati più lontani, come il Pakistan, dove l'Italia figura seconda unicamente alla Cina, o il Kazakistan, dove è preceduta anche dall'Ucraina, in virtù di stretti accordi commerciali, attesi consolidarsi con il prossimo ingresso di Kiev nell'area di libero scambio eurasiatica. Il buon radicamento delle imprese italiane del settore nei mercati pakistano e kazako è stato guidato dall'efficace e consolidata penetrazione degli operatori italiani in Russia e India, che hanno rappresentato un hub non solo di natura commerciale, grazie allo sviluppo di sinergie con la catena distributiva locale, ma anche un mezzo per veicolare il *concept* di design e di gusto del Made in Italy ai paesi limitrofi.

All'interno delle economie sub sahariane, la Nigeria mostra una forte incidenza di acquisti di prodotti di

arredamento dall'Italia, che si posiziona seconda solo alla Cina tra i principali esportatori; appare invece molto contenuta la presenza nazionale in Angola. A questo avviso è da rilevarsi come il Made in Italy acquistato in loco sia spesso più rilevante di quanto spiegato dai livelli di export: paesi come il Portogallo, il Brasile e il Sudafrica, che rappresentano i primi partner commerciali angolani, utilizzano ampiamente e con profitto lo strumento della triangolazione commerciale, rivendendo a prezzo maggiorato i prodotti italiani senza lavorazione aggiuntiva, grazie alla notorietà dei marchi italiani nel mercato locale.

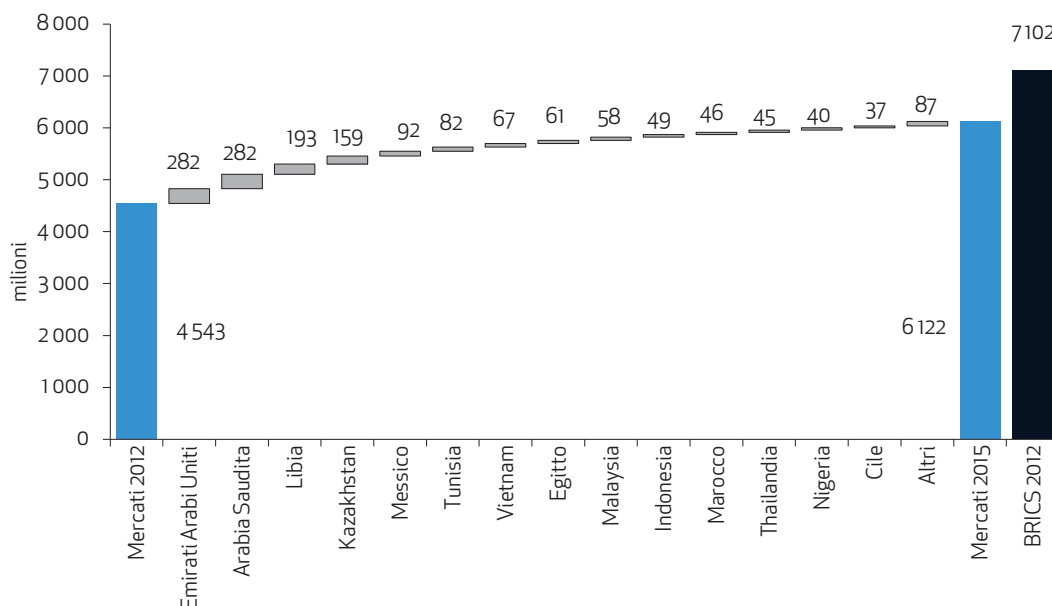
Oltre alle dinamiche di triangolazione commerciale, è la contraffazione a continuare a colpire in modo molto diretto le esportazioni Made in Italy di beni del sistema moda, che detengono una quota ridotta all'interno di tutti i paesi considerati, con l'eccezione di Serbia e Tunisia, in cui l'intensità dei flussi sconta però l'effetto delle estensive delocalizzazioni produttive. I produttori italiani del settore si scontrano nella totalità dei nuovi emergenti con la concorrenza cinese, che ha consolidato strette relazioni commerciali nell'asse Sud-Sud, soffrendo nei paesi caratterizzati da una maggiore sofisticazione della domanda, come Iran, Kazakistan, Libia e Arabia Saudita, anche della pressione competitiva della vicina Turchia e dell'India.

L'incremento della capacità di spesa dei nuovi emergenti, alimentato dalla sostenuta crescita economica e dal progressivo compiersi del processo di *catching up* nei livelli di benessere, costituisce un'enorme possibilità di espansione per gli esportatori italiani di beni di consumo. In virtù dei più elevati livelli di reddito e della maggiore diversificazione della domanda finale, i paesi mediorientali, Cile, Serbia e le economie nordafricane sono attesi confermare un profilo stabile o crescente della quota italiana di beni di consumo, grazie al riconosciuto valore intrinseco del design e all'"artigianato di lusso" italiano in un contesto di domanda caratterizzato da processi di rapida modernizzazione in corso.

Un migliore aggancio al dinamismo del mercato malese potrebbe aprire innumerevoli prospettive per gli esportatori italiani di beni Made in Italy, alla luce del percorso di progressiva integrazione commerciale a livello regionale che sta interessando le economie in ambito ASEAN e che, tramite un efficace radicamento nell'economia capofila, aprirebbe un mercato di consumo di circa 600 milioni di individui. Senza un processo di più radicale penetrazione in loco, la crescita degli acquisti delle economie del sud est asiatico continuerà a essere intercettata dalla Cina, a fronte di una domanda finale ancora non sufficientemente segmentata. In questo senso, una maggiore presenza dei produttori di beni di consumo in Malaysia rappresenta una condizione *sine qua non* per cogliere il potenziale, ancora parzialmente inespresso, di Thailandia e Vietnam, caratterizzati da una crescente sensibilità verso il Made in Italy, delle Filippine, che fruiscono di un forte afflusso di rimesse dall'estero, nonché dell'Indonesia, il cui percorso di crescita interna (guidato principalmente da consumi e investimenti) dovrebbe garantirne una maggiore resilienza agli shock internazionali, con una classe media di 45 milioni di persone attesa triplicarsi nei prossimi 15 anni.

Il rapido adeguamento dei modelli di acquisto e degli stili di vita, congiuntamente al dinamismo dello sviluppo dell'industria turistica e della ristorazione, che vedono una proliferazione di esercizi che offrono cucina occidentale sia nei paesi nordafricani, quanto nel sud est asiatico, in Colombia e Kazakistan, con-

Fig. 7: Le esportazioni italiane verso i nuovi mercati in euro, potenziale al 2015 e contributi dei singoli paesi



figurano notevoli prospettive anche per il settore agroalimentare, incrementando l'appeal della dieta indoeuropea in mercati tradizionalmente lontani. La crescente ricerca del *food safety*, con la qualificazione dell'industria e degli standard alimentari, costituirà un importante propulsore agli acquisti di beni del Made in Italy, che potranno uscire in misura crescente dai network di importazione e distribuzione legati al mercato dei connazionali o espatriati.

Ancor prima dell'individuazione di una strategia distributiva ottimale, che salvaguardi i contenuti fisici e immateriali del prodotto in contesti competitivi in cui la concorrenza con la Cina non è altrimenti affrontabile, i produttori spesso si scontrano a monte con gli ostacoli al commercio che caratterizzano la totalità dei nuovi emergenti, con la sola parziale eccezione del Cile e delle economie mediorientali. La problematica, in parte relazionata alla protezione delle industrie locali, interessa tutti i settori dei beni di consumo, dove ai dazi di ingresso si sommano barriere non tariffarie per la movimentazione della merce, con un ricarico complessivo di costo che può incrementare in misura sostenuta i prezzi di vendita e ritardare l'accesso al mercato. A questo avviso, parziali evoluzioni positive potranno riguardare nel breve periodo alcuni mercati sudamericani tradizionalmente molto chiusi, come Colombia e Perù, interessati il primo dalla prossima, il secondo dalla molto recente, entrata in vigore di accordi di libero commercio con l'Unione Europea.

La presenza di comunità italiane in Nigeria, grazie alla fitta presenza di operatori nazionali già dalla seconda metà del secolo scorso, e la lunga dipendenza dell'Angola dalle metropoli portoghesi, che hanno contribuito in parte a plasmare cultura e società secondo principi e forme latino-europee, possono costituire un catalizzatore per incrementare la presa diretta in questi mercati del Made in Italy di qualità, mediante l'apertura di rivenditori in loco che scoraggino i fenomeni di triangolazione dei prodotti nazionali.

Se, in generale, spesso la scarsa qualità dei rivenditori locali e la carenza delle relazioni di fornitura, uni-

tamente all'arretratezza nello sviluppo della catena distributiva, rendono oneroso l'approccio ai nuovi emergenti, negli ultimi anni molti dei mercati considerati, in particolare i paesi del sud est asiatico, stanno conoscendo una rapida sofisticazione dell'ultimo anello della filiera, vedendo l'ingresso di importanti *retailer* internazionali. Oltre a un rafforzamento del presidio diretto, l'esplorazione delle opportunità offerte dai network locali, soprattutto nei mercati culturalmente e geograficamente più lontani, e il rafforzamento dei contatti a monte, rappresentano strumenti strategici fondamentali per superare gli ostacoli di natura operativa all'affermazione del Made in Italy come concetto sempre più globale.

prospettive delle infrastrutture nei mercati ad alto potenziale

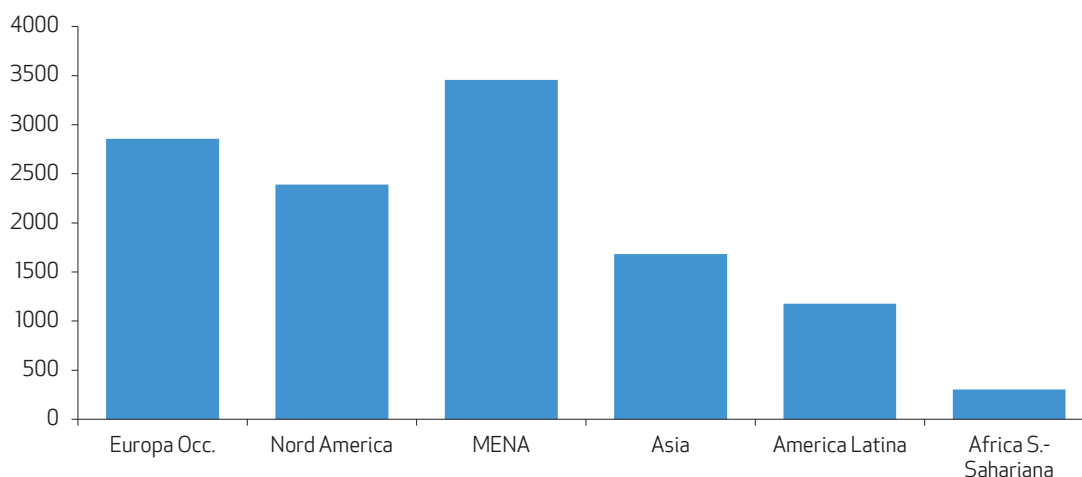
23

La mappa dei nuovi mercati nel settore delle infrastrutture è guidata dalla demografia e dai processi di urbanizzazione in corso in molti paesi emergenti. Fra i primi 10 mercati ci sono Indonesia, Pakistan, Thailandia e Vietnam a conferma del ruolo trainante del continente asiatico sullo scenario del settore. Nelle aree di maggior insediamento italiano spicca il potenziale della Nigeria, dell'Egitto e dei paesi dell'America Latina.

