

# 2004 RAPPORTO SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

DATI E INDICI SOCIOECONOMICI  
PER ORIENTARE LO SVILUPPO REGIONALE  
SUI MERCATI INTERNAZIONALI

UNIONCAMERE



PIEMONTE



INVEST IN TURIN AND PIEDMONT



CENTRO ESTERO  
CAMERE COMMERCIO PIEMONTESE



# RAPPORTO SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE (2004)

Pubblicazione a cura di

**Unioncamere Piemonte**

**Ires Piemonte**

**Itp Investimenti Torino Piemonte**

**Centro Estero Camere Commercio Piemontesi**

Gruppo di lavoro tecnico-scientifico

**Unioncamere Piemonte**

Massimo Deandrei (Direttore), Roberto Strocco, Sarah Bovini, Elisa Sciutto

**Ires Piemonte**

Marcello Larosa (Direttore), Vittorio Ferrero, Renato Lanzetti

**Itp Investimenti Torino Piemonte**

Paolo Corradini (Direttore), Giuliana Zanoletti

**Centro Estero Camere Commercio Piemontesi**

Giuliano Lengo (Direttore), Francesca Corsini

**Unioncamere Piemonte**

Via Cavour, 17 - 10123 Torino  
Tel. 0115669201 - Fax 0115119144  
E-mail: studi@pie.camcom.it

**Ires Piemonte**

Via Nizza, 18 - 10125 Torino  
Tel. 0116666411 - Fax 0116696043  
E-mail: ferrero@ires.piemonte.it

**Itp Investimenti Torino Piemonte**

Via Bogino, 9 - 10123 Torino  
Tel. 0118153911 - Fax 0118153900  
E-mail: info@itp-agency.org

**Centro Estero**

**Camere Commercio Piemontesi**

Via Ventimiglia, 165 - 10127 Torino  
Tel. 0116700511 - Fax 0116965456  
E-mail: info@ceccp.org

*Coordinamento editoriale*

**Relazioni Esterne**  
**Unioncamere Piemonte**

*Progetto grafico*

**Creativa**  
**Impresa di Comunicazione**

*Impaginazione*

**Visual Data Sas**

*Stampa*

**Mariogros Industrie Grafiche Spa**

*Finito di stampare*  
*nel mese di novembre 2004*



## PRESENTAZIONE

*pag.* 1

## SEZIONE I – I DATI SOCIO ECONOMICI DELL’INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

<b>1.1</b>	L'internazionalizzazione del Piemonte sullo scenario internazionale e nazionale	<i>pag.</i> 2
<b>1.2</b>	L'import-export mercantile	13
<b>1.3</b>	L'import-export di servizi	22
<b>1.4</b>	La Bilancia tecnologica del Piemonte	27
<b>1.5</b>	Gli investimenti diretti esteri in entrata e in uscita	30
<b>1.6</b>	L'internazionalizzazione produttiva	37
<b>1.7</b>	Gli imprenditori stranieri in Piemonte	49
<b>1.8</b>	Gli stranieri in Piemonte	54
<b>1.9</b>	Il turismo internazionale in Piemonte	59
<b>1.10</b>	L'internazionalizzazione del sistema universitario	66

## SEZIONE II – LE POLITICHE E LE STRATEGIE

<b>2.1</b>	Le politiche per l'internazionalizzazione della Regione Piemonte	<i>pag.</i> 74
<b>2.2</b>	Le strategie di internazionalizzazione delle Pmi piemontesi	79
<b>2.3</b>	Antenne Piemonte: per lo sviluppo internazionale di imprese e istituzioni	86
	Case Study "A"	92
	Case Study "B"	93
	Case Study "C"	95
	Case Study "D"	96
	Case Study "E"	98
	Case Study "F"	100

## SEZIONE III – CONCLUSIONI E SPUNTI DI RIFLESSIONE

<b>3.1</b>	L'indice sintetico di internazionalizzazione del Piemonte	<i>pag.</i> 102
<b>3.2</b>	Spunti di riflessione conclusivi	108



## PRESENTAZIONE



*Anche da una  
finestretta piccola  
si può vedere il mondo*

*Monaldo Leopardi*

Per rispondere ad una permanente esigenza conoscitiva e di supporto alle policies Unioncamere Piemonte, Ires Piemonte, Itp Investimenti Torino Piemonte e Centro Estero Camere Commercio Piemontesi hanno deciso per il secondo anno di collaborare ad un monitoraggio sul grado di internazionalizzazione della regione.

