

IDENTIKIT E PERFORMANCE DELLE IMPRESE DEL BELLO E BEN FATTO

Roberto Monducci

Istituto nazionale di statistica

Direttore del Dipartimento per i conti nazionali e le statistiche economiche

Intervento al convegno su:

“Esportare la dolce vita. Il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati: veicoli e ostacoli”

Milano, 23 aprile 2012, Assolombarda

1. Le imprese che esportano beni di consumo del *bello e ben fatto (BBF)*:

- ✓ criteri di selezione, caratteristiche strutturali;
- ✓ profilo dell'attività di esportazione.

2. Le dinamiche dell'export delle imprese *BBF* nel 2009-2011.

1) Le imprese che esportano beni di consumo del bello e ben fatto (BBF): criteri di selezione, caratteristiche strutturali (1)

Individuazione dell'export di prodotti di consumo BBF

- **Macrosettori:** alimentari, tessile-abbigliamento, calzature, arredamento.
- **Analisi della base di dati Istat sul commercio estero a livello di singolo operatore commerciale.**
- **Selezione dei prodotti esportati BBF:** da 612 settori definiti sulla base della classificazione di commercio estero HS6, selezione di 461 prodotti in base al seguente criterio: almeno il 50% del valore delle esportazioni della voce HS6 riconducibile a operatori con valori medi unitari (“prezzi”) medi 2011 superiori del 20% alla media europea.
- **Totale export di prodotti BBF:** 51,4 mld di euro nel 2011, il 13,7% dell'export manifatturiero totale.
- **Composizione settoriale dell'export BBF:** 36,0% alimentare; 31,7% abbigliamento; 14,0% calzature; 18,4% arredamento.
- **Tra il 2009 e il 2011:** +28,8% export manifatturiero; +18,9% export BBF (+21,3% alimentare; +17,7% abbigliamento; +26,5% calzature; +11,3% arredamento).

1) Le imprese che esportano beni di consumo del bello e ben fatto (BBF): criteri di selezione, caratteristiche strutturali (2)

Caratteristiche delle imprese che esportano prodotti di consumo BBF

- **Imprese BBF:** 13.130 unità, l'80% di quelle appartenenti ai quattro settori considerati (alimentari, tessile-abbigliamento, calzature, arredamento) e il 20,5% del complesso delle imprese manifatturiere che esportano.
- **Occupazione:** le imprese BBF occupano 380mila addetti (il 15% del totale delle imprese manifatturiere che esportano).
- **Dimensione media:** imprese BBF 29,1 addetti per impresa (38,7 nel complesso delle imprese esportatrici).
- **Struttura dimensionale:** 6.013 microimprese (meno di 10 addetti); 5.647 piccole (10-49 addetti); 1.286 medie (50-249 addetti); 184 grandi (250 e più addetti).
- **Quote di occupazione per dimensione:** 7%, 31,8%, 32,2%, 29,0%.
- **Localizzazione:** 29% NE; 26% NO; 25% Centro; 20% Sud.
- Nei quattro settori considerati le **imprese non-BBF** sono 3.273, con una dimensione media simile a quella delle unità BBF.

1) Le imprese che esportano beni di consumo del bello e ben fatto (BBF): profilo dell'attività di esportazione (1)

Intensità di export e propensione all'esportazione delle imprese BBF

- **Intensità di export:** 85mila euro per addetto nelle imprese BBF (61mila nelle imprese non-BBF; 92mila per il complesso delle imprese manifatturiere esportatrici); intensità molto elevata nelle calzature (117mila euro), relativamente bassa nell'arredamento (65,1mila euro).
- **Propensione all'esportazione:** l'incidenza dell'export sul fatturato è pari al 30% nelle imprese BBF (16,7% nelle imprese non-BBF; 36,1% per il complesso delle imprese manifatturiere esportatrici); propensione molto elevata nelle calzature (57,4%), relativamente bassa nell'alimentare (20,3%).
- La propensione all'export delle imprese BBF è elevata in tutte le classi dimensionali: 28,6% nelle microimprese; 30,6% nelle piccole; 32,2% nelle medie; 27,9% nelle grandi.
- Nelle micro e piccole imprese la propensione all'export delle imprese BBF è superiore a quella media delle imprese manifatturiere della stessa dimensione.