Negli ultimi anni il baricentro delle costruzioni a livello globale si è spostato progressivamente verso le economie emergenti, in particolare dell'area asiatica. Tra il 2007 e il 2012 i paesi dell'Asia emergente hanno visto aumentare la propria quota degli investimenti mondiali in costruzioni, arrivando ad incidere per oltre un quarto rispetto al 15% del 2007. In crescita, seppure più contenuta, anche il peso dell' America Latina, stimato alla fine dello scorso anno intorno al 7% delle costruzioni mondiali, mentre i mercati del Medio Oriente e Nord Africa e quelli dell'Europa emergente hanno sostanzialmente confermato la loro quota (rispettivamente 3% e 5%).

Nei nuovi mercati tutte le componenti delle costruzioni hanno registrato una marcata espansione, anche se il principale fattore di traino è stato lo sviluppo delle infrastrutture. Gli investimenti in quest'ultimo comparto, da un lato, hanno continuato a beneficiare del processo di convergenza verso i livelli di infra-

Fig. 8: Investimenti in costruzioni pro-capite (2012, dollari in p.p.a.)



strutturazione delle economie avanzate; dall'altro, hanno rappresentato una parte rilevante dei programmi di stimolo messi in campo in funzione anti-crisi in molti paesi emergenti, a partire da quella cinese.

La nuova geografia mondiale delle costruzioni mostra, ovviamente, un ridimensionamento dell'incidenza dei mercati maturi, colpiti dapprima dall'inversione del lungo ciclo espansivo dell'edilizia residenziale e, in seguito, dalle politiche di contenimento della spesa in opere pubbliche; il loro peso sulle costruzioni globali si è progressivamente ridotto, dal 51% registrato nel 2007 a poco più del 40% nel 2012. Ci si aspetta che questa tendenza prosegua nei prossimi anni; soprattutto in Europa Occidentale le possibilità di ripresa rimangono molto contenute, se non praticamente assenti, come nel caso dei paesi più colpiti dallo sgonfiamento della bolla immobiliare e dalla crisi finanziaria. Anche negli Stati Uniti, nonostante abbia preso avvio un deciso recupero del comparto residenziale, gli investimenti riusciranno difficilmente a ritornare sui livelli precedenti la crisi.

Per le aree emergenti, rimangono, invece, ampi spazi di crescita per le costruzioni, a partire dal comparto delle infrastrutture. Nonostante gli elevati ritmi di espansione degli ultimi anni, il processo di *catching-up* di queste economie è lontano dall'essere completato: i livelli degli investimenti pro-capite (espressi in termini di parità di potere d'acquisto) mettono in evidenza - soprattutto per America Latina e Africa - un divario ancora marcato rispetto alle economie mature.

Non verranno ovviamente meno, anzi sono destinati a rafforzarsi, i driver strutturali della crescita degli investimenti nei nuovi mercati: migliori prospettive di sviluppo economico, dinamiche demografiche favorevoli e rapida urbanizzazione. Nel periodo 2013-2020 si prevedono tassi di crescita del Pil pro-capite superiori al 6% medio annuo in Asia e comunque intorno al 3% nelle economie emergenti meno dinamiche, a fronte di economie mature che nel loro complesso potranno contare su incrementi dell'1.5% medio annuo. Nel decennio in corso sarà soprattutto la combinazione tra crescita demografica e processi di urbanizzazione a trainare gli investimenti infrastrutturali. I processi di industrializzazione attraversati dai paesi emergenti hanno infatti profondi risvolti sociali oltre che nel modo di abitare. Storicamente alle ondate industriali si associa uno spostamento significativo di popolazione dalla campagna alle zone urbane, aree di insediamento per le attività manifatturiere. Per rispondere alle esigenze abitative dei nuovi cittadini, ma anche per evitare la congestione e il degrado che in altre epoche hanno portato alla crescita disordinata di agglomerati periferici, molti governi stanno investendo nelle New Town e nel social housing, un modello che oggi sta crescendo anche nel mondo emergente. Le città diventeranno sempre più il motore dello sviluppo: le proiezioni delle Nazioni Unite indicano per il 2020 un aumento della popolazione urbana di quasi 600 milioni di abitanti, fino a rappresentare il 56% di quella mondiale.

Fig. 9: Incremento della popolazione urbana 2013-2020 (in milioni)



Opportunità significative di investimento nelle infrastrutture sono previste anche per il gruppo dei paesi monitorati. Sulla base dei trend attesi per i redditi pro-capite, la popolazione e lo sviluppo delle aree urbane abbiamo formulato attraverso una simulazione econometrica una stima del fabbisogno di infrastrutture al 2020. Integrato con le informazioni disponibili sui programmi di spesa nelle opere pubbliche implementati dai diversi governi, il valore stimato è stato utilizzato per arrivare alla definizione di una mappatura delle potenzialità in un orizzonte di medio-lungo termine.

Nel dettaglio, le stime per i paesi in esame indicano la necessità di investimenti infrastrutturali per oltre 1.2 trilioni di dollari – intorno al 2% del valore del Pil mondiale - tra il 2013 e il 2020. Il ranking delle opportunità, in termini assoluti, vede posizionarsi sul podio tre mercati asiatici – Indonesia, Pakistan e Vietnam - a conferma del ruolo di quest'area come motore delle costruzioni a livello globale.

Per l'Indonesia, il fabbisogno infrastrutturale è stimato superiore ai 270 miliardi di dollari (circa il 31% del Pil), di cui oltre il 45% per infrastrutture legate al settore dei trasporti. Un impulso fondamentale è atteso dal processo di urbanizzazione che si svilupperà a ritmi particolarmente rapidi: la popolazione urbana è prevista aumentare entro il 2020 di oltre 24 milioni, portando il tasso di urbanizzazione intorno al 60%. Questo paese ha peraltro accumulato un forte ritardo nello sviluppo delle infrastrutture, soprattutto se confrontato con altre economie dell'Asia emergente: nella graduatoria internazionale del World Economic Forum sulla qualità della dotazione infrastrutturale l'Indonesia si colloca al 92-esimo posto (su 144 paesi). Un altro indizio di arretratezza può essere individuato nei problemi di approvvigionamento dell'energia elettrica, ancora presenti in diverse regioni del paese. Con l'obiettivo di colmare il gap infrastrutturale ed energetico le autorità indonesiane hanno lanciato un programma di accelerazione economica per il periodo 2011-2025, dal quale potrebbero derivare entro la fine del decennio oltre 200 miliardi di dollari per investimenti nelle grandi opere pubbliche; in particolare, nel solo 2013 il governo ha assegnato 20 miliardi a progetti infrastrutturali, più che raddoppiando gli stanziamenti dell'anno precedente. Oltre all'iniezione di nuove risorse, il paese si sta dotando di strumenti normativi mirati all'accelerazione degli investimenti, in primo luogo la riforma agraria che ha stabilito nuove regole per l'esproprio dei terreni per fini di pubblica utilità. Sono state inoltre approvate misure per incentivare il coinvolgimento nel comparto di capitali privati: circa il 35% degli investimenti programmati potrebbe essere finanziato attraverso lo schema del partenariato pubblico-privato (PPP).

Anche nel caso del Pakistan la dotazione infrastrutturale si presenta largamente inadeguata; l'insufficiente rete ferroviaria e stradale, come anche le difficoltà di approvvigionamento energetico, tuttora frequenti, continuano a rappresentare un elemento di freno per lo sviluppo di questa economia. I trend demografici e di sviluppo urbano - entro il 2020 sono previsti oltre 15 milioni di nuovi abitanti nelle città - portano, quindi, a stimare la necessità di investimenti per oltre 130 miliardi di dollari (quasi il 60% del Pil), che potrebbero determinare le condizioni per un forte sviluppo delle opere pubbliche, soprattutto nel comparto dei trasporti e delle infrastrutture energetiche.

Altri due paesi asiatici, Vietnam e Thailandia, sono immediatamente successivi nel ranking relativo alle opportunità potenziali (per quasi 230 miliardi complessivi). Il Vietnam, in particolare, necessita di inve-

stimenti per circa 15 miliardi di dollari annui; a tale scopo, le autorità locali hanno varato un piano di opere strategiche, basato sul potenziamento delle infrastrutture di trasporto (strade, ferrovie, trasporto urbano, strutture portuali e aeroportuali) e degli impianti di produzione e distribuzione dell'energia. Date le esigenze di consolidamento delle finanze pubbliche, gli investimenti dovranno contare su un crescente ricorso al partenariato pubblico-privato; uno stimolo significativo all'afflusso di capitali privati, soprattutto esteri, è atteso dalla nuova legislazione sul PPP.

Dopo anni di costante riduzione degli investimenti nelle opere pubbliche, anche il governo della Thailandia è tornato ad includere tra le sue priorità l'upgrade delle infrastrutture; le maggiori risorse stanziare per i prossimi anni sono indirizzate a progetti nei trasporti, in particolare nella rete ferroviaria (67 miliardi di dollari) e nelle infrastrutture idriche (12 miliardi), anche al fine di impedire il ripetersi dei danni provocati dalle ultime alluvioni.

