

## LUCI E OMBRE DEL *MADE IN ITALY*

### **Il fatto**

L'Italia conta davvero all'interno del panorama economico mondiale? Per cercare di rispondere a questa domanda, la Fondazione Edison ha svolto un'approfondita analisi dell'export italiano nel quadro mondiale, basata su più di 5.517 prodotti che sono quelli in cui la classificazione HS 1996 suddivide in modo estremamente dettagliato il commercio internazionale. L'obiettivo di Fondazione Edison è stato quello di identificare il numero di primi, secondi, terzi, quarti e quinti posti detenuti dall'Italia nell'export mondiale mediante un particolare algoritmo, che ha permesso la costruzione di un "Indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale", chiamato anche Indice Fortis-Corradini dal nome dei suoi autori. Per quanto riguarda il 2009, è stato possibile appurare che, nonostante la crisi internazionale, l'Italia risultava prima esportatrice mondiale di 249 prodotti (per un valore complessivo di circa 71 miliardi di dollari), seconda esportatrice di 347 pro-

dotti (56 miliardi) e terza esportatrice di altri 387 beni (Tabella 1). Le eccellenze del Made in Italy si completano con altri 610 prodotti in cui il nostro Paese nel 2009 figurava quarto o quinto tra gli esportatori a livello mondiale (per altri 78 miliardi di dollari di export).

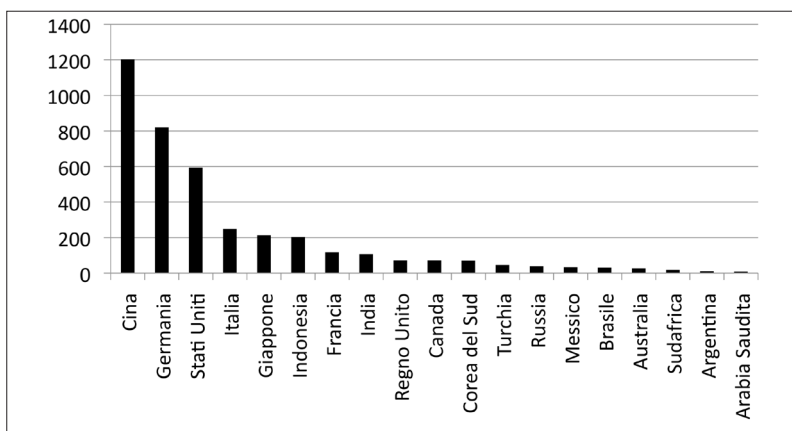
Tabella 1 - Posizione dell'Italia nell'export internazionale per numero di piazzamenti

POSIZIONE DELL'ITALIA NELL'EXPORT MONDIALE	NUMERO DI PRODOTTI	VALORE DEI PRODOTTI (MILIARDI DI DOLLARI)
PRIMA	249	71
SECONDA	347	56
TERZA	387	48
QUARTA	317	49
QUINTA	293	29
TOTALE	1.593	253

Fonte: Fondazione Edison. "Il Made in Italy batte la crisi"- Quaderno n. 78 - Aprile 2011

Il ruolo di rilievo dell'Italia nel commercio mondiale si intuisce anche dai dati del *medagliere del commercio internazionale* (Figura 1), elaborato dalla Fondazione Edison, che ordina i Paesi del G-20 per numero di prodotti per i quali il Paese detiene il primo posto nel commercio internazionale. La figura mostra che nel 2009, anno critico per l'economia mondiale, l'Italia è risultata quarta per numero di primi posti assoluti dopo Cina, Germania e Stati Uniti. In termini di valore, l'Italia si è piazzata sesta alle spalle di Cina, Germania, Stati Uniti, Germania e Corea del Sud.

Figura 1 - Il medagliere del commercio internazionale per i Paesi del G20, Anno 2009



Fonte: Riadattato da Fondazione Edison su dati UN Comtrade, Quaderno n. 78, Fondazione Edison

## Commento di Saverio Dave Favaron<sup>1</sup>

### *Cos'è il Made in Italy*

Quando si parla di Made in Italy è inevitabile pensare principalmente ai vestiti di Versace o di Armani, ai negozi di Benetton, alle borse di Gucci. Oppure il pensiero va alla Ferrari o ad altri marchi storici dell'automobilismo italiano rinomati in tutto il mondo. Ma il Made in Italy è un fenomeno molto più complesso, che abbraccia diversi settori e attività economiche del Paese.