1) Le imprese che esportano beni di consumo del bello e ben fatto (BBF): profilo dell'attività di esportazione (2)

Diversificazione merceologica e geografica delle imprese BBF

- **Diversificazione merceologica dell'export** nelle imprese BBF: elevato numero di merci mediamente esportate per impresa (12 nelle imprese BBF, 9 nelle non-BBF degli stessi settori; 9 nella media manifatturiera).
- Articolazione merceologica molto elevata a partire dalle medie imprese. Diversificazione più elevata nell'abbigliamento, seguito da calzature, arredamento e alimentare.
- **Il numero medio dei paesi di destinazione dell'export** delle imprese BBF è pari a 9 (6 nelle imprese non-BBF degli stessi settori; 10 nella media manifatturiera).
- Diversificazione geografica più elevata nel comparto delle calzature, seguito dall'arredamento, dall'alimentare e dall'abbigliamento.
- Rispetto alla media manifatturiera le imprese BBF piccole e medie esportano mediamente in un numero maggiore di paesi.

1) Le imprese che esportano beni di consumo del bello e ben fatto (BBF): profilo dell'attività di esportazione (3)

Mercati di sbocco dell'export delle imprese BBF

- Elevata concentrazione dell'export BBF nei **mercati tradizionali** (62,1% delle vendite all'estero; 54,9% per le imprese non-BBF degli stessi settori; 52,3% nella media manifatturiera).
- L'orientamento verso i mercati tradizionali delle imprese BBF è più elevato per l'alimentare (71,3%), seguito dalle calzature (61,9%), dall'abbigliamento (56,2%) e dall'arredamento (55,8%).
- Elevata esposizione dei BBF verso gli USA (soprattutto l'alimentare).
- La quota di export BBF verso i **nuovi mercati** è del 16% (18,4% per le imprese non-BBF degli stessi settori; 25% nella manifattura).
- Elevata esposizione dei BBF verso la Russia (soprattutto abbigliamento e calzature).

2) Le dinamiche dell'export delle imprese BBF nel 2009-2011 (1)

Analisi delle tendenze dell'export delle imprese persistentemente attive in tutti i semestri dal 2009 al 2011

- **8.700 imprese BBF su 13.000 (il 66%).**
- **Il semestre 2011: il 64,3% delle imprese BBF mostra livelli di export superiori a quelli del I semestre 2009 (66,7% imprese non BBF; 65,7% totale manifattura).**
- **Incidenza delle imprese BBF in crescita:**
 - ✓ **alimentare (69,3%), abbigliamento (66,3%), calzature (65,9%), arredamento (56%).**
 - ✓ **grandi imprese (71,3%), piccole imprese (64,8%), medie imprese (63,6%), microimprese (63,5%).**
- **Variazione dell'export:**
 - ✓ **BBF +24,6%; non-BBF +24,9%; totale manifattura +29,6%.**
 - ✓ **Forti eterogeneità tra i macrosettori BBF: alimentare +31,4%; calzature +28,7%; abbigliamento +21,2%; arredamento +13,9%.**

2) Le dinamiche dell'export delle imprese BBF nel 2009-2011 (2)

Le tendenze dell'export per area di sbocco

- L'export BBF è cresciuto del 21,5% nei mercati tradizionali, del 42,2% nei nuovi mercati e del 29,7% negli altri mercati.
- ✓ Rispetto alle imprese non-BBF degli stessi settori, le BBF crescono di più nei nuovi mercati e meno negli altri mercati.
- ✓ Rispetto al complesso della manifattura, le imprese BBF crescono meno nei mercati tradizionali, molto meno in quelli nuovi, mentre mostrano migliori performance negli altri mercati.