Il peso sempre maggiore dei fenomeni di internazionalizzazione sulle economie e società regionali ha dato ampio rilievo a questi temi, anche nelle politiche del Piemonte. La stessa collocazione geografica della nostra regione ne ha senz'altro favorito la storica vocazione alla proiezione commerciale, ma sono la competitività e il dinamismo imprenditoriale locale che contribuiscono costantemente a svilupparla in forme sempre più innovative e capillari.

Occorre considerare però che, ad integrare i fenomeni economici tradizionali legati agli scambi mercantili o all'attività di investimento internazionale delle imprese, giocano un ruolo rilevante nell'internazionalizzazione anche le relazioni legate ad altri fattori di produzione che sempre più vengono riconosciuti alla base dello sviluppo economico e sociale, come la dotazione di capitale umano, la conoscenza e la natura delle relazioni istituzionali.

Da questo punto di vista assume particolare rilevanza l'approccio "multidimensionale" adottato in questo lavoro, ossia un approccio che tiene conto per quanto possibile anche dei flussi di persone, sia in termini di consumo che di fattore produttivo, della partecipazione alle politiche attive per l'internazionalizzazione, delle relazioni internazionali che vengono praticate a livello locale e di quelle istituzionali.

In particolare, in questa edizione è stato indagato il fenomeno della formazione in chiave di interscambio, considerando gli accordi di collaborazione che legano i tre Atenei piemontesi alle Università estere ed esplorando la dinamica degli studenti aderenti al programma Erasmus.

Il Rapporto è costituito da tre distinte sezioni. Nella prima sono stati inseriti dieci contributi conoscitivi di stampo socioeconomico: si tratta prevalentemente di una sezione di studio e approfondimento a carattere statistico ed aggregato. La seconda è dedicata alle politiche pubbliche e alle strategie d'internazionalizzazione degli enti, pubblici e privati, piemontesi. In questa parte del lavoro vengono illustrati sinteticamente anche alcuni casi concreti di imprese che hanno intrapreso differenti percorsi di sviluppo internazionale, sia in entrata che in uscita. Nella terza sezione, oltre ad alcune riflessioni conclusive, merita evidenziare la costruzione originale di un indice complesso d'internazionalizzazione attraverso il calcolo di due sub indici e di sei indici elementari.

Anche per quest'anno l'auspicio è che la pubblicazione contribuisca a sviluppare la conoscenza dei diversi fenomeni in una logica integrata, dove l'economico e il sociale sono profondamente correlati, al fine di confermarne l'utilità per policy maker pubblici e privati.

**Renato Viale**

*Presidente*

*Unioncamere Piemonte*

**Mario Santoro**

*Presidente Ires Piemonte*

**Marco Boglione**

*Presidente Itp*

*Investimenti Torino Piemonte*

**Francesco Devalle**

*Presidente Centro Estero*

*Camere Commercio Piemontesi*

## 1.1 L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE SULLO SCENARIO INTERNAZIONALE E NAZIONALE

A cura di Ires Piemonte - Vittorio Ferrero

### IL QUADRO ECONOMICO INTERNAZIONALE: UNA VIVACE RIPRESA IN UN CONTESTO VARIEGATO

Nel 2003 la crescita mondiale ha accelerato il suo ritmo, soprattutto nella seconda parte dell'anno, evidenziando con nettezza la fuoriuscita dalla crisi del 2001, con un tasso di sviluppo del 3,9%. La ripresa pare mantenere il suo vigore anche nel 2004, per il quale le prospettive appaiono del tutto favorevoli. Ci si prepara così a chiudere l'anno con un aumento del Pil mondiale di quasi il 5%, una crescita fra le più elevate negli ultimi decenni.

Il quadro della congiuntura più recente appare caratterizzato nelle diverse aree da andamenti alquanto difformi, i quali, a loro volta, contribuiscono alla persistenza di squilibri a livello globale che aumentano il grado d'incertezza delle prospettive.

