

# GLOBALIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY IN EPOCA DI PANDEMIA

Intervento di Gaetano Fausto Esposito  
*Segretario generale Assocamerestero*

**Assemblea Annuale IMIT**  
*3 dicembre 2020, Milano*

# Indice

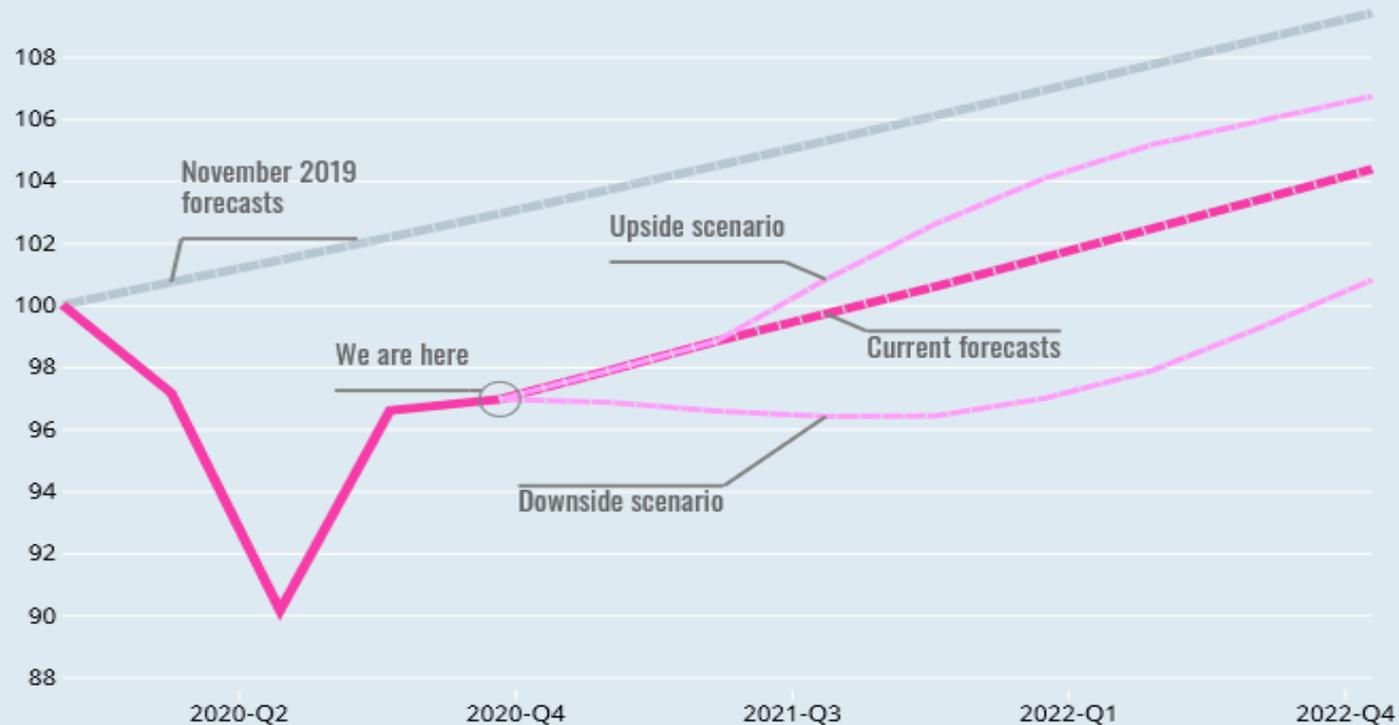
- ✓ Gli andamenti internazionali
- ✓ Digitalizzazione
- ✓ Integrazione commerciale e catene globali del valore
- ✓ Il ruolo della cultura
- ✓ Un nuovo approccio GLOCAL di *smart personalization*
- ✓ La rete delle CCIE e il suo approccio
- ✓ Qualche implicazione