Nella letteratura economica sono presenti molteplici interpre-

<sup>1</sup> Saverio Dave Favaron è laureato magistrale in Economia e Direzione Aziendale dell'Università di Padova, con una tesi sulle imprese "quasi medie" (10-12,99 milioni di euro di fatturato) del Made in Italy negli anni della crisi, realizzata nell'ambito di una ricerca del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali (DSEA) dell'Università di Padova, finanziata da ADAC-TA Studio Associato di Vicenza.

tazioni del concetto di Made in Italy. Secondo alcuni indica l'insieme del sistema manifatturiero italiano e, segnatamente, quello che tende a contraddistinguersi nell'arena internazionale; per altri, il Made in Italy coincide con il concetto di Distretto industriale. Altri ancora parlano di accoppiamento strutturale tra la qualità dell'economia e la qualità della cultura, della storia e dell'identità che caratterizza ogni Paese. Infine c'è chi sostiene (Rullani, 2005) che tale concetto non esprima soltanto la storia della nazione ma anche il profondo radicamento nel contesto territoriale, che ne costituisce la risorsa primaria da cui i sistemi produttivi del Made in Italy traggono ricchezza e generano valore.

La definizione che meglio delle altre riassume il concetto di Made in Italy, è quella suggerita da Fortis (1998), secondo il quale il Made in Italy si riferisce a *“prodotti e servizi in cui l'Italia vanta un effettivo grado di specializzazione e in cui il nostro Paese è rinomato in tutto il mondo relativamente a profili quali la qualità, l'innovazione, il design, l'assistenza ai clienti, la tempestività delle consegne, i prezzi competitivi.”*

È chiaro dunque che le produzioni in cui l'Italia vanta primati a livello internazionale non sono circoscritte solo al sistema moda, che più facilmente associamo al concetto di Made in Italy.

Fortis (1998; 2005) utilizza due criteri per identificare i settori che possono rientrare nel fenomeno del Made in Italy. Un primo criterio, qualitativo, consiste nel richiamare quei settori che fin dagli anni '80 sono tradizionalmente considerati tipici della cultura italiana anche al di fuori dei confini nazionali. Ci si riferisce in particolare ai beni del sistema moda-tempo libero, dell'arredo-casa, dell'alimentazione e della meccanica. A questi si aggiunge il settore del turismo, che è molto rilevante nel nostro Paese, ma che non viene preso in considerazione dall'autore perché il focus degli studi di Fortis è ristretto al manifatturiero. Il comparto moda-tempo libero comprende le

produzioni tessili, dell'abbigliamento e degli accessori, l'industria conciaria, la pelletteria, le calzature, l'oreficeria e la gioielleria, l'occhialeria e le calzature. A questi si affiancano poi i settori delle biciclette, dei motocicli e dei natanti. Nella categoria arredo-casa rientrano il legno e il mobilio, i marmi e le altre pietre ornamentali, ceramiche e porcellane, rubinetteria e infissi e illuminotecnica. Il sistema alimentazione è rappresentato soprattutto da prodotti da forni e dolciari, lavorazioni di carni, industria casearia, pasta, conserve e vini. Infine la meccanica include macchine tessili, per la lavorazione delle ceramiche e della carta, macchine per l'industria alimentare e macchine agricole (Fortis, 1998).

Oltre al criterio qualitativo, Fortis applica un criterio quantitativo che si basa sull'indice di specializzazione, costituito dal saldo commerciale normalizzato dei diversi prodotti. Seguendo questo criterio è possibile, tramite alcune soglie precedentemente definite, identificare i beni in cui un certo Paese è specializzato e attraverso i quali a generato un saldo commerciale positivo. Come si vedrà nei paragrafi successivi, i settori del Made in Italy, già dagli anni Novanta, sono capaci di dare un contributo formidabile alla bilancia commerciale italiana, coprendo i deficit di altri settori a bassa specializzazione e generando surplus anche in periodi di recessione globale.

### *I numeri del Made in Italy*

Se la consapevolezza sulle dimensioni effettive del Made in Italy è cominciata a maturare solamente nei primi anni Novanta, è altrettanto vero che nel giro di un decennio la forza del manifatturiero italiano tradizionale era sotto gli occhi di tutti, italiani e stranieri, con numeri di grande spessore.

Per comprendere il contributo fondamentale delle imprese del Made in Italy all'economia del Paese, è utile osservare il dato del commercio estero e del saldo commerciale. Nel 1996 i prodotti in cui l'Italia è più specializzata, cioè quelli di

punta del Made in Italy, hanno realizzato esportazioni pari a 222.160 miliardi di lire, generando un saldo commerciale positivo superiore ai 150.000 miliardi di lire. Da almeno quindici anni si nota che i prodotti delle cosiddette 4A (i macrosettori Abbigliamento-Moda, Alimentare-Bevande, Arredo-Casa e Automazione-Meccanica) sono in grado non solo di pagare il proprio import, ma anche quello degli altri settori dell'economia e i deficit di alcuni settori quali la chimica, l'elettronica e le telecomunicazioni.