La partnership tra pubblico e privato è destinata a svolgere un ruolo di traino per il finanziamento delle infrastrutture nelle Filippine. Il programma delle autorità locali prevede la realizzazione di 80 progetti di PPP entro il 2016, in grado di mobilitare risorse per un totale di circa 20 miliardi di dollari. Le ricadute positive sugli investimenti in costruzioni sono previste soprattutto in un orizzonte di medio-lungo termine; una parte rilevante delle opere è ancora nella fase di progettazione o di studio di fattibilità e anche l'avvio dei progetti già approvati sembra procedere con ritardo.

Posizionamento e opportunità per l'Italia

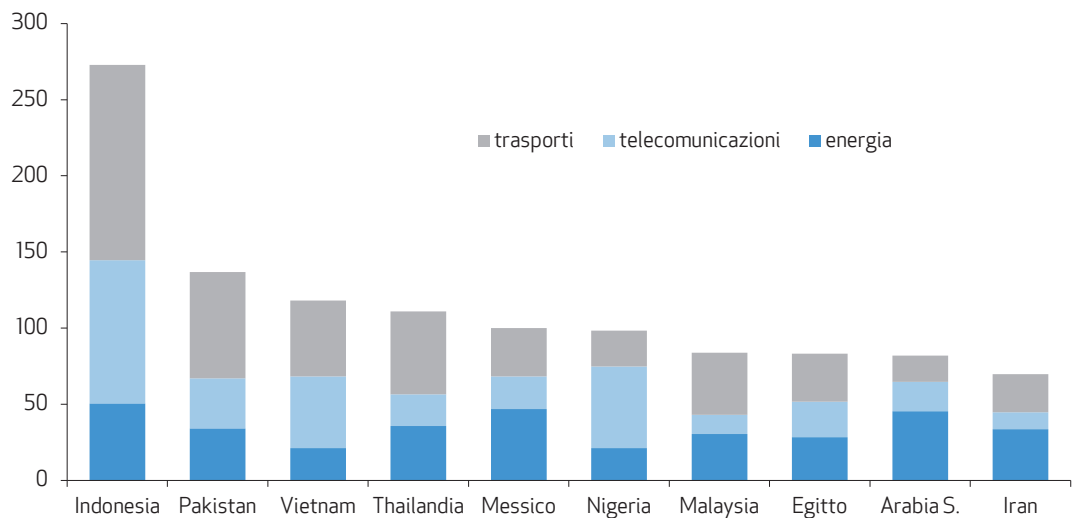
A questa graduatoria in termini di opportunità di sviluppo infrastrutturale ancora non corrisponde un'adeguata presenza delle imprese italiane di costruzioni. Come emerge dai dati dell'Ance⁵ sulle commesse in corso a fine 2011, le imprese italiane non sono presenti nei quattro paesi a "più alto potenziale" (Indonesia, Pakistan, Vietnam e Thailandia) ed anche in altri mercati asiatici potenzialmente molto interessanti, come quello filippino, detengono una quota di mercato marginale. Nell'Asia emergente la presenza italiana si è consolidata soprattutto in Kazakistan, dove, sulla scia del ruolo di presidio dell'Eni, anche diverse società del settore delle costruzioni e delle infrastrutture sono riuscite ad aggiudicarsi una quota rilevante di commesse.

Per queste ultime imprese il mercato kazaco continuerà ad offrire notevoli opportunità anche nei prossimi anni: il governo è impegnato in massicci investimenti (oltre 25 miliardi di dollari, pari al 13% del Pil) nelle infrastrutture di trasporto – soprattutto strade e ferrovie – come anche nelle telecomunicazioni. Un altro interesse prioritario è rappresentato dal settore energetico, in particolare nella generazione di energia elettrica: il piano di costruzione di nuove centrali e di ammodernamento di quelle esistenti prevede investimenti per 15 miliardi di dollari.

Tra i paesi dell'America Latina qui presi in considerazione, l'ammontare maggiore di investimenti potenziali si presenta concentrato in Messico (circa 100 miliardi di dollari); le migliori opportunità sembrano ri-

⁵ Ance, "Rapporto 2012 sulla presenza delle imprese di costruzione italiane all'estero".

Fig. 10: I primi 10 mercati per fabbisogno di infrastrutture (2013-2020, in mld. US\$)



guardare il comparto dell'energia, ma sono pianificati rilevanti progetti infrastrutturali anche nella rete dei trasporti (strade, autostrade, porti, aeroporti). Il mercato messicano si conferma, tuttavia, poco accessibile per le imprese italiane; nell'area latino-americana un migliore posizionamento delle nostre imprese di costruzioni si può rilevare in Colombia e Perù. Anche per questi ultimi due mercati, sono stimate significative opportunità di investimento (intorno ai 65 miliardi di dollari), concentrate principalmente nelle telecomunicazioni e nella generazione di energia elettrica.

Il processo di infrastrutturazione è atteso proseguire a ritmi sostenuti anche nel Medio Oriente. L'Arabia Saudita dovrebbe emergere come il principale mercato delle costruzioni nella regione superando gli Emirati Arabi; anche nei prossimi anni il permanere di prezzi elevati del petrolio consentirà di garantire la copertura finanziaria dei piani di sviluppo nel comparto dell'energia e dei trasporti. Le prospettive di espansione del settore sono inoltre legate ai progetti per la costruzione delle cosiddette sei nuove "città economiche", in parte già avviati. Nonostante la limitata dimensione del mercato, condizioni per un'elevata dinamicità degli investimenti sono attese anche in Qatar, sulla spinta del programma di massicci investimenti pubblici - dalle infrastrutture di trasporto alle strutture ricettive - anche in vista dei Mondiali di calcio del 2022. Nonostante il ridimensionamento successivo allo sgonfiamento della bolla immobiliare di Dubai, le potenzialità degli Emirati Arabi rimangono consistenti, soprattutto in un orizzonte di medio-lungo termine; la ripartenza dei progetti bloccati dalla crisi e i programmi infrastrutturali varati dal governo nei diversi comparti (soprattutto trasporti ed infrastrutture logistiche) dovrebbero sostenere un'evoluzione decisamente positiva dell'attività nelle costruzioni. Con l'eccezione dell'Iran, il sistema delle imprese italiane di costruzioni è ben insediato nei mercati del Golfo, in modo particolare negli Emirati. Le prospettive per le nostre imprese di consolidare la loro presenza nell'area e di aggiudicarsi importanti commesse legate ai diversi progetti infrastrutturali appaiono quindi elevate.

Un ampio potenziale di sviluppo delle infrastrutture caratterizza anche le economie del Nord Africa, ma rimane vincolato al superamento dell'instabilità politica. In Egitto, in particolare, gli investimenti neces-

sari per progetti infrastrutturali sono stimati superiori agli 80 miliardi di dollari entro il 2020, concentrati soprattutto nel comparto energetico, date le prospettive di una domanda crescente alimentata dalla robusta dinamica demografica e dallo sviluppo industriale. Alla luce delle difficili condizioni delle finanze pubbliche, solo una parte degli investimenti potrà essere coperta dal bilancio statale; rimane, quindi, cruciale il miglioramento del clima degli investimenti e la ripresa degli afflussi di capitali privati. Nel breve periodo il finanziamento dei progetti infrastrutturali potrà comunque essere garantito dal supporto dei paesi arabi del Golfo e delle banche di sviluppo internazionali.

La situazione di elevata incertezza politica continua a condizionare l'attività di ricostruzione anche in Libia, ritardando la ripresa dei lavori per i progetti già cantierati prima dello scoppio della guerra civile. Nell'ipotesi di una progressiva stabilizzazione del quadro istituzionale, ci si attende che il mercato libico possa recuperare nei prossimi anni i livelli precedenti la crisi; la ripresa di quest'ultimo mercato avrà ricadute positive sulle imprese italiane di costruzioni che, per ragioni di prossimità geografica e di legami storici, possono beneficiare di una presenza consolidata in Libia.

I mercati dell'Africa sub-sahariana sono attesi come quelli più dinamici a livello globale, dati i livelli di partenza molto contenuti; nel ranking internazionale del World Economic Forum sulla qualità delle infrastrutture i paesi africani figurano, infatti, nelle ultime posizioni. Si stima al 2020 un fabbisogno di quasi 270 miliardi di dollari di investimenti necessari per le opere di infrastrutturazione di base nella regione; tra i paesi monitorati la Nigeria potrebbe attivarne la quota maggiore (quasi 100 miliardi), seguita da Angola e Kenya. La Nigeria, in particolare, necessita di massicci investimenti nelle infrastrutture civili, per l'industria e per i trasporti, e negli impianti di produzione e distribuzione dell'energia; la forte presenza di imprese italiane nei principali comparti delle costruzioni e delle infrastrutture rende questo mercato quello potenzialmente più interessante a livello continentale.

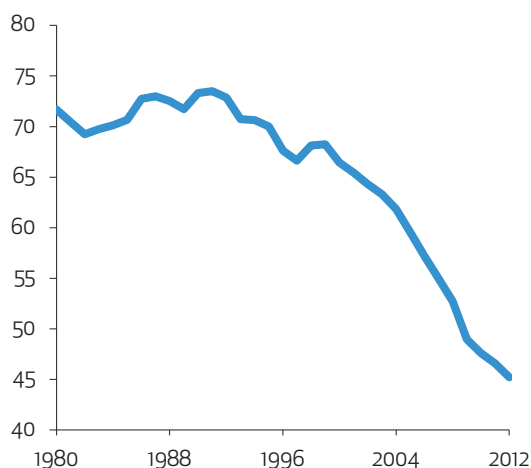
prospettive dei beni d'investimento nei mercati ad alto potenziale

29

Per le imprese della meccanica italiana i nuovi mercati a maggior potenziale riflettono uno spostamento della produzione industriale su scala globale. Nuove piattaforme produttive dell'Asia e dell'America Latina stanno diventando veri e propri hub regionali. Indonesia, Thailandia e Malaysia in un caso, Messico, Colombia, Perù nel caso del sud America sono destinante ad aumentare la loro domanda di macchinari nei prossimi anni anche al fine di colmare il gap tecnologico e di efficienza che ancora li separa dai produttori tradizionali. Fra i paesi più vicini all'Italia Serbia, Tunisia e Marocco rappresentano i mercati a maggior potenziale.

