

# RAPPORTO

## Confindustria-Prometeia-Sace

Esportare la *dolce vita*.  
Le nuove opportunità per il lusso  
accessibile

*Commento*

*SERGIO DE NARDIS*

*ISAE*

*Roma - 13 aprile 2010*

# Apprezzamento per il lavoro

Paper Economic policy 2008: come è possibile che Germania e Cina esportino entrambi quasi tutti i 5000 prodotti H6? Sono beni diversi per qualità (in Italia lo sapevamo già da un po' di tempo)

Somiglianza della struttura delle esportazioni cinesi con quelle di alcune economie avanzate, alta a livello settoriale, bassa a livello di varietà qualitative (2004)

	Germani a	Francia	Italia	UK	USA
Settore	0,47	0,50	0,60	0,49	0,55
Varietà	0,17	0,17	0,19	0,16	0,24

Fonte: Fontagné et al. (2008)

# Quesiti da cinefili: che tipo di industria è quella italiana?

- *La dolce vita?* Imprese esportatrici di successo, innovative e che fanno anche tendenza
- *I magliari?* Imprese esportatrici attardate su prodotti vecchi e a rischio di spiazzamento competitivo
- Gli esportatori sono pochi (17 su 100); se si spacchetta alla ricerca delle eccellenze... c'è il rischio che non rimanga nulla
- C'è una nicchia nella popolazione di imprese italiane costituita dalle 85-90.000 imprese manifatturiere esportatrici, fanno l'80% del prodotto, sono quelle che determinano la performance

# Dato l'interesse...sono partito dall'appendice del Rapporto

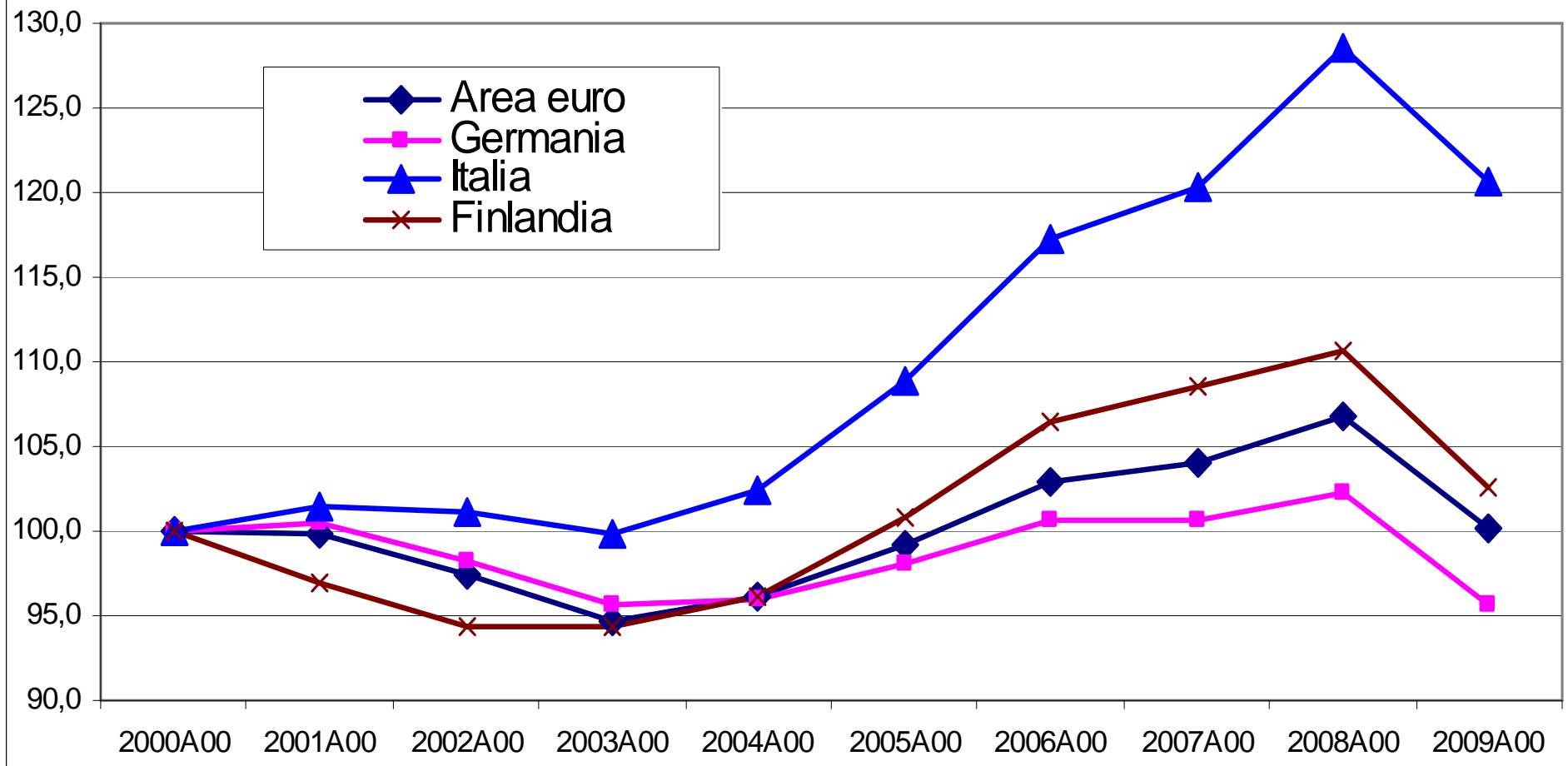
- Aspetti empirici non semplici: quali prodotti a medio-alta qualità, quali mercati
- Letteratura parte dai mercati di importazione per definire qualità
- Scelta del Rapporto è diversa, ma l'approccio è accurato ed equilibrato (molteplicità di criteri per scegliere i prodotti)
- Per le stime la metodologia è quella seguita nella letteratura (gravity model)
- Generosità sforzo previsivo: cautela però con le cifre assolute, in cui possono annidarsi sovrastime (si include il potenziale)
- Previsioni servono a sottolineare il messaggio: opportunità dei nuovi mercati per la crescita delle esportazioni italiane di lusso accessibile
- Ma c'è un ulteriore motivo. E' qualcosa che manca nel dibattito italiano sulla competitività. Fenomeni di prezzo, non meno importanti di quelli di quantità