# Il bicchiere mezzo pieno....



# COME SIAMO MESSI OGGI ?

## Le ultime previsioni sul PIL mondiale

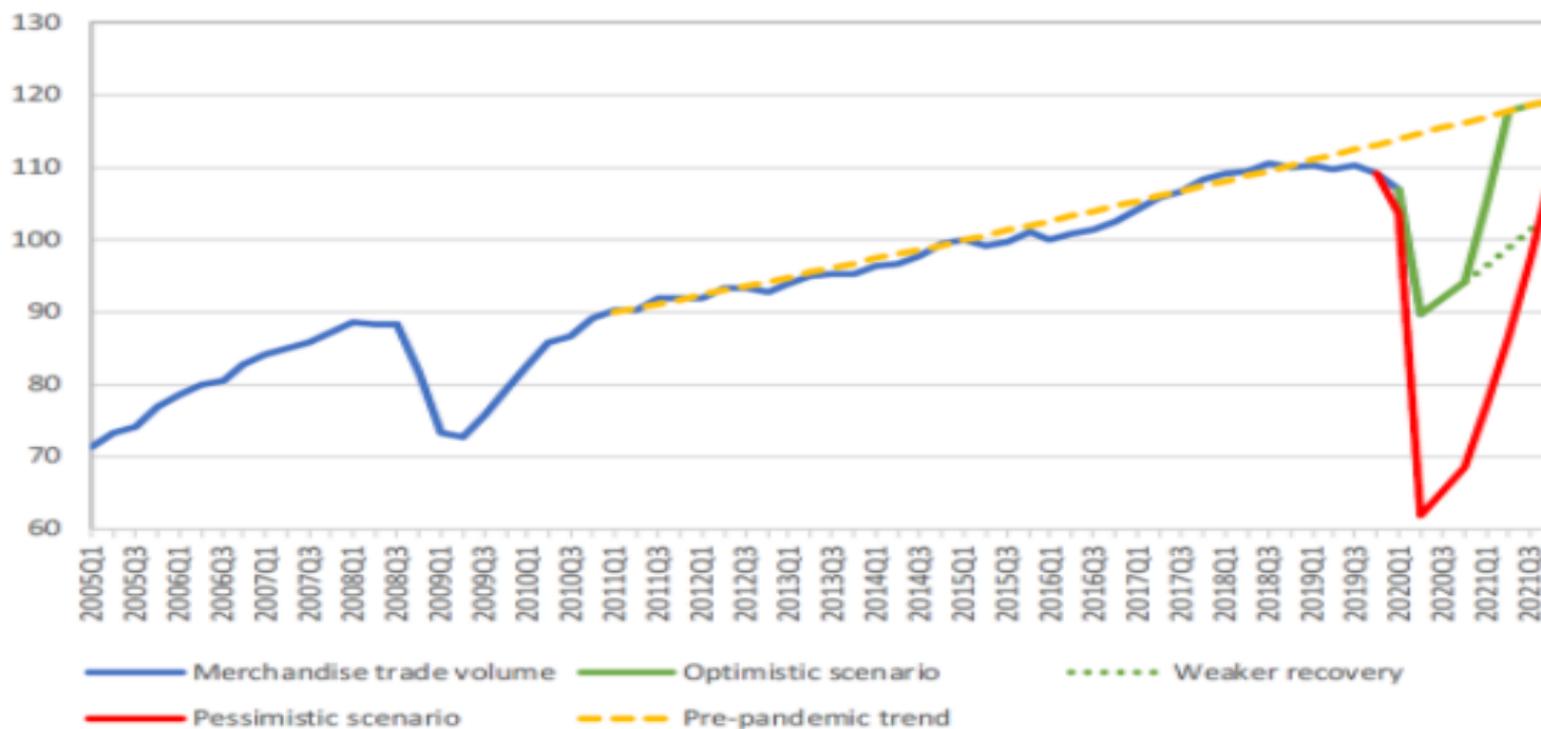


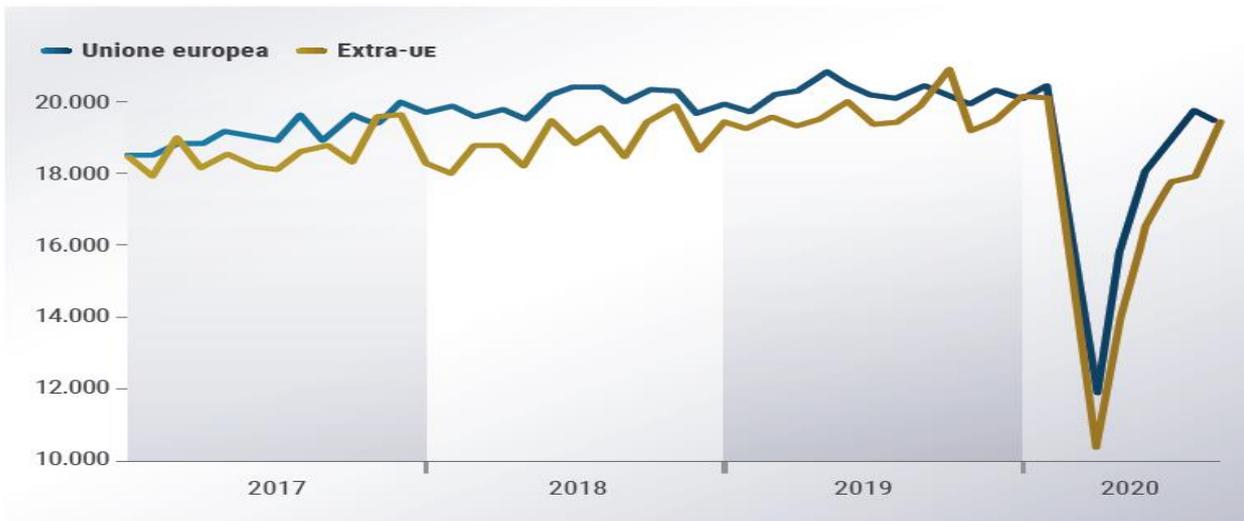
Source: OECD (2020), "OECD (2020), OECD Economic Outlook, Volume 2020 Issue 2", OECD Economic Outlook: Statistics and Projections (database).

## COMMERCIO MONDIALE: una situazione meno drammatica di quella stimata ad Aprile (anche se con molte cautele)

Nei primi nove mesi 2020 il commercio mondiale di beni ha registrato un crollo del 7,2% rispetto alla media del 2019, tornando ai livelli del 2015..... ma la ripresa nel 2021 sarà più lenta.

### Volume del commercio mondiale di beni primo trimestre 2005-quarto trimestre 2021

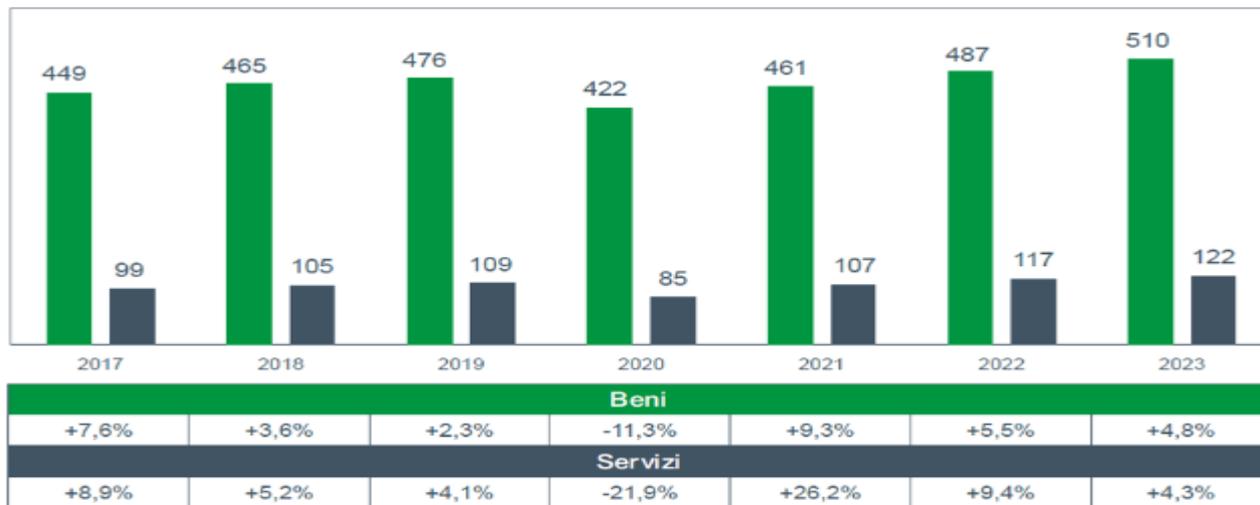




**MA PER L'ITALIA?**  
Fino ad ora una ripresa a V

**Esportazioni italiane di beni e servizi in valore**  
(miliardi di euro; var. % annua)

**E IN PROSPETTIVA?**



■ Export di beni  
■ Export di servizi

Fonte: Istat, Ocse, Oxford Economics, SACE.