Nel 1980 Stati Uniti, Giappone e i paesi di quella che era ancora un'Unione Europea tutta occidentale pesavano oltre il 70% della produzione industriale mondiale; dieci anni dopo la percentuale era addirittura aumentata raggiungendo i $\frac{3}{4}$ dell'output globale. Pochi numeri che raccontano come fino a non molto tempo fa fare industria era perlopiù un'attività per economie avanzate, industrializzate, come ancora si identificavano una volta i paesi ricchi. Vincoli e differenziali tecnologici, complessità organizzative, dazi e quote sugli scambi, costi di trasporto proibitivi facevano sì che l'industria fosse collocata il più possibile vicino alla ricchezza e che la distanza, la storia, il know how industriale avessero il loro peso nella distribuzione internazionale del lavoro in generale e della manifattura in particolare. La filiera dei beni d'investimento si muoveva di conseguenza, con esportazioni che rimanevano prevalentemente all'interno di questo gruppo ristretto di grandi produttori.

Fig. 11: Peso UE15, Giappone, USA su produzione industriale mondiale (percentuale)



stimento si muoveva di conseguenza, con esportazioni che rimanevano prevalentemente all'interno di questo gruppo ristretto di grandi produttori.

Oggi Stati Uniti, Giappone ed Europa occidentale generano meno del 50% della produzione industriale mondiale, avendo perso in media oltre 1.5 punti all'anno dagli anni '90. E' un processo che la crisi economica del 2008-'09 ha probabilmente accelerato, ma che sarebbe fuori luogo leggere con le sole lenti della congiuntura o del breve periodo. A partire dagli anni '80, per poi accelerare dalla seconda metà degli anni '90, nuovi pa-

radigmi industriali hanno attraversato l'economia globale; la mappa manifatturiera è diventata assai più complessa e soprattutto decisamente più dinamica rispetto al passato. Sono caduti una serie di vincoli fisici e regolamentari che di fatto limitavano l'allungamento delle filiere produttive, ma sono cambiati anche i requisiti per trasferire tecnologia e competenze industriali.

La nuova geografia della produzione si ridisegna seguendo un modello più improntato alla demografia che alla storia industriale. Da un lato emergono realtà che possono contare su un'ampia dotazione di forza lavoro, spesso disponibile a prezzi competitivi in ragione della sua abbondanza e del livello di sviluppo dei paesi. Dall'altro la demografia condiziona la produzione attraverso le dimensioni, presenti o prospettive, del mercato da servire. I grandi bacini di domanda si vanno ricomponendo, come testimonia la distribuzione del Pil mondiale che, come somma dei redditi globali, è anche un indicatore di domanda potenziale: il peso di Giappone, Stati Uniti e paesi europei è sceso dal 70% del 1980 al 52% del 2012. Di conseguenza anche le basi produttive si riposizionano per servire al meglio quelle realtà che stanno recuperando quote. L'obiettivo è quello di minimizzare per esempio i costi di trasporto e il lead time, ma anche fare tesoro della prossimità con il cliente finale per meglio affinare i prodotti a standard ed esigenze locali. Esistono poi soluzioni intermedie, quelle che mettono insieme il vantaggio produttivo dal punto di vista dei costi, con quello della vicinanza al mercato per esempio attraverso investimenti su piattaforme produttive o logistiche a elevato potenziale regionale, come sono il Vietnam per la Cina, il Kazakistan per la Russia, la Turchia per il Medio Oriente e l'Asia Centrale.

Non si tratta di un meccanismo di causa effetto, di un processo a senso unico dove la maggior ricchezza attrae l'industria, ma di un vero e proprio circolo virtuoso fra redditi e produzione. Questa trasformazione ha necessariamente effetti dirompenti sulla domanda di tecnologia per l'industria e quindi sulle direttrici geografiche degli scambi mondiali di beni intermedi e soprattutto d'investimento. Per le imprese della meccanica italiana, il principale settore di specializzazione nazionale fra quelli legati agli investimenti, questo scenario ha rimodellato la mappa della clientela e delle opportunità spostando sempre più a Est il confine del mercato di riferimento.

Paradossalmente rispetto a quando i paesi avanzati generavano la stragrande maggioranza della produzione industriale mondiale, la tecnologia in senso stretto non è diventata più semplice e quindi meno vincolante, ma al contrario è probabilmente più complessa e sfidante per le imprese del settore. E' diventata per esempio sempre più trasversale fra meccanica ed elettronica, domandando quindi competenze da entrambi i campi, ma anche richiede impianti più flessibili e intelligenti perché sono profondamente mutati i modelli di produzione rispetto a strutture standardizzate ed esclusivamente incentrate sulla scala. Il vero cambiamento che consente basi produttive non più così polarizzate risiede in realtà nel poter muovere la tecnologia su grandi distanze senza perdere la capacità di differenziazione e il know how degli impianti. I gap tecnici e di conoscenza non si sono annullati e al contrario continuano a differenziare i diversi produttori. Tuttavia più che in passato i salti di stadio, da agricolo ad industriale, da manifatture leggere a produzioni complesse, sono oggi possibili grazie all'acquisto di tecnologia dall'estero, alla circolazione di idee, strumenti e modelli gestionali. Guardando sempre alla meccanica il gruppo composto da Giappone, Stati Uniti ed Europa occidentale rimane in questo senso depositario di conoscenze anco-

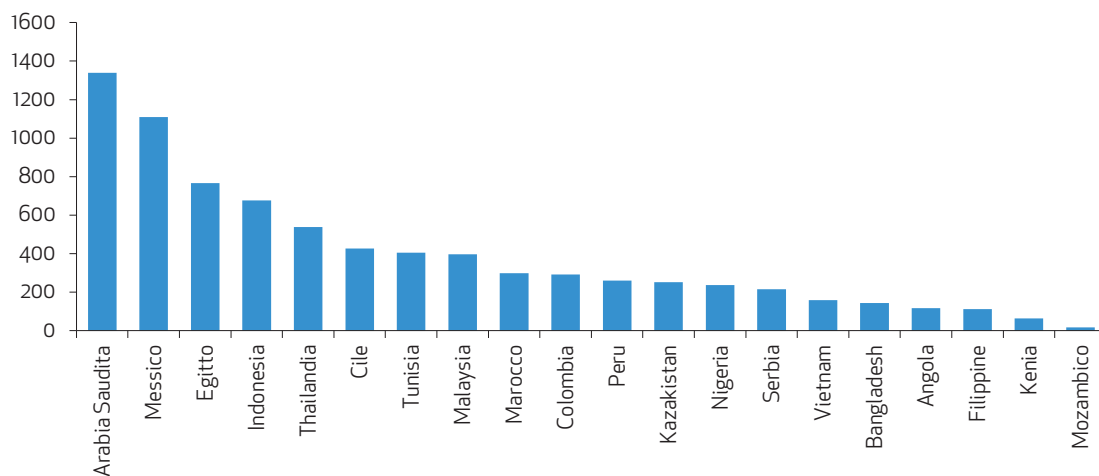
ra difficili da replicare originando tuttavia almeno i 2/3 degli scambi mondiali, ma ha di fatto perso il suo carattere autoreferenziale allargando il raggio d'azione del suo export.

Per queste ragioni immaginare i nuovi BRICS per la meccanica italiana significa disegnare una mappa al prossimo decennio della produzione mondiale, alla luce di un abbassamento della dotazione minima con cui un'impresa può iniziare il suo percorso di crescita e quindi un paese il suo percorso industriale. Peraltro il processo è destinato ad accelerare e allargarsi nel prossimo futuro grazie a nuove ondate tecnologiche abilitanti come il 3d manufacturing, il cloud e le attività di controlling da remoto degli impianti che modificheranno ulteriormente il concetto di prossimità.

Come dettagliato nella nota metodologica di questa analisi, per scegliere i nuovi mercati occorre guardare a paesi di dimensioni sufficientemente grandi, con buone prospettive di crescita che hanno già compiuto o sono in procinto di intraprendere una serie di ammodernamenti dei propri apparati a partire da quello infrastrutturale. E' necessaria inoltre una relativa apertura di queste economie, sotto forma di *import penetration*, ma anche l'accoglienza di investimenti esteri e l'organizzazione di apparati statali efficienti e affidabili⁶. Questi aspetti diventano precondizioni fondamentali per favorire il futuro rafforzamento delle basi produttive: per esempio, garantendo una logistica ottimale nel caso di investimenti dall'estero in chiave regionale o per reimportare la produzione, regole trasparenti sul fronte fiscale e della tutela della proprietà, bassi livelli di rischio sovrano necessari per orizzonti di medio lungo termine, quali sono quelli dei grandi progetti industriali.

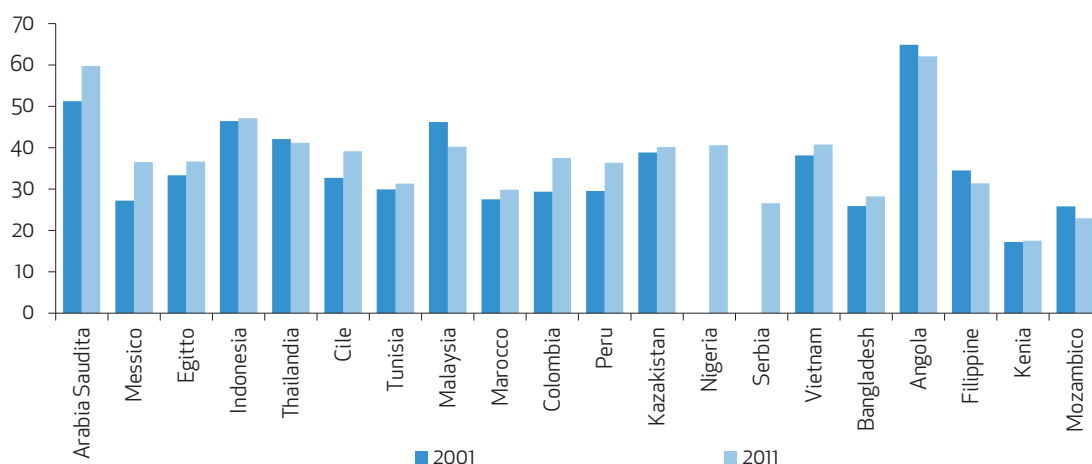
Per queste ragioni fra i 25 paesi selezionati dall'analisi preliminare come ad alto potenziale, almeno per le imprese della meccanica una parte dovrà essere considerata con maggiore prudenza. Incide nell'esclusione soprattutto il fattore rischio in quanto elemento di freno per lo sviluppo di piattaforme industriali, un aspetto che in ultima analisi abbassa le dimensioni effettive della nuova capacità produttiva da instal-

Fig. 12: Esportazioni italiane della meccanica in milioni di euro nel 2012



⁶ Per un dettaglio sui livelli degli indicatori statistici, un quadro del posizionamento italiano e le previsioni sull'import di prodotti meccanici in ognuno dei mercati scelti si rimanda alle schede paese in appendice al rapporto.

