

L'ITALIA NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

Il 24 febbraio scorso è stato presentato a Roma presso la sede dell'Istituto per il Commercio Estero I.C.E. il rapporto annuale "ICE – Prometeia" sull'andamento degli scambi internazionali nello scorso anno e sulle prospettive sia per questo che per il prossimo anno. Sono emersi alcuni spunti molto interessanti e che cercheremo di sintetizzare in breve:

1) il commercio internazionale nel 2009 è andato peggio del previsto. Infatti le previsioni fatte nel 2008 sull'andamento degli scambi internazionali prevedevano per il 2009, nella peggiore delle ipotesi, una crescita minima del +1% (dopo anni di crescita tra il 5% e il 10%), e invece ci siamo trovati con un ben -16%! Con una caduta maggiore nei paesi avanzati (-18%) rispetto ai mercati emergenti (-12%).

2) I settori più colpiti sono stati quelli dei mezzi di trasporto (-23%) e delle materie prime (-18%), cosa se vogliamo ovvia in quanto dal momento che la domanda di prodotti è diminuita a risentirne sono proprio le materie prime con cui vengono fatti ed i mezzi di trasporto con cui vengono mobilizzati. In generale l'export nei settori tradizionali del "Made in Italy" come moda, arredamento e meccanica sono andati piuttosto male con punte anche del -49% come per il settore delle macchine per il legno, mentre l'alimentare sia a livello di commercio globale che come export è riuscito a contenere le perdite (-3%).

3) A sorpresa, invece, le (poche) aziende italiane che operano nel settore del ICT (Information Communication Technology) e in generale nei settori ad alte tecnologie non solo sono andate in controtendenza, ma addirittura hanno tolto quote di mercato a paesi più blasonati come la Germania. Questo grazie, in parte, alla maggiore flessibilità delle nostre imprese (più piccole) rispetto alle rigidità tipiche delle grandi aziende tedesche.

4) Le prospettive di eventuale crescita per i prossimi anni non sono facili da individuare. Lasciando stare le previsioni economiche che raramente si verificano, quello che possiamo già dire sulla base dell'andamento degli ultimi mesi e che a fronte di un commercio mondiale che dovrebbe (si spera) tornare a crescere

nel biennio 2010-11, per le esportazioni italiane ci si attende una dinamica di crescita più contenuta. Ciò sarà conseguenza sia della minor vivacità della domanda sui mercati tradizionali di sbocco per buona parte del 2010, sia dell'inasprimento delle pressioni competitive causato dalla contrazione generalizzata dei mercati internazionali. A questo va aggiunto che scossoni finanziari come quelli recenti di Dubai e Grecia saranno frequenti nei prossimi mesi ed, aggiunti all'aumento della disoccupazione a livello globale, avranno effetti negativi sulla crescita del commercio internazionale.

5) Ammesso che i mercati internazionali si riprendano le cose comunque non saranno come prima. I comportamenti dei consumatori e degli operatori commerciali sono cambiati. Sarà sempre più difficile avere il pagamento anticipato della merce, le azioni di penetrazione commerciale avranno tempi medio-lunghi e la concorrenza aumenterà in tutti i settori con l'arrivo di nuovi operatori economici. Inoltre bisognerà puntare sui mercati "non tradizionali" come i paesi emergenti (Asia, Medio Oriente, Nord Africa e America Latina) dove la crescita sarà maggiore rispetto ai mercati tradizionali (Unione Europea, USA) che sono oramai saturi e molto maturi. Per le imprese italiane la sfida è doppia: da un lato continuare a sviluppare competenze tecniche e prodotti innovativi e versatili, con un sempre più cospicuo valore aggiunto in termini di servizi (marketing, assistenza post-vendita, ricambistica, etc.) maturando quindi anche competenze non direttamente legate al processo produttivo vero e proprio. Dall'altro lato, visto anche lo spostamento continuo della domanda verso le nuove aree produttive, dovranno attrezzarsi sia per coprire il crescente divario geografico con i potenziali clienti sia per coglierne le peculiarità della domanda, sapendo sempre offrire soluzioni in linea con le reali esigenze del mercato.

Consigliamo la lettura di questo rapporto, che è liberamente scaricabile dal sito dell'ICE www.ice.it.

Michele Lenoci
lenoci@commercioestero.net