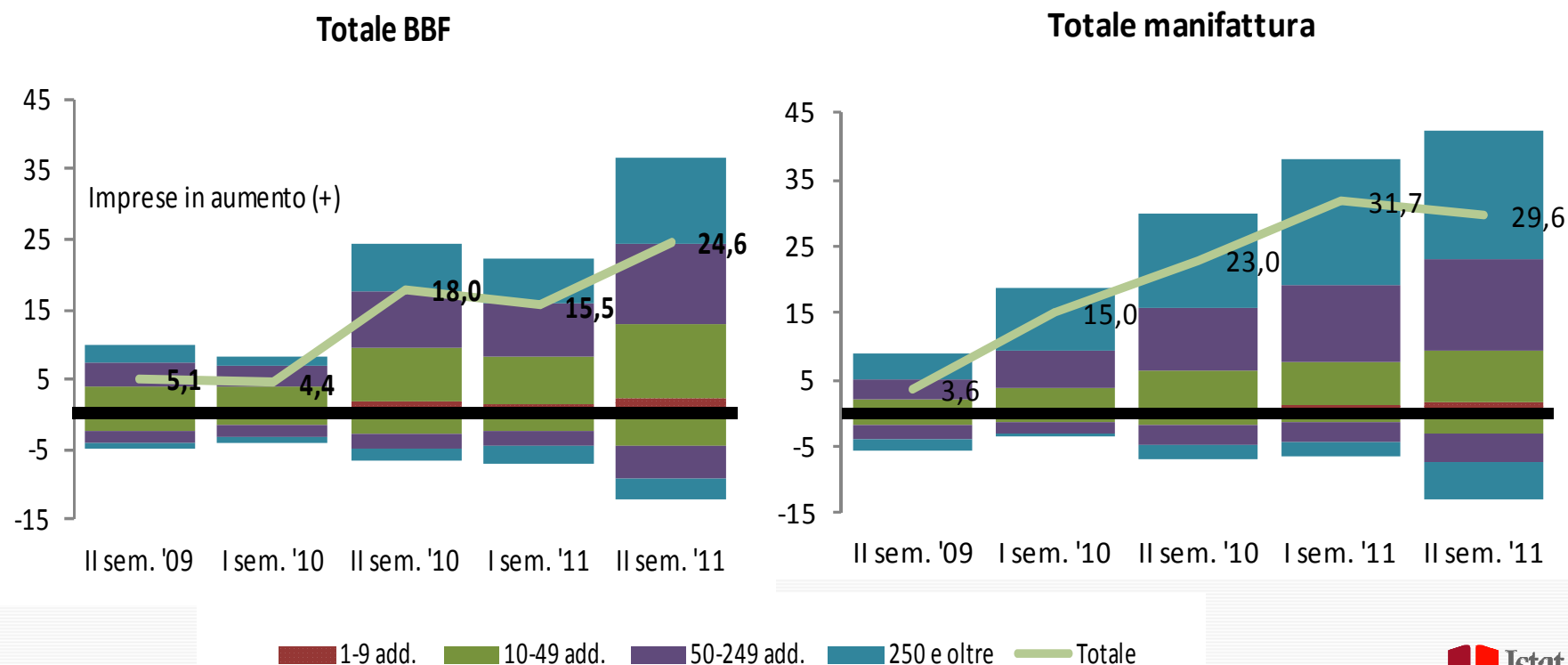
I cambiamenti nell'orientamento geografico e merceologico

- Tra il 2009 e il 2011 le imprese BBF hanno mostrato:
 - ✓ un cambiamento di orientamento geografico dell'export superiore a quello delle imprese non-BBF ma inferiore a quello manifatturiero (cambiamento massimo nelle calzature, minimo nell'alimentare);
 - ✓ un cambiamento del mix di prodotti esportati maggiore di quello delle imprese non-BBF e del complesso della manifattura (cambiamento massimo nelle calzature, minimo nell'alimentare).

2) Le dinamiche dell'export delle imprese BBF nel 2009-2011 (3)