Fig. 13: Peso dell'industria manifatturera sul PIL, ultimo decennio



lare e quindi l'attrattività del mercato per gli esportatori di beni d'investimento. L'inaffidabilità delle regole non è infatti solo un rischio in sé che può portare a perdere una singola commessa per via di restrizioni sui pagamenti o sulle valute. E' soprattutto un deterrente per la crescita industriale in senso ampio del paese, perché disincentiva per esempio un'impresa estera che vuole investire. E' il caso di Iran, Pakistan e Libia, dove l'incertezza politica può condizionare anche un potenziale promettente. Un discorso diverso porta all'esclusione anche di Qatar ed Emirati Arabi dai mercati più promettenti e oggi di frontiera per le imprese della meccanica italiana. Questi paesi pur sviluppando già oggi un volume di importazioni considerevole hanno in realtà un margine di sviluppo più contenuto in quanto relativamente maturi dal punto di vista del reddito medio e della struttura industriale, rendendoli probabilmente mercati più interessanti per gli esportatori di beni di consumo.

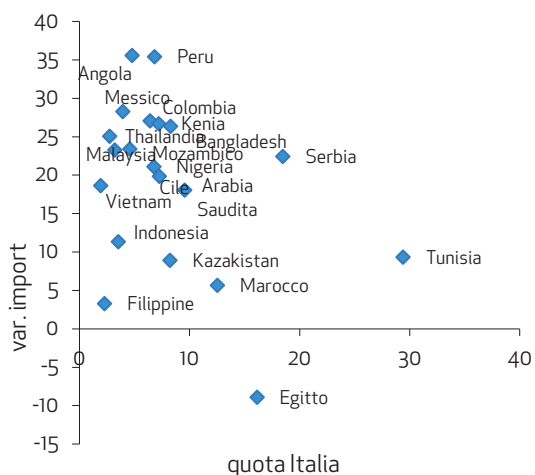
Guardando invece a quanti rimangono nella lista dei candidati più attrattivi c'è un insieme variegato di paesi, tutti contrassegnati da un'industria manifatturiera con un contributo significativo al Pil e generalmente in accelerazione nell'ultimo decennio, grazie all'afflusso di investimenti dall'estero o alla nascita di veri e propri cluster industriali del mondo emergente. Fra i primi dieci paesi ordinati per dimensione dell'export italiano il peso medio dell'industria è del 40%. Punte relative di questo indicatore si trovano sia in Arabia Saudita, dove oltre alla componente legata al settore petrolifero è in corso un processo di diversificazione della base industriale, sia in molte economie asiatiche come Indonesia, Thailandia e Malaysia. La Thailandia in particolare sta sviluppando un'interessante rete di primo e secondo indotto per il settore dei trasporti che ambisce a servire dapprima gli stabilimenti locali, principalmente giapponesi, ma anche guarda con interesse ai grandi assemblatori insediati nel continente asiatico. Malaysia e Indonesia, oltre a rappresentare opportunità negli ambiti tradizionali legati alla filiera petrolchimica, stanno rafforzando il loro peso in settori come quelli dei prodotti alimentari e dell'offerta ospedaliera. In entrambi la tecnologia dei macchinari è un elemento fondamentale per lo sviluppo del settore sia in termini di efficienza dei processi produttivi, sia per la loro certificazione di qualità che favorisce i rapporti con la grande distribuzione organizzata o i sistemi di assistenza sanitaria.

Se nei paesi asiatici individuati il processo di industrializzazione è in espansione, ma in qualche maniera già significativo, in America Latina la trasformazione è più recente e sta coinvolgendo un numero crescente di player potenziali. Oltre ai casi più noti (Brasile, Argentina, Messico) sta crescendo il contributo industriale e la domanda di beni d'investimento in particolare per Colombia e Perù. Entrambi hanno prospettive di crescita particolarmente dinamiche ed entrano nel gruppo dei mercati aperti, avendo dazi all'import più contenuti della media degli altri emergenti, mostrando miglioramenti sia sul fronte del doing business sia su quello dell'amministrazione pubblica. Ancora piuttosto immaturi per diventare mercati di consumo, è probabile che la loro maggiore integrazione nell'economia globale passerà nei prossimi anni soprattutto sul fronte della produzione, visto anche l'ammmodernamento infrastrutturale recentemente intrapreso che dovrebbe facilitare la logistica in chiave di export regionale. Importanti opportunità si aprono in particolare per le esportazioni di macchinari legati all'industria agroalimentare oltre che, soprattutto nel caso del Perù, per l'industria estrattiva, settore dove il paese sta allargando la sua capacità produttiva per il rame, l'alluminio e lo zinco.

Posizionamento e opportunità per l'Italia

Per quello che riguarda il posizionamento italiano nei paesi individuati emergono luci e ombre. Da un lato negli emergenti vicini le imprese italiane riescono a mantenere una quota di mercato significativa e potranno beneficiare della forte accelerazione delle importazioni stimata nell'orizzonte di previsione. Dall'altro l'offerta italiana è ancora poco presente sui mercati lontani, sia per quello che riguarda l'America Latina sia relativamente all'Africa Subsahariana. In quest'ultimo caso, le dimensioni odierne del mercato e i tempi lunghi con cui la maturazione industriale di realtà come Angola, Mozambico e Kenya andrà a regime offre comunque spazio alle imprese per impostare una strategia soprattutto a lungo termine. Nel caso di Colombia e Perù, ma anche dei paesi del sud est asiatico, al contrario, i volumi di import e la concorrenza di produttori locali o regionali rendono la sfida di maggiore attualità.

Fig. 14: Crescita attesa 2013-2015 del mercato e quota italiana nel 2012 (percentuali)

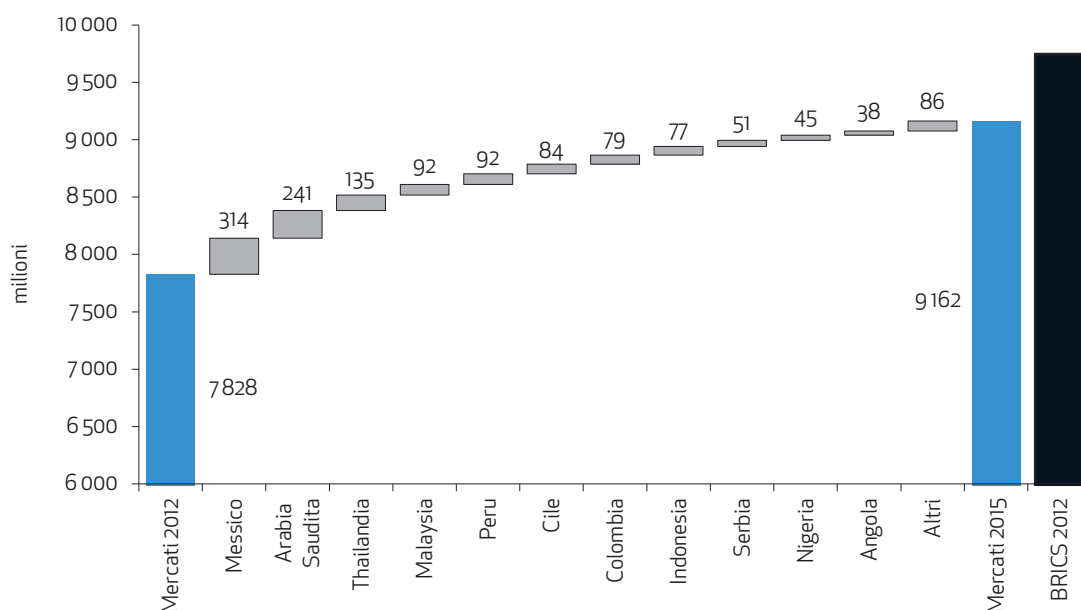


L'Italia ha in questo momento ottime carte da giocare. Le caratteristiche dell'offerta italiana si fanno infatti sempre più compatibili con le esigenze della domanda locale di macchinari e tecnologia. Superata la prima fase di industrializzazione, quella degli impianti a grandi economie di scala spesso importati da multinazionali estere, la nascita di un tessuto locale di piccole e medie imprese favorisce le importazioni di macchinari di taglio più ridotto, modulari e a maggior grado di personalizzazione. Analogamente cresce anche in questi paesi la sensibilità verso temi ambientali e di risparmio energetico, che sono tratti caratteristici della meccanica italiana, oggi fra

le più efficienti al mondo. Peraltro la presenza dell'Italia all'interno di filiere europee potrebbe supportare l'ingresso delle esportazioni italiane in maniera indiretta, al traino per esempio dei grandi impianti di produttori tedeschi o al seguito di iniziative dirette di internazionalizzazione di produttori auto, che ormai guardano al mercato asiatico, non solo cinese, come al più importante bacino di domanda nei prossimi anni.