## Europei i migliori nell'export performance

(Trade Performance Index\*)

	2018			2006		
	1°	2°	3°	1°	2°	3°
 Mezzi di trasporto	<b>Germania</b>	Cina	<b>Italia</b>	<b>Germania</b>	Francia	Corea del Sud
 Meccanica non elettronica	<b>Germania</b>	<b>Italia</b>	Cina	<b>Germania</b>	<b>Italia</b>	Svezia
 Chimica	<b>Germania</b>	Cina	Francia	<b>Germania</b>	Paesi Bassi	Francia
 Prodotti manufatti di base**	<b>Germania</b>	Cina	<b>Italia</b>	<b>Germania</b>	Cina	Svezia
 Prodotti diversi***	<b>Germania</b>	Paesi Bassi	<b>Italia</b>	<b>Germania</b>	<b>Italia</b>	Svizzera
 Meccanica elettrica ed elettrodomestici	<b>Germania</b>	<b>Italia</b>	Francia	<b>Germania</b>	<b>Italia</b>	Francia
 IT ed elettronica di consumo	<b>Germania</b>	Ungheria	Singapore	Svezia	Cina	Singapore
 Prodotti alimentari lavorati	<b>Germania</b>	Paesi Bassi	Francia	Paesi Bassi	<b>Germania</b>	Francia
 Prodotti in legno	<b>Germania</b>	Finlandia	Svezia	<b>Germania</b>	Finlandia	Svezia
 Tessili	Cina	<b>Italia</b>	<b>Germania</b>	<b>Italia</b>	<b>Germania</b>	Taiwan
 Abbigliamento	<b>Italia</b>	Cina	Francia	<b>Italia</b>	Cina	Romania
 Cuoio, pelletteria e calzature	<b>Italia</b>	Cina	Francia	<b>Italia</b>	Cina	Vietnam

\* L'indice è costituito da 22 indicatori quantitativi, i quali per ciascun paese forniscono la dimensione delle esportazioni, la loro dinamica, il loro rapporto con i flussi di importazione, il grado di diversificazione settoriale e del mercato, la competitività e la specializzazione sia settoriale sia geografica. Per una descrizione completa del TPI si veda International Trade Centre (2007).

\*\* Metalli di base non ferrosi, metalli ferrosi, ceramiche, vetro.

\*\*\* Strumenti ottici, apparecchiature mediche e fotografiche, giocattoli, strumenti di precisione, armi, munizioni e strumenti musicali.

Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria su dati UNCTAD e WTO.

## COVID-19 + E-COMMERCE E NON SOLO....



Come risultato della pandemia il 57% dei responsabili degli acquisti spende di più per i siti di e-commerce del mercato, con il 22% che spende molto di più. Nei mercati B2B, l'89% acquista almeno la stessa quantità o molto di più



Le vendite di e-commerce B2B sono cresciute da \$ 1,1 trilioni nel 2019 a \$ 1,3 trilioni stimati per il 2020



Il COVID-19 ha accelerato molte tendenze, inclusi i marchi che guardavano maggiormente ai venditori retail. Amazon sta emergendo come una forza dominante, con un volume stimato di fatturato lordo superiore a \$ 52 miliardi entro il 2023

# Il COVID-19 ha incrementato la quota di e-commerce sul totale del commercio al dettaglio

Figure 1.a. Share of e-commerce in total retail sales, United Kingdom and United States (2018-2020)

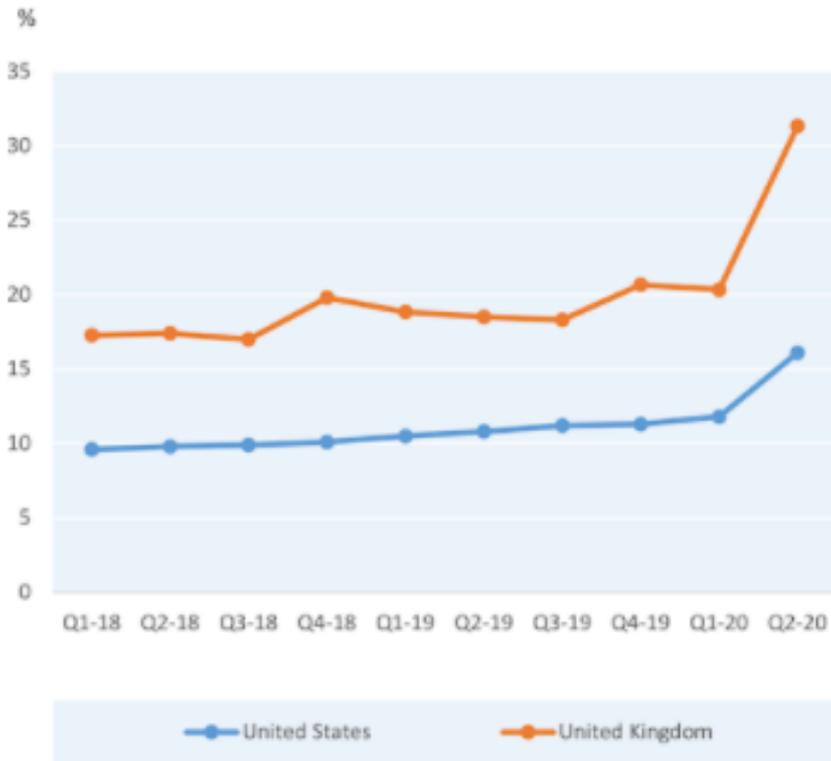
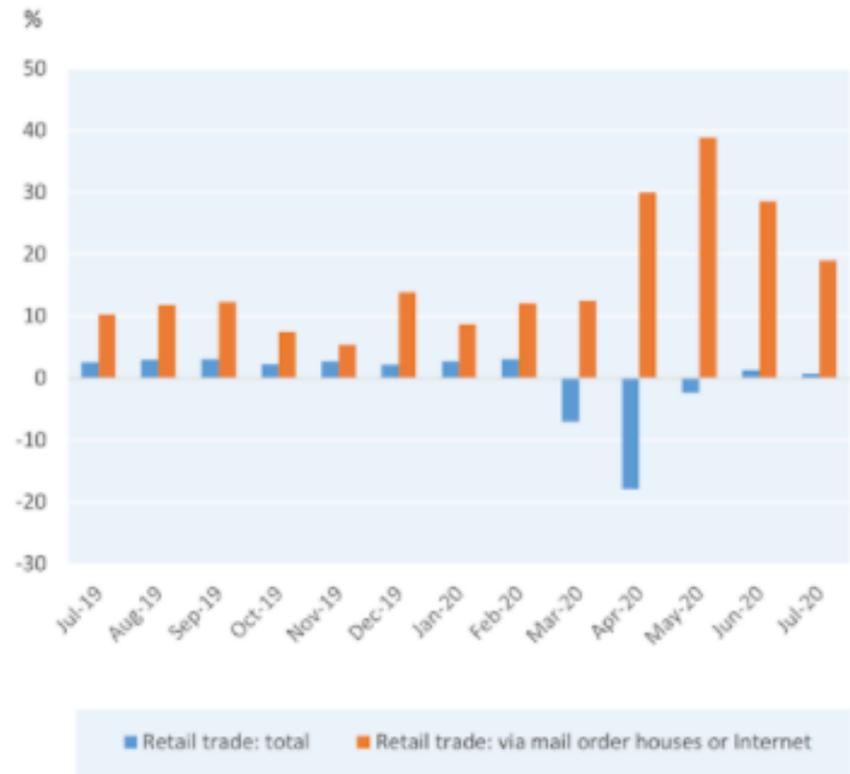


Figure 1.b. Retail turnover, year-on-year change, EU-27 (July 2019-20)