Le esportazioni del manifatturiero delle 4A nel 2001 rappresentavano il 57% dell'export nazionale, con un saldo commerciale attivo di 80 miliardi di euro, essenziale per controbilanciare i passivi commerciali con l'estero delle materie prime e dell'energia in particolare. Spostandoci agli anni più recenti, quelli della crisi cominciata nel 2008, scopriamo che i settori del Made in Italy, quelli delle eccellenze territoriali del Paese, sono stati capaci di tenere a galla l'intera economia nazionale nei primi anni della crisi principalmente per la maggiore capacità di queste imprese di esportare i prodotti sui mercati esteri. Nel 2008, le 4A del Made in Italy hanno fatto registrare un surplus commerciale di 118 miliardi di euro, contribuendo in modo determinante al risultato complessivo italiano di un attivo sulla bilancia commerciale di 62 miliardi di euro, uno dei più elevati per i Paesi occidentali in quell'anno (Fondazione Edison e Symbola, 2009).

Con riferimento al numero di occupati, secondo i dati Istat relativi al censimento del 2001 e gli studi della Fondazione Edison, le 4A del manifatturiero italiano occupavano all'inizio del decennio scorso complessivamente 3 milioni e 167 mila addetti, pari al 65% degli addetti manifatturieri italiani (attualmente sono circa 3,3 milioni). Le imprese attive nei settori del Made in Italy erano oltre 410 mila (Fortis, 2005).

Una ricerca recentemente pubblicata su *Il Sole 24 Ore* ha illustrato che l'Italia è il secondo Paese europeo più industrializzato, alle spalle della Germania ma nettamente davanti a

Francia e Gran Bretagna. Probabilmente il nostro Paese non riuscirà mai ad eguagliare i numeri della Germania in campo industriale, da un lato per la presenza di un Mezzogiorno molto meno densamente industrializzato del Nord e del Centro, dall'altro per la perdita dei grandi gruppi storici a partire da Montedison e Olivetti. Tuttavia, se si passa dalla visione d'insieme a un focus sulle macroaree europee, misurate dalla classificazione NUTS1, quelle italiane sono davanti a quelle tedesche per numero di occupati manifatturieri, a dimostrazione del fatto che, se si escludono i grandi gruppi, il Nord e il Centro italiani non hanno nulla da invidiare a Renania-Westfalia e Baden-Württemberg. I dati raccolti nel 2007 da Fondazione Edison (Tabella 2) sono eloquenti nel mostrare le dimensioni delle macroregioni italiane nel contesto dell'Europa industriale. Il Nord-Ovest italiano è la regione europea con il maggior numero di addetti nel manifatturiero (1.687 milioni), seguito dal Nord-Est (1.348 milioni) che a sua volta precede la regione del Nordreno-Westfalia. Esaminando i macrosettori tipici del Made in Italy si evince il ruolo importante delle macroregioni italiane in termini di numero di occupati, con il primato del Nord-Est nel settore del legno e dei mobili, del Nord-Ovest nella produzione di prodotti in metallo e nel tessile e del Centro nella produzione di pelli e calzature.

Anche gli ultimi dati rilasciati dall'Istat sui Sistemi Locali confermano il ruolo trainante di questi settori. Nel 2009 il loro contributo alle esportazioni nazionali è stato pari al 43,7%, di cui il 13,5% derivante dai settori tessile, pelli e abbigliamento e il restante 30,2% agli altri sistemi del Made in Italy.

**Tabella 2 - Macroregioni europee per numero di occupati, suddivise per macrosettori**

SETTORE	MACROREGIONI ORDINATE PER NUMERO DI PERSONE OCCUPATE		
	PRIMA MACROREGIONE	SECONDA MACROREGIONE	TERZA MACROREGIONE
ALIMENTARE-BEVANDE	OUEST FRANCIA	NORD-EST ITALIA	NORD-OVEST ITALIA
TESSILE E ABBIGLIAMENTO	NORD-OVEST ITALIA	NORTE PORTOGALLO	NORD-EST ITALIA
PELLI E CALZATURE	CENTRO ITALIA	MACROREGIONEA ROMANIA	NORD-EST ITALIA
PRODOTTI IN METALLO	NORD-OVEST ITALIA	NORD-EST ITALIA	NORDRHEIN-WESTFALLEN GERMANIA
MACCHINE INDUSTRIALI	BADEN-WURTEMBERG GERMANIA	NORD-OVEST ITALIA	NORD-EST ITALIA
MOBILI E ALTRI MANUFATTI	NORD-EST ITALIA	NORD-OVEST ITALIA	CENTRO ITALIA
LEGNO	NORD-EST ITALIA	NORD-OVEST ITALIA	POLNOCNO-ZACHODNI POLONIA
TOTALE INDUSTRIA MANIFATTURIERA	NORD-OVEST ITALIA (1.687.618)	NORD-EST ITALIA (1.348.443)	NORDRHEIN-WESTFALLEN GERMANIA (1.243.072)