Le opportunità in palio per l'Italia dai 20 mercati selezionati sono importanti considerando che già nel giro del prossimo triennio movimenteranno un mercato di importazione dal mondo di oltre 170 miliardi di euro sviluppando nuovi flussi per circa 35, il che corrisponde all'emersione di un mercato del calibro della Corea del Sud nel giro di un solo triennio. Commisurato all'attuale quota di mercato questo sviluppo si può tradurre per l'Italia al 2015 in circa 9.2 miliardi di euro di esportazioni, un valore non troppo lontano da quello che sarà anche quello dei Brics nello stesso anno e praticamente in linea con quello che valgono oggi i flussi di esportazioni di meccanica verso Cina, Russia e gli altri. Più che di una previsione si tratta ovviamente di una sfida per le imprese italiane, anche perché vista la crescita a doppia velocità che contraddistingue i mercati tradizionali, quelli emergenti saranno sempre più affollati e concorrenziali, di vecchi e nuovi potenziali fornitori di capacità produttiva. Per quanto permanga un gap tecnologico con i paesi maturi, l'offerta di player che hanno già fatto il salto industriale fra gli emergenti (fra questi gli stessi BRICS) guarda a questi mercati oggi ancora di frontiera per costruirsi una caratura globale. Quanti riusciranno a entrare fra i primi e consolidare le proprie posizioni avranno i tipici vantaggi del *first mover*, fra cui fissare gli standard tecnici dei macchinari su cui si muoverà il processo di industrializzazione aprendo uno spazio di opportunità anche per la propria filiera. E' questo un processo che le imprese italiane hanno già sviluppato per esempio nell'est Europa attraverso un'internazionalizzazione diffusa per il numero di soggetti coinvolti, ma concentrata territorialmente. In queste aree sono nati veri e propri cluster indu-

Fig. 15: Le esportazioni italiane verso i nuovi mercati in euro, potenziale al 2015 e contributi dei singoli paesi



striali misti fra imprese italiane e progressivamente imprese locali. E' la logica del distretto rivisitata su filiere allargate che ripropone su scale diverse le stesse esternalità positive tipiche del granaio meccanico italiano. Un percorso virtuoso che anche i nuovi mercati vorranno certamente far proprio nel loro sentiero di sviluppo e quindi, dal punto di vista dell'offerta italiana, un fattore competitivo sui cui puntare per rafforzare il posizionamento su presidi strategici ad alto potenziale.

conclusioni

La ricerca di nuovi mercati è ormai un tratto caratteristico nelle strategie delle imprese italiane, che appesantite da una domanda interna tornata indietro di almeno un decennio, guardano alle esportazioni come principale valvola di sfogo e occasione per recuperare quanto perso o a rischio con gli anni delle crisi. Nel frattempo il difficile quadro europeo, così come il carattere della ripresa in altre aree delle economie avanzate, dagli Stati Uniti al Giappone, spingono le imprese a guardare oltre i tradizionali riferimenti di mercato. Consumo e produzione sono infatti sempre più lontani da quelli che una volta erano i centri della ricchezza globale, Europa occidentale, Stati Uniti e Giappone in particolare, e i flussi di commercio internazionale si riorganizzano su nuove direttrici geografiche.

E' un processo che la crisi del 2008-'09 ha certamente accelerato, ma che sarebbe sbagliato interpretare solo come un movimento legato alla congiuntura. E' peraltro un riequilibrio del commercio internazionale che è sempre più rapido e distribuito; non si tratta di un passaggio di testimone fra un mondo vecchio, quello della triade Europa, Giappone Stati Uniti, e uno nuovo, i BRICS. In realtà è un sistema sempre più dinamico e polarizzato, dove la staffetta diventa sempre più veloce e probabilmente si appresta ad andare oltre gli stessi BRICS. La loro esperienza negli anni recenti, che peraltro al di là di un acronimo fortunato riguarda un aggregato economico in realtà abbastanza disomogeneo, sia per profili di crescita nell'ultimo decennio sia per le prospettive a breve termine, ha infatti mostrato come un'alternativa ai mercati tradizionali sia possibile. Dopo gli anni della crisi e con un contributo crescente del mercato cinese il valore delle importazioni dei BRICS dal mondo supera i flussi diretti verso gli Stati Uniti. Seppure con un certo ritardo e in maniera differenziata fra i paesi anche le imprese italiane hanno preso parte a questa rivoluzione e oggi per esempio detengono una quota di mercato a doppia cifra in tutti i più significativi settori del Made in Italy in Cina. Tuttavia come gli stessi cinesi dicono in un proverbio abbastanza noto anche nel mondo occidentale tutte le cene hanno una fine; seppur sembra prematuro parlare del termine della parabola di espansione di questi paesi, alcuni segnali di rallentamento o saturazione si fanno via via più evidenti. Nascono nuove esigenze sociali che mettono in qualche maniera in secondo piano la crescita fine a sé stessa, così come diminuisce quel dividendo demografico che in una fase iniziale dell'industrializzazione ha garantito livelli di salario fortemente competitivi per attrarre grandi quantità di investimenti esteri. Soprattutto aumenta il grado di complessità del mercato, da un lato per via di un forte affollamento di produttori esteri, dall'altro per vere e proprie scelte di policy di questi paesi. La Cina per esempio è ormai il principale mercato di molti settori (dai beni d'investimento a quelli di lusso), ma allo stesso tempo presenta uno scenario competitivo assai feroce compromettendo la marginalità di molte forniture; da un lato sono presenti tutti i principali esportatori mondiali, dall'altro è in espansione l'industria domestica spesso spalleggiata da politiche discriminatorie nei confronti delle merci straniere. A questo si aggiunge un settore locale della distribuzione sempre più critico nel condizionare la domanda di import, una barriera difficile da superare soprattutto per le imprese minori.

Già da qualche anno la ricerca dei cosiddetti nuovi BRICS ha portato a formulare liste alternative sulle future direzioni della crescita, che qualche volta hanno premiato la demografia, altre la geografia con l'idea di veri e propri blocchi regionali autoreferenziali, altre ancora la dotazione di materie prime. A distanza di qualche anno da queste formulazioni alternative quello che emerge è come non esista una ricetta unica, ma diverse dimensioni economiche, sociali, di governance dei paesi entrano nel modellare lo scenario. Soprattutto emerge come non esista un'opportunità uguale per tutti, dal punto di vista dei paesi esportatori che guardano al mercato, ma anche dal punto di vista dei singoli settori. Nell'individuare la lista dei 25 paesi emergenti che escludesse quelli più noti, ma allo stesso tempo ponesse l'accento su quelli a maggior potenziale, le variabili strategiche sono alquanto differenziate. Queste coprono aspetti complementari del quadro economico di un paese. Non bastano solo la dimensione assoluta del mercato, le prospettive economiche di crescita, il livello medio di ricchezza, la qualità della distribuzione locale così come il livello di dazi, ma è la loro iterazione che è in grado di trasformare quello che è oggi solo un bacino di domanda potenziale in uno dei mercati del futuro.

La lista dei 25 mercati emergenti ad alto potenziale non solo considera queste variabile, ma le pondera per un fattore di rischio. Questa dimensione è infatti emersa come cruciale nelle crisi del passato e se controllata può guidare le esportazioni italiane su direttrici più sicure e durature nel tempo. Il tempo del resto è uno fattori più critici per lo scenario dei 25 mercati. Da un lato lo squilibrio della domanda interna rende la ricerca di nuove destinazioni per l'export un tema sempre più urgente. Dall'altro il carattere di frontiera di molti di questi mercati fa sì che la loro recettività alle importazioni italiane sia in realtà differenziata nel tempo. Esistono fra i 25, paesi lontani dai livelli di ricchezza medi con cui sono abituati a lavorare le imprese italiane; mercati africani in particolare dove le opportunità sono legate ai processi di ammodernamento infrastrutturale, a nuove politiche abitative o allo sviluppo del settore alberghiero per gli stranieri, ma che mancheranno ancora per molto di una vera e propria domanda interna. Ci sono poi paesi dove almeno una parte di questa componente, quella legata alla domanda industriale, è invece ben avviata. Soprattutto fra gli asiatici il loro coinvolgimento nell'economia globale passa attraverso lo sviluppo di piattaforme produttive e quindi costituisce un'opportunità soprattutto per le filiere meccaniche e tecnologiche. Solo successivamente questi paesi diventeranno ricettivi anche per l'offerta di beni di consumo, così come lo è stato per Russia, Cina e Brasile, mercati legati in passato soprattutto al mondo della meccanica, dei servizi per le infrastrutture, degli stabilimenti per l'automotive e oggi riferimenti di primo livello per la moda o per la ristorazione italiana e quindi anche del settore alimentare. Il tempo gioca in questo caso come uno dei migliori alleati dell'offerta italiana perché passando aumenta la ricettività della domanda locale all'offerta delle imprese italiane. Così come per la meccanica una fase di industrializzazione più matura premia l'efficienza energetica e la personalizzazione delle macchine italiane rispetto a produzioni tutte incentrate sulla scala, così il Made in Italy tradizionale diventa tanto più interessante nel momento in cui la domanda si emancipa da una vocazione alla sussistenza e cerca qualità nel mangiare, nel vestire o nell'abitare.

Davanti a tutta questa eterogeneità dei 25 mercati, uno degli errori da evitare è paradossalmente quello di perdere la visione di sistema. Al contrario il successo del Made in Italy è storicamente frutto di ec-

cellenze diffuse che partono all'interno della stessa filiera, ma che si alimentano anche del successo di un settore rispetto a un altro, soprattutto su mercati di frontiera come quelli analizzati nel rapporto. E' un messaggio tanto più rilevante quando il grado di conoscenza del marchio Italia è ancora da costruire, le distanze ampie e la massa critica un fattore decisivo per aumentare la forza rappresentativa delle imprese. Su questi mercati l'insediamento di pochi pionieri può dare lo slancio a un vero e proprio circolo virtuoso per l'Italia; dall'ingresso di pochi grandi, a un'internazionalizzazione diffusa di settori collegati prima in senso stretto (dalle costruzioni ai macchinari, dai mobili agli elettrodomestici), poi solo dal comune denominatore della qualità che è in ultima analisi anche l'elemento trasversale attraverso cui il Made in Italy è riconosciuto nel mondo.

metodologia

Il campione dei nuovi emergenti analizzato nella presente pubblicazione è stato individuato mediante una serie di selezioni di tipo statistico successive, che hanno visto dall'universo di oltre 177 paesi filtrare progressivamente la popolazione complessiva fino a ottenere i 25 candidati dell'analisi.