#### L'economia nel mondo (tassi di variazione %)

	2002	2003	2004 <sup>(a)</sup>	2005 <sup>(a)</sup>
<b>Prodotto interno lordo</b>				
Mondo	3,0	3,9	5,0	4,3
<i>Economie avanzate</i>	1,6	2,1	3,6	2,9
Stati Uniti	1,9	3,0	4,3	3,5
Giappone	-0,3	2,5	4,4	2,3
Germania	0,1	-0,1	2,0	1,8
Francia	1,1	0,5	2,6	2,3
Italia	0,4	0,3	1,4	1,9
Gran Bretagna	1,8	2,2	3,4	2,5
Area euro	0,8	0,5	2,2	2,2
Nic	5,0	3,0	5,5	4,0
<i>Paesi emergenti e in via di sviluppo</i>	4,8	6,1	6,6	5,9
Europa centrale e dell'Est	4,4	4,5	5,5	4,8
Russia	4,7	7,3	7,3	6,6
Africa	3,5	4,3	4,5	5,4
Asia	6,6	7,7	7,6	6,9
Cina	8,3	9,1	9,0	7,5
India	4,3	5,1	5,5	5,4
Medio Oriente e Turchia	4,3	6,0	5,1	4,8
America latina	-0,1	1,8	4,6	3,6
Volume del commercio mondiale (beni e servizi) <sup>(b)</sup>	3,3	5,1	8,8	7,2

<sup>(a)</sup> previsioni

<sup>(b)</sup> importazioni

Fonte: Fmi, World Economic Outlook, ottobre 2004

La crescita economica è stata alimentata dalla ripresa americana, sostenuta da una politica fiscale e monetaria espansiva, a cui si è aggiunta la forza propulsiva dell'economia cinese. I persistenti ed elevati tassi di sviluppo di quest'ultima hanno stimolato una vivace dinamica soprattutto nell'Asia orientale, successiva all'iniziale impatto negativo della Sars, rappresentando uno stimolo al risveglio dell'economia giapponese. La crescita dell'economia americana ha giovato di una politica di bilancio espansiva, con un mix di sgravi fiscali e crescita della spesa pubblica, per lo più militare, che ha impresso una forte spinta alla domanda.

Il divario di crescita degli Usa rispetto alle altre principali economie avanzate ha sopravanzato l'effetto della svalutazione del dollaro che ha conferito maggior competitività alle merci americane, determinando un forte assorbimento di importazioni e causando un ulteriore aumento del passivo corrente. Tale squilibrio, maturato già alla fine degli anni Novanta nel periodo di boom della new economy, non è più stato controbilanciato nel 2003 da afflussi di capitale privato come in passato, quanto da un afflusso di investimenti in titoli obbligazionari da parte di banche centrali estere (in particolare della Cina e degli altri Paesi asiatici, che hanno così accumulato riserve per evitare l'apprezzamento delle loro valute). Ne deriva che sia il disavanzo pubblico che quello con l'estero paiono poco sostenibili in prospettiva, tanto da richiedere politiche mirate ad un loro contenimento, con probabili effetti negativi sullo sviluppo dell'area.

Anche la poderosa crescita cinese pone problemi di sostenibilità, qualora il suo raffreddamento si rivelasse più accentuato del previsto, soprattutto se si accompagnasse ad una crisi nel sistema bancario.

Viceversa l'Europa, anche per la persistenza di politiche economiche non espansive, ha visto nel 2003 una crescita al di sotto del suo potenziale, la cui dinamica è stata prevalentemente legata allo sviluppo della debole domanda interna in Italia e in Francia, mentre in Germania le esportazioni hanno potuto offrire un qualche sostegno nonostante la sfavorevole competitività dell'euro. L'Europa centro orientale ha continuato, invece, a manifestare un vivace sviluppo economico che è risultato ancora sostenuto nei Paesi entrati a maggio scorso nell'Unione, alimentando un forte flusso di interscambio commerciale interno.

In Russia la crescita dell'economia ha potuto contare sull'aumento delle quotazioni petrolifere, mentre appare in via di consolidamento la ripresa dell'America Latina, dove si assiste a un miglioramento della situazione congiunturale in Brasile e ad una crescita a ritmi di sviluppo superiori al 10% in Argentina.