# Ritorno a Ricardo...

- Lo scopo degli scambi sono le importazioni, non le esportazioni; il benessere aumenta per il consumo dei beni e servizi che vengono dall'estero, non per quelli che inviamo all'estero
- E' per un'ossessione che ci preoccupiamo così tanto dell'efficienza e della qualità delle nostre esportazioni, o per altruismo visto che sono le importazioni che influiscono sul benessere dei nostri partner?
- Export è importante perché fornisce le risorse per acquistare l'import: ragione di scambio, unico canale attraverso cui "l'estero" influenza benessere nazionale
- Esercizio di valutazione dei modelli di specializzazione: è meglio produrre cellulari o lusso accessibile? Una risposta è: dipende da quanto import si può ottenere in cambio dell'export originato da ciascun modello

# Chi importa di più con il proprio export? chi ha più potere di mercato?

Modelli a confronto: quantità di importazioni che i paesi ottengono con un euro delle loro esportazioni (indice 2000=100)



## Aspetto rilevante e suggerimento per prossimi approfondimenti (box di p. 14)

- Ci troviamo di fronte a un'occasione di aumento della ragione di scambio italiana
- Catching-up gusti consumatori nuovi mercati riguarda tutti i produttori che vi esportano
- Ma (v. studio ISAE, dic. 2009) l'impatto sul potere di mercato varia tra i produttori: alcuni si rafforzano, altri no
- Per chi vende beni di qualità inferiore, maggiore gusto per qualità è una iattura; cade potere di mercato; riducono i prezzi per compensare la minore qualità
- Solo gli esportatori che vendono varietà di qualità superiore ai concorrenti vedono crescere il potere di mercato e possono aumentare i prezzi in risposta alla maggiore domanda di qualità
- L'Italia è in questa condizione; v. dati box a p. 14
- *Bottom line: Taste for quality dei nuovi mercati occasione non solo per maggiori volumi venduti all'estero, ma soprattutto per maggiore potere di mercato, maggiori prezzi e spinta alla ragione di scambio*