L'obiettivo principale a livello metodologico è stato quello di spaziare nella maggior misura possibile oltre l'universo degli emergenti noti, per cogliere attraverso un'esplorazione approfondita della dinamica di alcune variabili chiave le migliori prospettive di crescita e di mercato per gli operatori italiani, secondo un'ottica che potesse essere il più possibile innovativa rispetto all'analisi tradizionale.

Un primo step a livello procedurale ha visto l'esclusione dal campione delle economie univocamente definite dalle classificazioni internazionali come avanzate, processo che ha visto un ridimensionamento del campione a 149 paesi. La numerosità è stata nuovamente filtrata secondo un criterio di natura dimensionale, che ha escluso dall'analisi la totalità dei paesi con popolazione inferiore ai 5 milioni di abitanti, condizione ritenuta necessaria a definire la domanda sufficientemente rilevante e diversificata, e che ha presentato inoltre il vantaggio di eliminare le economie insulari e site a eccessiva distanza dall'Italia.

A seguire, per il campione di 89 paesi risultante dalle prime operazioni di filtro qualitativo, è stato raccolto un set informativo quantitativo dello stato di sviluppo e di potenzialità dell'economia, attraverso il quale operare una cluster analysis disgiunta basata su un set di variabili economiche selezionate. La cluster analysis è una tecnica di analisi statistica multivariata che permette di raggruppare le unità statistiche in modo da minimizzare la lontananza logica interna a ciascun gruppo, quantificata per mezzo di misure di similarità/dissimilarità, massimizzando quella tra gruppi. Nella procedura di clustering, le osservazioni sono divise in modo che al termine del processo ognuna sia assegnata a un unico cluster, senza la previsione di una struttura ad albero tipica delle procedure tradizionali⁷.

L'analisi è avvenuta su due livelli. A un primo livello, la cluster analysis ha individuato all'interno del campione degli 89 paesi quattro cluster ottimali sulla base di cinque distinte variabili: il valore delle importazioni di manufatti nel 2012 (fonte Unctad), indicatore della capacità di assorbimento del mercato di riferimento, il livello del Pil pro capite (fonte World Bank), come proxy del grado di sviluppo economico del paese, i dazi (fonte WTO), come espressione dell'attrattività del mercato in termini di facilità di accesso delle merci esportate, la qualità del doing business (fonte World Bank) e un indicatore di bontà del sistema distributivo, definito secondo il filtro della qualità del sistema logistico⁸. Quest'ultimo indicatore rap-

⁷ Il clustering utilizza distanze euclidee, basando la rilevazione dei centri del cluster sul criterio dei minimi quadrati. Questa metodologia è spesso definita come modello a k-medie, dato che i centri rappresentano la media delle osservazioni assegnate a ogni cluster quando l'algoritmo raggiunge completa convergenza. Ogni iterazione riduce il criterio dei minimi quadrati fino al raggiungimento della convergenza stessa.

⁸ A scopo di normalizzazione, il valore delle importazioni nel 2012 e il Pil pro capite sono stati inseriti nell'analisi in forma logarit-

presenta una sintesi degli indici di competitività della logistica proposti dalla World Bank, differenziandosi dall'indice complessivo proposto dal provider per il maggior peso attribuito alle componenti maggiormente correlate alla dimensione distributiva (quali la puntualità di consegna dei trasporti marittimi e la competitività dei prezzi, l'efficienza delle procedure doganali, la tracciabilità della merce sul territorio, la qualità dei servizi logistici legati al commercio), a loro volta declinate per l'incidenza della popolazione urbana e per il "time to import", ossia le tempistiche di sdoganamento delle merci.

I risultati (medie per ogni gruppo) del primo livello di cluster analysis sono riportati nelle tabelle a seguire.

CLUSTER 1: i migliori noti

import: **ALTO**
 pil pro capite: **ALTO**
 dazi: **BASSI**
 distribuzione: **OK**
 doing business: **OK**

CLUSTER 2: i buoni, ma chiusi

import: **ALTO**
 pil pro capite: **ALTO**
 dazi: **ALTI**
 distribuzione: **OK**
 doing business: **DIFFICILE**

CLUSTER 3: i difficili chiusi

import: **MEDIO/BASSO**
 pil pro capite: **MEDIO/BASSO**
 dazi: **ALTI**
 distribuzione: **DIFFICILE**
 doing business: **MEDIO**

CLUSTER 4: i peggiori

import: **BASSO**
 pil pro capite: **BASSO**
 dazi: **ALTI**
 distribuzione: **DIFFICILE**
 doing business: **DIFFICILE**

Il primo livello di cluster analysis ha identificato un set di paesi virtuosi (cluster 1 e 2), che presentano un rilevante livello di importazioni di manufatti, segnale di un mercato dinamico, e un Pil pro capite elevato, che suggerisce una domanda potenzialmente più segmentata e indirizzata verso beni di fascia alta e un consumo più qualificato, sorretto da un livello efficiente del sistema logistico e distributivo. La principale discriminante tra i due gruppi è rappresentata dalla maggior chiusura relativa del cluster 2 rispetto all'1, evidenziato dall'elevato livello daziario, e soprattutto da una maggiore difficoltà del doing business, spesso relazionata a vischiosità di natura burocratica e dall'assenza di trasparenza dei meccanismi regolamentari. Al gruppo di paesi definiti da questi due cluster sono ascrivibili tutte le economie emergenti maggiormente note, non solo i BRIC, ma anche le tigri asiatiche e le economie dell'Est Europa.

Il secondo livello della cluster analysis è stato applicato ai due gruppi meno performanti dell'analisi di primo livello, i cosiddetti mercati "difficili". Lo scopo primario del secondo step è stato quello di riqualificare questo gruppo di paesi, caratterizzati attualmente dalle maggiori vischiosità nell'accesso e dalla minore attrattività in termini di delocalizzazione produttiva e di dimensione del mercato, rivalutandone le potenzialità in ottica prospettica. La seconda cluster analysis è avvenuta sulla base del tasso di cresci-

mica, mentre le restanti tre variabili sono state incluse come definite, ossia in termini percentuali.

CLUSTER 2_1: alta crescita, alti dazi

crecita pil2020:	ALTA
pil pro capite:	BASSO
dazi:	ALTI

CLUSTER 2_2: buona crescita bassi dazi

crecita pil2020:	BUONA
pil pro capite:	MEDIO/BASSO
dazi:	BASSI

ta del pil al 2020 (fonte World Bank, espresso in variazione media annua), del pil pro capite e nuovamente del livello dei dazi. Il secondo step ha permesso l'individuazione di due nuovi cluster di paesi attrattivi in quanto a "elevata crescita potenziale", alcuni dei quali presentano anche un contenuto livello di dazi.

Come è possibile desumere dalle tabelle, il secondo livello di analisi ha portato alla definizione di due nuovi gruppi relativamente virtuosi all'interno del campione dei paesi problematici, entrambi caratterizzati da prospettive di crescita del Pil al 2020 di una certa consistenza. Se il primo gruppo definisce un set di paesi che si distinguono per elevata crescita, ma sono caratterizzati da un livello attuale di Pil pro capite contenuto e da elevate barriere tariffarie, il secondo mostra migliori capacità di spesa attuali e una maggiore attrattività in termini di accesso al mercato, a fronte di prospettive di crescita futura solo leggermente meno dinamiche. Il risultato della seconda clusterizzazione ha permesso l'inclusione all'interno del campione di un universo di economie emergenti ancora spesso trascurate nell'analisi dei mercati e dei flussi di commercio internazionale, individuando in particolare per il secondo gruppo, mercati a elevata attrattività anche in un orizzonte di breve periodo. L'esito della cluster analysis ha comportato una riduzione del campione a 66 paesi.

L'ultimo step metodologico per la selezione dei paesi di analisi ha visto una raffinazione della definizione di "potenziale" di crescita dei diversi paesi per specifiche caratteristiche, vedendo l'attribuzione di un indicatore qualitativo a seconda che le opportunità fossero presenti per consumi, infrastrutture o investimenti, o per una combinazione delle diverse dimensioni. In particolare, i paesi dotati di potenziali in termini di consumo e investimenti sono stati individuati filtrando quelli che hanno raggiunto o raggiungeranno entro il 2020 un valore soglia di pil pro capite in grado di renderli target attrattivi per l'export di beni del Made In Italy tradizionale per quanto concerne i beni di consumo, e di meccanica, per quanto afferisce gli investimenti⁹. Il consumo di tali beni, caratterizzati da elevati standard di qualità e da un posizionamento nella fascia alta di prezzo, coincide idealmente con le importazioni degli stessi nei diversi mercati, e si presenta poco reattivo alla variazione del reddito fino al raggiungimento del punto di flesso, per stabilizzarsi una volta raggiunto il livello dei paesi maturi. A questo livello sono state esclusi i paesi che hanno già ampiamente superato i livelli soglia per le tre diverse dimensioni, BRIC e Turchia in primis, che per tali caratteristiche sono più correttamente definibili come economie emerse.

Per quanto concerne le infrastrutture, le opportunità sono state misurate sulla base di stime dei flussi di investimenti al 2020, ottenute attraverso un modello econometrico che utilizza come variabili esplica-

⁹ I redditi soglia sono stati stimati come l'ascissa del punto di flesso di una curva logistica, che definisce la relazione tra reddito pro capite e consumo di beni del Made in Italy nei mercati di oltre 100 paesi, costituendone la migliore approssimazione grazie alla minimizzazione degli scarti quadratici con i dati effettivi. All'interno del panel sono stati inclusi anche i paesi maturi, in modo da definire il livello di saturazione.

tive la crescita del Pil pro-capite, il tasso di urbanizzazione e la popolazione (in linea con le principali indicazioni della letteratura empirica, Fay e Yepes, 2003, "Investing in infrastructure: what is needed from 2000 to 2010"; Yepes, 2005, "Expenditure on infrastructure in East Asia region, 2006-2010"). Il modello è stato sviluppato per sei differenti categorie di infrastrutture (dotazione misurata in termini fisici), ovvero la capacità elettrica installata, la rete stradale e ferroviaria, gli abbonamenti di telefonia fissa e mobile e la quota di famiglie con accesso all'acqua. I dati provengono dai World Development Indicator della World Bank e dall'Energy Information Administration. Per le stime è stato utilizzato un panel non bilanciato, con effetti fissi per tenere conto di fattori specifici dei paesi inclusi nel campione. Una volta ottenuta attraverso le simulazioni la domanda incrementale di infrastrutture per ciascuna delle sei categorie e per ogni paese considerato, sono stati ricavati i flussi futuri di spesa sulla base delle stime dei prezzi "best practice" indicati dalla World Bank.