# Ma le prospettive sono anche molto più ampie .....

## HEALTHCARE

Telehealth doctor visits replace the traditional annual physical by 2025

## REAL ESTATE

All new construction of multi-family homes beginning in 2021 will include coworking spaces

## FINANCIAL SERVICES

Integration of tokenization technology to better secure and track individual purchases and transactions by 2023



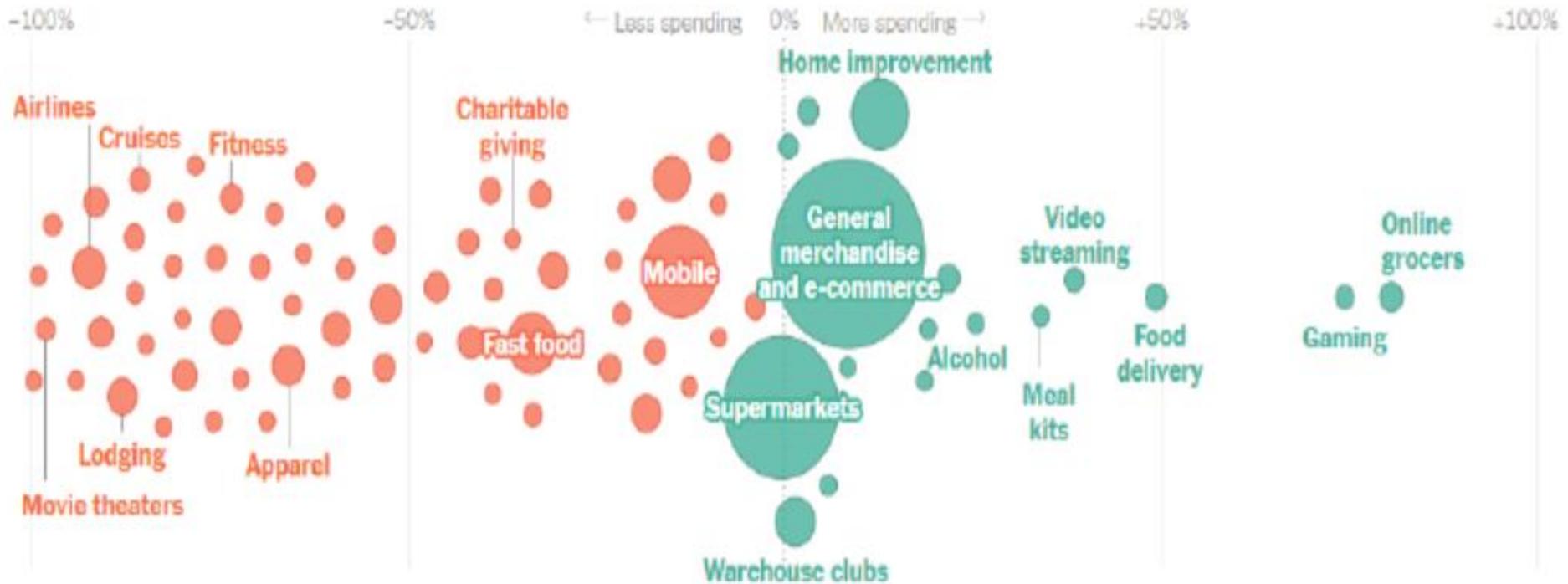
## MANUFACTURING

Full adoption of Supply Chain 4.0 by 2025

## RETAIL

Retail ecommerce sales account for more than a third of total retail spending by the end of 2020

## Cambiamenti nelle spese per tecnologie digitali dalla fine del 2019 ad aprile 2020 in alcuni settori (la grandezza delle bolle misura il livello di spesa)



## Una nuova fiducia sulle soluzioni digitali



**Lavoro a distanza:** a gennaio e febbraio 2020 solo l'1,2% dei lavoratori italiani era in smart working, la quota ha raggiunto l'8,8% fra marzo e aprile, per poi calare tra maggio e giugno al 5,3, restando tuttavia «significativa» ed elevata nelle medie e grandi imprese che sono passate da un 2,2 e il 4,4% di gennaio e febbraio al 21,6 e il 31,4% fra marzo e aprile.



**Commercio omnichannel:** i consumatori si rivolgono sempre più allo shopping online. In particolare, i servizi di consegna di generi alimentari. Le **aziende stanno unendo il fisico e il digitale** per fornire ai propri clienti metodi di consegna come il ritiro e la consegna senza contatto. **L'integrazione fisico-digitale è ora ancora più importante di prima.**



**Consumi di contenuto digitale:** i consumatori acquistano contenuti digitali per l'intrattenimento. Per Statista il 51% degli utenti di Internet in tutto il mondo sta guardando più programmi sui servizi di streaming a causa del coronavirus. Solo Netflix ha registrato 16 milioni di nuove iscrizioni nei primi tre mesi del 2020. Molti studi cinematografici hanno inviato anticipatamente nuove versioni ai servizi di streaming.

## Una nuova fiducia sulle soluzioni digitali



***Platformification:*** tutte le organizzazioni stanno provando piattaforme digitali. L'industria del fitness è passata a tenere lezioni virtuali in streaming, sia dal vivo che preregistrati. Quasi tutte le scuole sono passate ai corsi online. Conferenze ed eventi su larga scala si svolgono virtualmente. Il NYSE è passato interamente al trading online.



***Soluzioni per la salute digitale:*** gran parte del sistema sanitario è passato al digitale. La telemedicina e la diagnostica remota stanno aiutando i pazienti a ottenere consigli medici e diagnosi a casa per evitare presenza fisica e contatto del medico o in ospedale, la stampa 3D è utilizzata per accelerare la produzione di forniture mediche critiche.

## COME SI MODIFICA L'INTEGRAZIONE INTERNAZIONALE



Le catene del valore cambieranno e si riconfigureranno?

Forse si..ma probabilmente non nella direzione di un pieno reshore!!!!

Oggi circa i due terzi del commercio mondiale è fatto da input intermedi, che entrano nei prodotti e servizi finiti, la cui produzione dà lavoro a circa **450 milioni** di persone. Quasi il 20% del commercio mondiale di prodotti intermedi viene dalla Cina, mentre nel 2002 questa quota era del solo del 4%

## COME SI MODIFICA L'INTEGRAZIONE INTERNAZIONALE

Per l'Italia all'aumento di un punto percentuale del grado di esposizione a monte rispetto alla Cina ha corrisposto una perdita di produzione industriale rispetto alla media nazionale di valori che oscillano tra i 35 e i 40 punti base.

C'è stato un collo di bottiglia con il calo della produzione cinese nel mese di febbraio, che ha rallentato l'industria di alcune regioni già prima dell'esplosione dell'epidemia nel nostro paese.

A marzo lo shock pandemico si è poi trasferito a tutto il paese e a molte altre economie avanzate.