## **LE TENDENZE DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE: CRESCHE DI NUOVO**

### **L'INTENSITÀ DEGLI SCAMBI**

Il volume del commercio mondiale è cresciuto del 4,5%, un valore superiore al 3% rilevato nel 2002, mentre si attende un'ulteriore sviluppo del 7% per l'anno in corso.

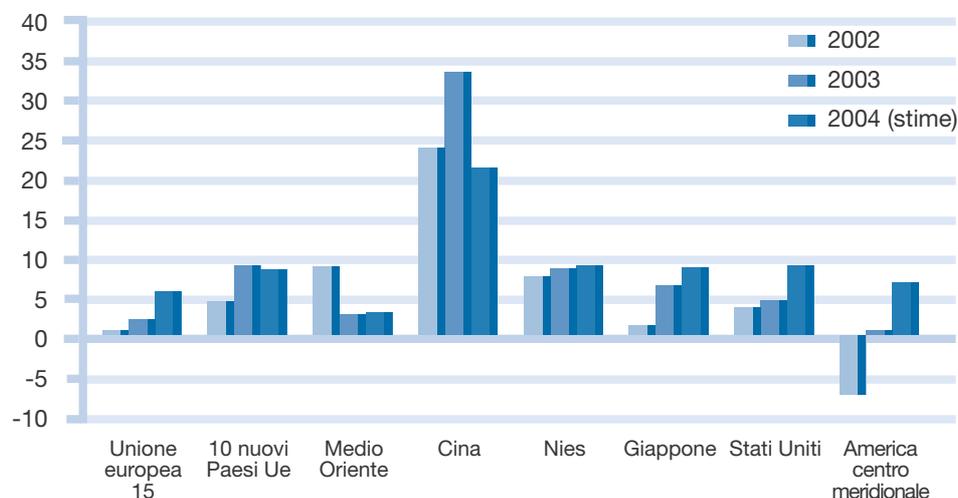
Anche in questo caso la ripresa appare netta rispetto alla crisi degli anni scorsi: gli scambi sono nuovamente più dinamici della produzione, sottolineando un rafforzamento dell'internazionalizzazione del processo produttivo.

La crescita degli scambi di merci è stata superiore, inoltre, rispetto ai servizi, diversamente da quanto avveniva nel biennio precedente: gli scambi sono cresciuti soprattutto nell'industria chimica, degli autoveicoli e nell'elettronica.

Alla minor dinamica dei servizi ha contribuito l'andamento recessivo del turismo, influenzato negativamente dal clima politico internazionale e dall'epidemia di Sars in Oriente, nonché dalla debolezza interna dell'economia europea e dall'euro forte.

Sotto il profilo geografico l'Asia sud orientale si è distinta per aver alimentato, ormai da due anni, quasi la metà della crescita degli scambi mondiali, detenendo una quota sul commercio di poco superiore al 20% del totale. Il maggior contributo è da attribuire alla Cina e all'India, quindi alle Nies e all'Australia: come si visto, nel 2003, un apprezzabile apporto è derivato anche dall'economia giapponese in ripresa.

### Importazioni in quantità. Beni e servizi (variazioni %)



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi, World Economic Outlook (aprile 2004) e commissione Europea, Spring Forecast (aprile 2004)

Un altro importante stimolo alla crescita della domanda d'importazioni è giunto dal Nord America, con importazioni in aumento nonostante il dollaro forte, grazie alla sostenuta crescita in Usa e Canada.

L'Unione europea è risultata, invece, un mercato scarsamente dinamico per le importazioni, cresciute solo del 14% (la sua quota sul totale mondiale è del 36%), mentre l'Europa centro orientale e soprattutto i nuovi membri Ue hanno dato un contributo superiore al commercio mondiale. L'America Latina ha generato una lieve ripresa della domanda d'importazioni rispetto al calo rilevato nel 2002, ma ancora piuttosto debole, così come il Medio Oriente, dove, sull'accresciuta capacità di acquisto conseguente all'aumento del prezzo del petrolio, hanno prevalso le difficili condizioni politiche e i conflitti in corso. Il 2003 si è caratterizzato per l'ulteriore indebolimento del dollaro sia nei confronti dell'euro che dello yen, ma non in misura tale da ridurre in prospettiva gli squilibri della bilancia corrente statunitense.