Fonte: Fondazione Edison. "Macroregioni e regioni italiane prime in Europa nella manifattura"- Quaderno n. 96 - Feb. 2012

Ciò che emerge dunque da questi dati è l'immagine di un Made in Italy che trascina il Paese e che resiste alla crisi. Secondo i media specializzati, nel 2011 l'export italiano, in valore, è tornato ai livelli pre-crisi. Un risultato considerevole considerando che i record di allora furono raggiunti in un periodo in cui il commercio internazionale era gonfiato dalle "bol-



le” di domanda di tanti nostri Paesi clienti che acquistavano più di quanto non potessero permettersi. I risultati dell’export dell’anno scorso, invece, sono stati raggiunti in un periodo di recessione in buona parte dell’Occidente. Esportare con successo in simili condizioni è segno di capacità ed intraprendenza: doti che certamente non mancano alle imprese italiane, che hanno saputo innovare, accrescere la qualità dei loro prodotti, arricchendoli anche di maggiori contenuti di servizio, nonché conquistare nuovi mercati (Il Sole 24 Ore, 14 febbraio 2012).

*Non solo luci, ma anche qualche ombra*

L’ultimo rapporto dell’*Italian National Statistical System, Italy in the world economy*, riferito agli anni 2010 e 2011 offre una rappresentazione interessante dell’economia italiana basata sull’evoluzione delle quote di mercato detenute dall’Italia tra il 2008 e il 2010 in alcuni settori.

Lo studio fa emergere due fattori significativi. Innanzitutto, si rileva che nella maggioranza dei macrosettori industriali, la quota di mercato dell’Italia è diminuita tra il 2008 e il 2010, evidenziando la progressiva perdita di competitività del nostro Paese nel continente europeo. Inoltre, ed è questo l’aspetto più importante, gli unici settori in cui la quota di mercato è aumentata sono settori tradizionali, maturi e a basso o medio contenuto tecnologico, che si riferiscono per la maggior parte ai settori tipici del Made in Italy. Si tratta infatti dell’alimentare, del comparto dei motoveicoli, dei settori legati alla lavorazione dei metalli e alla lavorazione di prodotti petroliferi.

La ricerca “Manufacturing the future: The next era of global growth and innovation” rilasciata dal *McKinsey Global Institute* a novembre 2012 mostra l’altra faccia della stessa medaglia. Da questo studio emerge l’anomalia dell’Italia tra i Paesi più sviluppati, per il forte peso nell’economia nazionale di manifatturiero ad alta intensità di lavoro. La tendenza a

livello globale, infatti, è di una progressiva riduzione della percentuale di output derivante dal manifatturiero *labor-intensive* all'aumentare della ricchezza dei Paesi.

Emerge quindi un quadro in chiaroscuro dell'industria manifatturiera italiana. Da una parte le eccellenze e il prestigio del *Made in Italy*, ormai affermato a livello internazionale, che possiede una grande forza sui mercati europei e mondiali. Dall'altra l'immagine complessiva di un'economia italiana che perde posizioni nel ranking internazionale, soprattutto in termini di innovazione e capacità di competere. Un'economia troppo legata alle sorti del *Made in Italy*, che è formato da settori prevalentemente tradizionali, maturi, con minor contenuto di tecnologia rispetto ai Paesi concorrenti e con bassi tassi di crescita e potenzialità di sviluppo.

## **Riferimenti bibliografici**

Fondazione Edison e Symbola, 2009, Geografie del nuovo Made in Italy

Fondazione Edison, 2011. Il Made in Italy batte la crisi, Quaderno n. 78

Fortis, M., 1998. Il made in Italy, Il Mulino, Bologna

Fortis, M., 2005. Le due sfide del Made in Italy: Globalizzazione e Innovazione. Il Mulino, Bologna

Fortis, M., 2012. I primati globali del Made in Italy, Il Sole 24 Ore [online], disponibile su < <http://24o.it/3bthm> > [Data di accesso: 07/11/2012]

McKinsey Global Institute e McKinsey Operations Practice, 2012. Manufacturing the future: The next era of global growth and innovation.

Rullani, E., 2005. I distretti cambiano pelle, Quaderni di Management, 3(16)