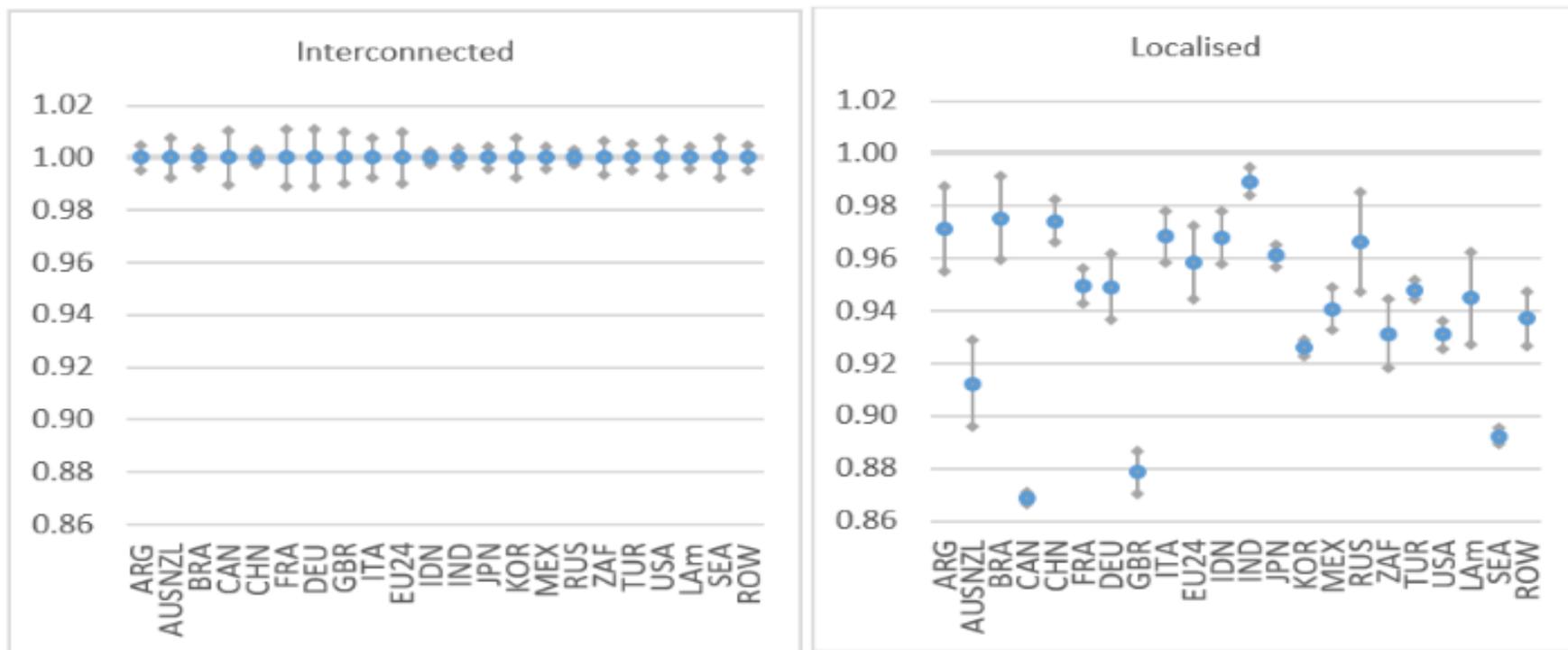


Enorme **Bullwhip effect**: aumento della variabilità della domanda man mano che ci si allontana dal mercato finale e si risale la catena di fornitura.

Gli effetti di una ri-concentrazione per ridurre i rischi sono molto dubbi anzi secondo alcuni studi recenti la contrazione del PIL globale sarebbe superiore con una rinazionalizzazione delle catene del valore.

Un regime di economie localizzate (con basse interconnessioni) causa più bassi livelli di produzione e di reddito stimabile nel 5% inoltre non si consegue maggiore sicurezza a fronte di una minore efficienza produttiva perché aumenta la sensibilità a shock asimmetrici.

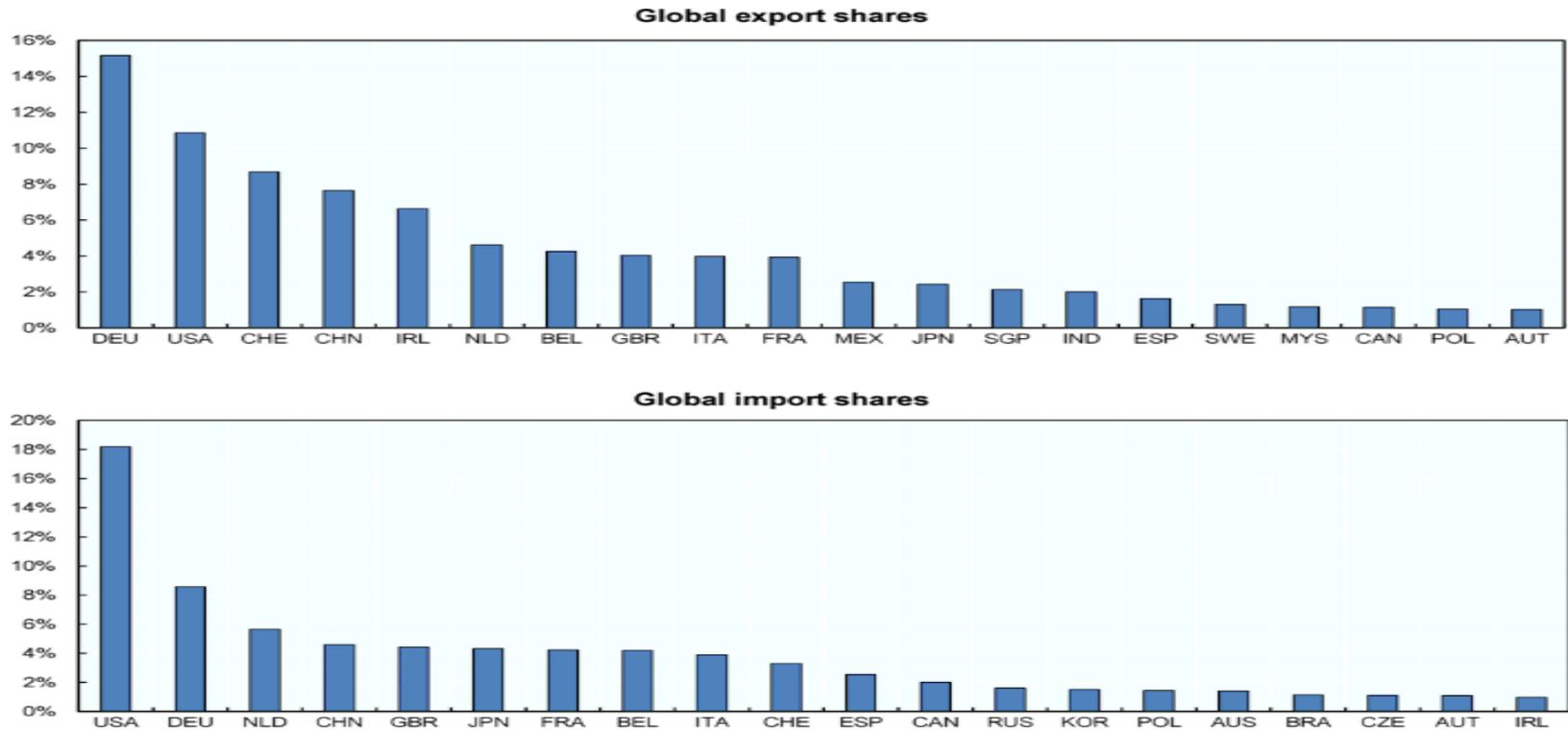
## L'integrazione produttiva comporta minore livello di PIL e maggiore variabilità in caso di shock