Alla crescita 'potenziale' per ogni paese, declinata secondo le tre diverse dimensioni, è stato affiancato l'indice di rischio paese ("Country risk classification of the participants to the arrangement on officially supported export credits", fonte Ocse). A questo ultimo livello, l'individuazione dei paesi è avvenuta in base a una valutazione ragionata dei diversi indicatori di potenzialità e del rischio; se in generale all'interno del campione finale i paesi selezionati presentano un livello di rischio medio-basso, a fronte di peculiari prospettive in termini infrastrutturali, un elevato rischio non ha presentato condizione sufficiente di esclusione dalla rosa dei 25 paesi definitivi, come nel caso di Iran, Pakistan e Kazakistan.

appendice statistica

Tab. A1: Attrattività del mercato

	barriere tariffarie (% import)	rischio operativo (1 - 100)	qualità della logistica (1 - 100)	qualità della distribuzione (1 - 100)
Angola	7.3	94.9	45.0	53.0
Arabia Saudita	4.9	11.9	64.4	38.0
Bangladesh	14.4	68.8	0.0	53.0
Cile	6.0	17.6	61.8	45.0
Colombia	8.4	22.7	55.4	36.0
Egitto	16.8	60.2	52.2	7.0
Emirati Arabi	4.9	15.3	72.6	6.0
Filippine	6.1	75.6	62.8	34.0
Indonesia	7.0	71.6	55.2	46.0
Iran	26.6	79.0	51.4	53.0
Kazakistan	9.6	29.5	56.6	53.0
Kenya	12.5	64.2	51.8	53.0
Libia	—	67.0	46.6	—
Malaysia	6.5	6.8	68.8	28.0
Marocco	14.3	50.0	0.0	37.0
Messico	8.3	27.8	61.0	51.0
Mozambico	10.1	76.7	45.8	53.0
Nigeria	11.7	72.7	51.8	53.0
Pakistan	13.9	57.4	50.6	53.0
Perù	3.7	22.2	56.0	24.0
Qatar	5.1	20.5	59.0	53.0
Serbia	7.4	51.1	53.8	53.0
Thailandia	9.8	8.5	65.8	18.0
Tunisia	16.0	23.3	56.8	25.0
Vietnam	9.8	53.4	59.2	53.0

Tab. A2: Indicatori economici generali

	popolazione (milioni)	Pil pro capite (euro)	crescita stimata al 2020	export italiano nei settori considerati nel 2012 (mln euro)
Angola	23.4	4713	6.0	157
Arabia Saudita	32.1	19658	4.3	1661
Bangladesh	158.2	696	6.8	151
Cile	18.1	12713	4.6	496
Colombia	49.4	6436	4.4	330
Egitto	91.5	2457	5.5	862
Emirati Arabi	6.4	50609	3.6	1803
Filippine	105.5	2280	5.5	178
Indonesia	262.4	2982	6.5	742
Iran	81.1	4350	1.7	778
Kazakistan	17.5	9928	6.0	412
Kenya	48.5	838	6.1	83
Libia	7.0	11532	8.5	370
Malaysia	32.0	8551	5.2	484
Marocco	34.2	2547	5.3	393
Messico	120.7	8585	3.3	1365
Mozambico	24.8	538	7.9	19
Nigeria	188.7	1309	6.9	286
Pakistan	197.5	1022	3.1	158
Perù	32.9	5575	6.1	312
Qatar	2.2	77138	6.2	451
Serbia	7.6	4427	2.6	459
Thailandia	65.7	5134	4.7	715
Tunisia	11.5	3541	4.7	750
Vietnam	95.9	1332	5.4	237

Tab. A3: Quota dell'Italia nei mercati selezionati (2012)

	Meccanica	Agroalimentare	Arredamento	Sistema moda	Piastrelle
Angola	4.8	1.7	1.1	0.9	0.6
Arabia Saudita	9.6	1.9	8.7	4.1	9.5
Bangladesh	8.3	0.1	0.9	0.4	—
Cile	7.3	1.1	2.5	0.9	3.8
Colombia	6.4	0.5	5.8	2.5	2.6
Egitto	16.1	1.0	8.1	2.2	3.9
Emirati Arabi Uniti	10.8	2.7	8.9	4.1	7.2
Filippine	2.3	0.9	3.0	0.8	4.1
Indonesia	3.6	0.3	1.0	0.9	0.3
Iran	13.9	0.3	3.5	3.1	5.2
Kazakistan	8.2	1.2	15.6	4.0	4.8
Kenya	7.2	4.2	2.7	0.4	2.1
Libia	22.8	8.0	16.5	4.3	4.0
Malaysia	3.2	0.4	0.3	1.0	0.3
Marocco	12.6	1.6	11.5	5.9	11.3
Messico	4.0	0.7	2.4	3.7	13.1
Mozambico	4.6	0.1	2.5	1.1	4.4
Nigeria	6.8	1.1	17.2	3.4	8.2
Pakistan	7.2	0.3	11.4	1.1	3.8
Peru	6.8	0.4	3.5	1.6	6.5
Qatar	—	—	—	—	—
Serbia	18.5	7.3	21.1	18.7	49.0
Thailandia	2.8	0.9	1.8	3.1	1.2
Tunisia	29.4	5.9	18.4	35.4	28.5
Vietnam	1.9	0.2	1.0	1.1	0.0

guida alla lettura delle schede paese

46

Le schede paese disponibili nel supporto elettronico allegato al rapporto contengono una serie di informazioni sui 25 mercati ad alto potenziale analizzati in questo rapporto. Le schede sono composte da una sezione di carattere generale e due sezioni di approfondimento specifiche per i 5 settori considerati (agroalimentare, sistema moda, arredamento, piastrelle in ceramica e meccanica).

La prima sezione riguarda il quadro macroeconomico e include il livello del Pil pro capite in euro correnti al 2011, il suo tasso di crescita medio annuo nel periodo 2013-'20 (fonte IMF e Prometeia), il tasso di urbanizzazione (in termini di percentuale di popolazione urbana sul totale, fonte World Bank) e le stime di rischio paese elaborate dall'OECD. A seguire, evidenziati in azzurro, i dati sulla crescita stimata delle componenti di domanda (consumi, investimenti e investimenti in costruzioni) nell'orizzonte 2012-'15, risultato delle elaborazioni Prometeia sui dati delle fonti statistiche nazionali.

Il riquadro azzurro a destra mostra le prime informazioni declinate a livello settoriale, ossia il valore soglia di Pil pro capite definito come livello necessario per far partire l'acquisto dei beni Made in Italy per il comparto, e gli anni necessari al paese per colmare il gap rispetto ai livelli attuali. I redditi soglia sono tecnicamente stati stimati per ogni settore come l'ascissa del punto di flesso di una curva logistica che definisce la relazione tra reddito pro capite e consumo di beni del made in Italy del settore in oltre 100 paesi. Per maggiori chiarimenti a riguardo si rimanda alla nota metodologica della presente pubblicazione.

La seconda sezione mostra una prospettiva del mercato in termini di capacità di spesa della popolazione residente. Ove la disponibilità di dati lo ha consentito, è presente una panoramica del reddito pro capite calcolato per quintili della popolazione a ricchezza crescente, confrontati con il livello benchmark di reddito ottimale per i beni made in Italy del settore. Per la totalità delle economie considerate è inoltre proposta un'evoluzione della quota detenuta sul reddito mondiale nel corso dell'ultimo trentennio, confrontata con la dinamica che ha interessato l'aggregato dei nuovi emergenti complessivamente inteso (fonte elaborazioni Prometeia su dati World Bank). La seconda sezione è identica per tutti i settori dei beni di consumo, differenziandosi per la meccanica, per la quale, in ragione della maggior pertinenza con una domanda espressa da una clientela industriale, è offerta una prospettiva dello sviluppo del sistema manifatturiero e infrastrutturale. In particolare, sono riportate informazioni sul potenziale in termini di nuovi investimenti in infrastrutture nel corso del periodo 2013-2020, ricavate da un modello econometrico ad hoc elaborato da Prometeia, nonché la quota delle commesse detenute dalle imprese italiane nel 2011 sul totale del paese (fonte ANCE).

A seguire, la sezione "attrattività", offre una prospettiva del mercato in termini di facilità di accesso, do-

cumentando il livello dei dazi, declinati a livello settoriale (fonte elaborazioni Prometeia su dati WTO) e indicatori di rischio operativo, di qualità del sistema distributivo e della logistica (fonte World Bank).

La seconda pagina della scheda offre un'analisi del commercio internazionale in termini di domanda attuale e prospettica espressa dal mercato e di posizionamento dell'Italia all'interno del quadro competitivo, declinata a livello settoriale. Le importazioni al 2012, espresse in milioni di euro correnti, e i tassi di crescita media annua 2013-2015 sono risultato delle elaborazioni Prometeia sulla banca dati MOPICE. Il grafico a barre proposto sotto la prima tabella esprime attraverso l'analisi dei Valori Medi Unitari in dollari la segmentazione per fasce di mercato dove si collocano l'Italia e i principali concorrenti. I dati, di fonte Unctad, sono stati calcolati per Cina, Germania, Regno Unito, Stati Uniti e Francia.

L'ultima sezione analizza il posizionamento dell'Italia nel mercato, con un grafico della quota italiana nel settore in serie storica per il periodo 1995-2012, rispetto alla dinamica nei nuovi emergenti (fonte elaborazioni Prometeia su banca dati FIPICE). Le etichette riportano la quota degli esportatori italiani nel 2012. A destra, è proposto un ranking dei principali esportatori nel mercato, con un confronto con il livello della quota detenuto nel 2007 (fonte elaborazioni Prometeia su banca dati FIPICE). In ultimo, è presente un riquadro con il valore dell'export italiano in milioni di euro, e una stima del valore dello stesso al 2015, in ipotesi di quota costante (elaborazioni Prometeia su banca dati FIPICE).