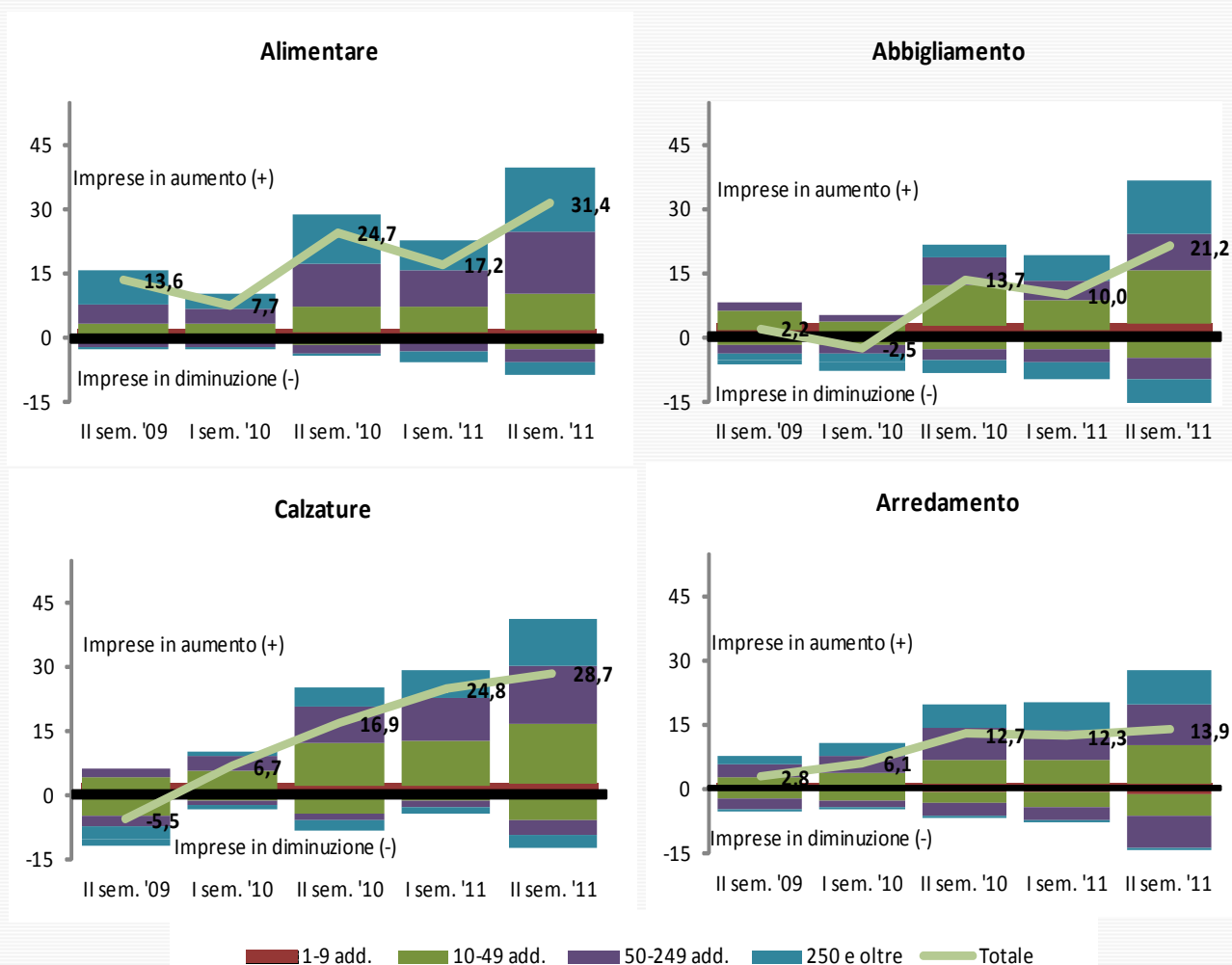
Le componenti positive e negative della variazione dell'export

- Nel secondo semestre del 2011 aumenta, sia per le imprese BBF sia per il complesso della manifattura, l'impatto negativo delle imprese con vendite all'estero in contrazione.
- Per i BBF aumenta anche l'impatto positivo delle imprese in espansione, soprattutto di quelle di maggiori dimensioni.



2) Le dinamiche dell'export delle imprese BBF nel 2009-2011 (4)

- L'incremento della dimensione dei contributi alla crescita, di segno positivo e negativo, nel secondo semestre del 2011 coinvolge tutti i settori BBF.



- Rilevante crescita del contributo positivo delle grandi imprese per alimentare, abbigliamento e calzature.
- Segni di cedimento per le medie imprese nell'arredamento e per le piccole imprese nelle calzature.

Considerazioni conclusive

- **La riclassificazione dei prodotti esportati per identificare il segmento della gamma medio-alta, effettuata in base a criteri merceologici e di “prezzo” (VMU), con l’identificazione dell’area delle imprese del “bello e ben fatto”**
- ✓ **fornisce indicazioni significative sulla struttura dei flussi di vendite all’estero , riconducendo le transazioni commerciali alle imprese che li generano;**
- ✓ **consente di cogliere specificità strutturali relative ai settori, alle dimensioni d’impresa, alle aree di sbocco, alla differenziazione merceologica dell’export;**
- ✓ **permette una migliore lettura delle tendenze recenti, introducendo ulteriori dimensioni di analisi nelle tradizionali statistiche sul commercio estero;**
- ✓ **evidenzia la dimensione e le caratteristiche delle imprese in espansione e di quelle in contrazione, fornendo una base conoscitiva per ulteriori analisi sulle dinamiche competitive interne al settore esportatore e sui fattori di competitività rilevanti per la crescita.**