*Note:* All changes in variables are relative to the level of the interconnected regime base scenario, which is set to equal 1. Blue dots show the base in the given regime relative to the interconnected base, and whiskers show average deviations for negative and positive trade cost shocks.

*Source:* OECD METRO database and simulations

Figure 1. Global export and import shares of COVID-19 related goods, 2018

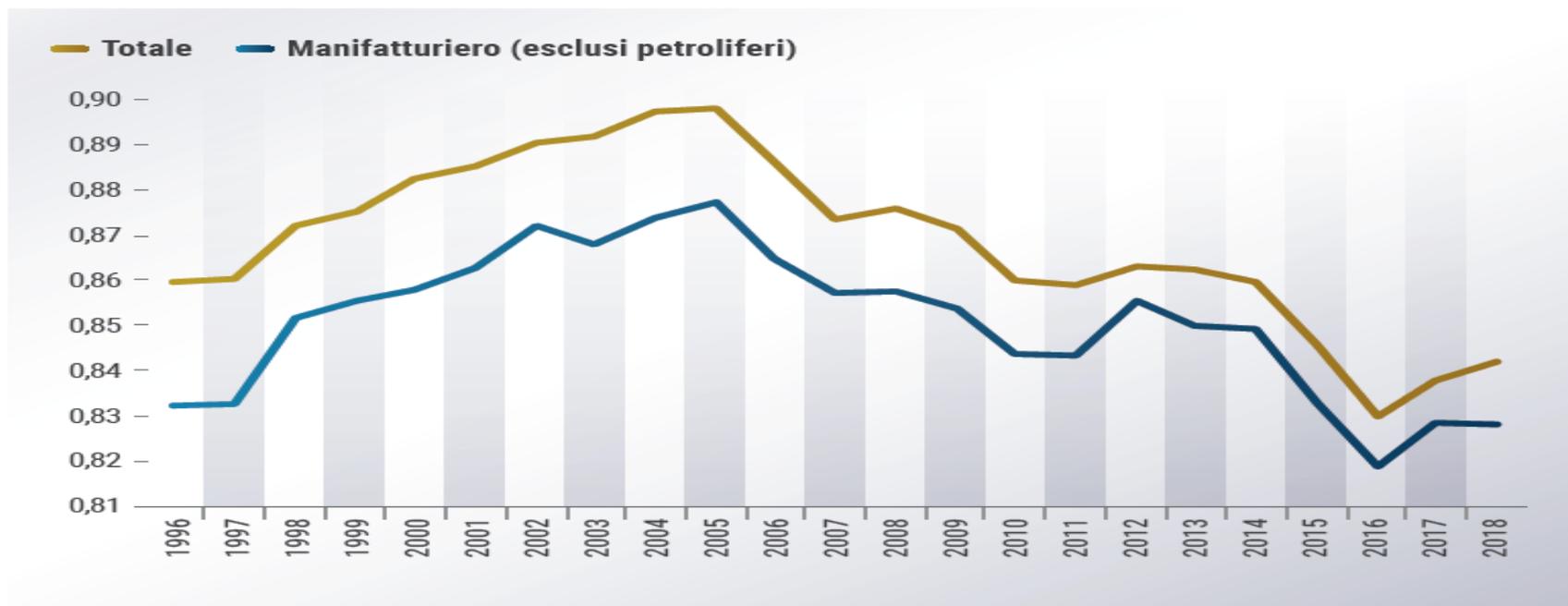


Source: Own calculations using World Customs Organisation list of COVID-19 goods (Annex A) and BACI data.

Più che convenire un ampio *reshoring* probabilmente ci sarà una diversa modalità di specializzazione soprattutto per le pmi all'interno del mercato europeo.

# PERCHE'

Da alcuni anni la distanza sembra riacquisire un peso



\* L'elasticità misura, in valore assoluto, di quanto diminuiscono in p.p. gli scambi bilaterali se la distanza tra i paesi aumenta dell'1%. Un aumento dell'elasticità, quindi, indica un maggiore peso del fattore "distanza" sugli scambi, e viceversa.

Fonte: elaborazioni e stime Centro Studi Confindustria su dati CEPII.



Ma la sensibilità alla distanza cambia a seconda dei settori

	2018	Var. dal 1996
 Ceramica, arredamento e altro*	0,67	-0,15
 Macchinari, veicoli, elettronica	0,80	0,02
 Tessile, abbigliamento, calzature	0,84	-0,04
 Chimici e farmaceutici	0,86	-0,02
 Metalli e prodotti in metallo	1,01	-0,03
 Alimentari e bevande	1,03	0,12
<b>Manifatturiero (esclusi petroliferi)</b>	<b>0,83</b>	<b>0,00</b>

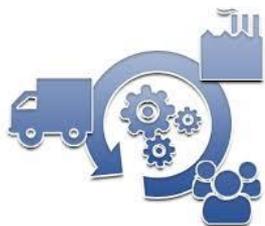
\* Comprende anche vetro, giochi e articoli sportivi.

Fonte: stime Centro Studi Confindustria su dati CEPII.

Favoriti alcuni comparti del nostro modello di specializzazione a medio raggio come agroalimentare e meccanica.

# Più in generale

Secondo una indagine della società di consulenza globale Alvarez&Marsal, in collaborazione con Retail Economics, sulle 30 principali catene di distribuzione in sei Paesi europei (Italia, Francia, Inghilterra, Spagna, Germania e Svizzera):



Il 70% delle catene europee hanno rivisto la supply chain, perché la pandemia ha evidenziato per i rivenditori l'eccessiva dipendenza da singoli fornitori e l'inadeguatezza delle rotte di approvvigionamento delle merci da un'unica area, spesso quella asiatica

Il 55% dei rivenditori ha già iniziato a cambiare e/o diversificare i fornitori

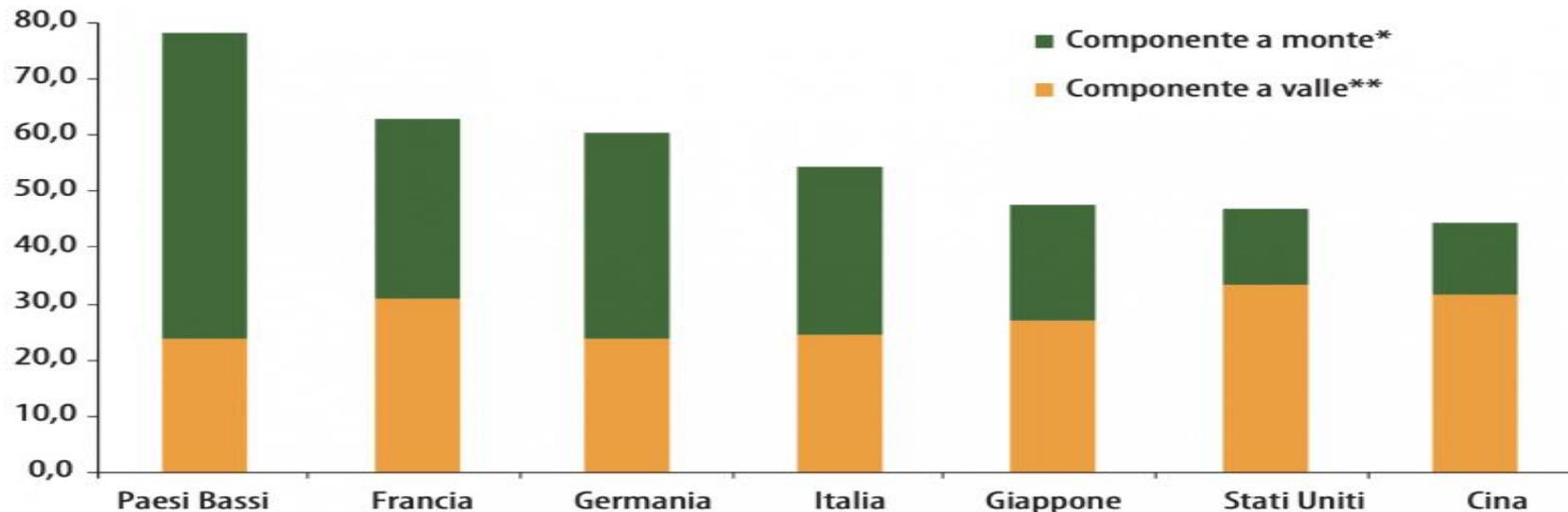
Il 46% prediligerà una politica di riavvicinamento delle forniture

C'è poi timore anche per altri fattori geo-politici: il 69% dei rivenditori europei è convinto che le tensioni e i vincoli commerciali incideranno sulle catene di approvvigionamento

Una opportunità da sfruttare anche per le nostre imprese sub fornitrici: si stima che nei prossimi 12 mesi saranno venduti tre-quattro miliardi di euro in più di prodotti del Made in Italy, con una contrazione dell'import di quasi il 3,5%

L'integrazione è un dato strutturale dal punto di vista trade che permarrà nel medio periodo perchè dalla partecipazione alle CGV dipende quasi metà delle vendite di manufatti italiani all'estero.

Figura 1 **Export italiano ben integrato nelle catene globali del valore**  
(Indice di partecipazione alle GVC, in % dell'export nazionale, 2018)



\*Valore aggiunto di altri paesi incorporato nell'export nazionale.

\*\*Valore aggiunto nazionale incorporato nell'export di altri paesi

- Avvicinamento della filiera ma non integrazione
- *Supply chain* re-design con salto strategico

# Una implicazione di tutto questo:

- ✓ la nostra partecipazione alle CGV si è rivelata un vantaggio competitivo: il saldo positivo negli scambi di beni CGV intensive è stabile poco sopra al +3% nel 2019 e nei primi sette mesi del 2020
- ✓ il surplus dei beni CGV intensive negli scambi intra-Ue, si è consolidato a +1,7% nel 2019 e +1,9% nel 2020 più di quello tedesco (+1,2% nel 2019) e francese (-7,9%)

# IN QUESTO SCENARIO QUALE RUOLO HANNO LE CULTURE LOCALI PER UNA DIVERSA GLOBALIZZAZIONE????

## Per una diversa globalizzazione : l'integrazione culturale

Secondo Philip Kotler la globalizzazione alla fine non tende ad uniformare bensì a differenziare le culture e si caratterizza per la presenza di due principi opposti: tribalismo e globalismo



Si tratta di esigenze che vanno integrate:



Per Amartya Sen non si può negare l'importanza della nazionalità e della cittadinanza, ma dobbiamo chiederci come considerare le relazioni tra persone i cui legami prescindono dai confini e dipendono da altre identità e solidarietà basate su classificazioni diverse da quelle politiche e nazionali

# La multiculturalità e la multi appartenenza

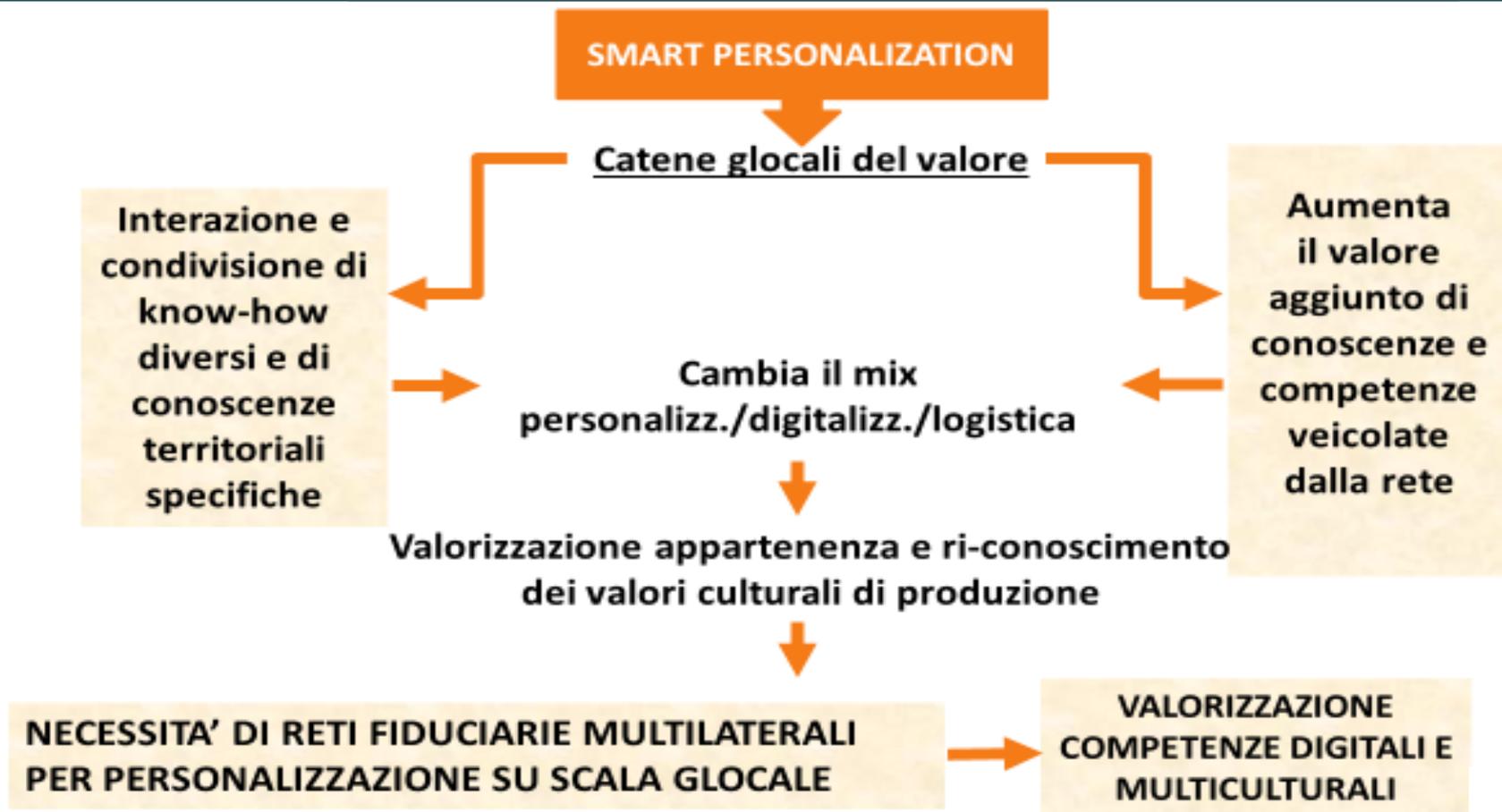
Emergono sempre più identità multiple che identificano particolari atteggiamenti culturali. La stessa cultura viene considerata come una sorta di istituzione informale.



Per Michael Porter la cultura esprime le credenze, attitudini e valori che sostengono le attività economiche degli individui, delle organizzazioni e delle altre istituzioni.

## Il passaggio alla smart personalization

# L'E-MONDIALIZATION IN ERA POST COVID: dalla customizzazione alla smart personalization per l'Italia



# L'E-MONDIALIZATION DELL'ITALIA

## FACTS & FIGURES : DOVE STIAMO

### QUALITÀ E INVESTIMENTI NEL «SOFTWARE»

Secondo un'indagine ISTAT, l'orientamento strategico delle imprese manifatturiere è puntare sulla qualità dei prodotti (per l'82,1%) e sul ricorso all'innovazione (per il 72,6%)

**E** = sempre più stretto legame internazionalizzazione-digitalizzazione dei processi produttivi: riduzione del *time to market*

**P** = grazie alla digitalizzazione, aumenta la personalizzazione dei prodotti a costi competitivi

**E + P =  
E-MONDIALIZATION**

# E-MONDIALIZATION DELL'ITALIA IL CONTRIBUTO DELLE CCIE

## **Le CCIE sono punti di aggregazione delle Comunità di affari italiane ed italo-estere**

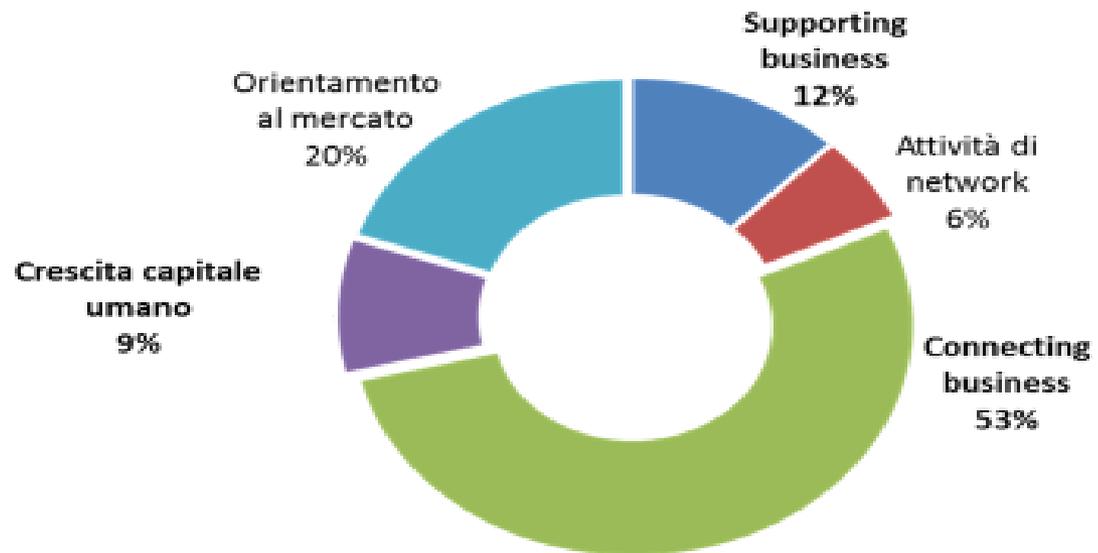
- ✓ **Forte capacità di comprensione ed analisi dei mercati internazionali**, grazie al radicamento sui territori esteri e al legame con le comunità d'affari e le istituzioni locali, per l'inserimento delle aziende e delle istituzioni nelle reti di competenze e conoscenze internazionali;
- ✓ **Le CCIE sono soggetti della glocalizzazione**: promuovono il collegamento con le comunità di italiani nel mondo coniugando economia, cultura e società;
- ✓ **Rapporto diretto con le aziende e spiccata attenzione all'efficacia ed efficienza nei servizi** : le CCIE sono una rete fiduciaria multilaterale a servizio delle imprese e delle comunità di affari locali.

# L'ATTIVITA' DELLE CCIE A SUPPORTO DELLE IMPRESE E DELLE COMUNITA' DI AFFARI

TURNOVER DI  
45 MILIONI DI  
EURO

Più di 1.400  
iniziative

65% *Connecting  
& Supporting  
business*



# IL NOSTRO APPROCCIO CIRCOLARE ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE



## QUALCHE CONSIDERAZIONE PER LA PROMOZIONE

Più integrazione tra promozione digitale e personale

Identificare dove vale “go digital or go dark”!

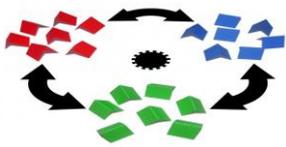
Necessità di lavorare con reti glocali per tenere dietro alle modifiche della supply chain

Necessità di un approccio sempre più attento alla multiculturalità frutto della regionalizzazione dei mercati

## Approccio consulenziale a tutto campo verso chi si vuole internazionalizzare:



attenzione ad acquisire informazioni di monitoraggio dei dati per essere più resilienti



nuova flessibilità finanziaria per integrare meglio le filiere produttive



Supply chain redesign



Approccio *local to local* utilizzando le reti globali esistenti