La robusta ripresa dell'attività economica ha comportato anche una considerevole pressione sui prezzi, alla quale si è aggiunto, per l'area euro, l'effetto del deprezzamento del dollaro.

I prezzi in dollari dei beni scambiati internazionalmente sono cresciuti, infatti, di oltre il 10% nel 2003, l'incremento più elevato dal 1995. Il prezzo del petrolio è cresciuto, invece, del 16%, sospinto da temporanee interruzioni dell'offerta per il conflitto in Medio Oriente e la crisi venezuelana, oltre che per l'accresciuta domanda connessa alla ripresa internazionale (11%).

Forte è risultata la domanda da parte delle principali economie asiatiche in espansione: negli Stati Uniti la crescita della domanda e la diminuzione dell'offerta interna hanno fatto aumentare di oltre il 7% la domanda di importazioni petrolifere. All'accresciuto fabbisogno è corrisposto anche un aumento delle esportazioni petrolifere dei Paesi africani e delle economie in transizione.

I prezzi delle commodity non petrolifere sono anch'essi cresciuti del 7%, così come i prezzi dei beni manifatturieri, che sono saliti in media del 10%: si tratta del primo aumento dal 1995.

In prospettiva, il commercio mondiale dovrebbe riprendersi rispetto al Pil con un'elasticità superiore a quella degli anni scorsi, anche se con forti differenziazioni per area.

Mentre continuerà la crescita delle zone emergenti asiatiche, la dinamica in Europa occidentale sarà più contenuta ma in accelerazione. Per l'economia statunitense si prospetta un rallentamento della domanda che riassorbirà il consistente deficit commerciale maturato.

I settori maggiormente dinamici saranno con tutta probabilità la farmaceutica, alimentata dal flusso di Ide soprattutto nei Paesi sviluppati, e l'elettronica, dove continuerà la tendenza alla frammentazione produttiva nei Pvs asiatici. In questi Paesi le opportunità per le esportazioni italiane saranno soprattutto in relazione ai prodotti intermedi e ai beni di investimento, stimolati dalla forte crescita produttiva: per i beni di consumo le dinamiche resteranno meno rilevanti, anche se si potranno sfruttare le ampie nicchie di consumatori con livelli di reddito elevato che decideranno di rivolgersi al mercato globalizzato.

#### GLI INVESTIMENTI DIRETTI: FLUSSI IN CONTRAZIONE, STOCK IN AUMENTO

##### E PROSPETTIVE IN RECUPERO

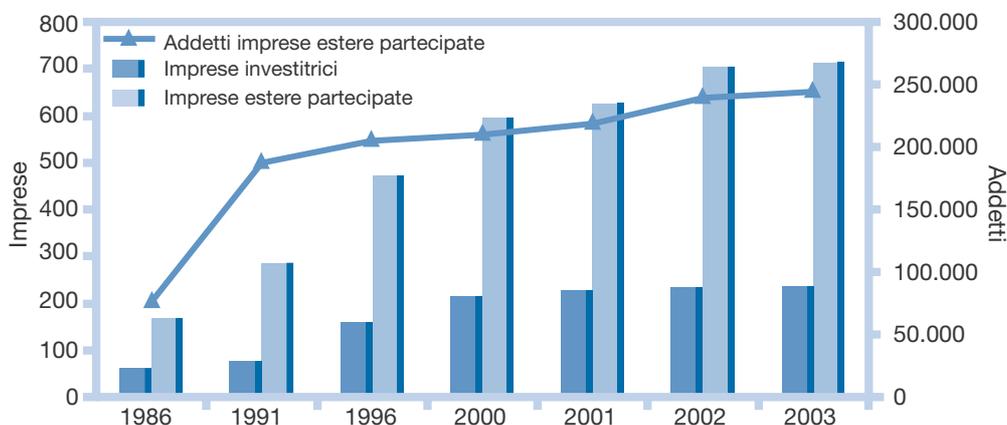
Per il terzo anno consecutivo i flussi di Ide in entrata sono diminuiti a livello mondiale, raggiungendo un valore pari a 367 miliardi di dollari, il 25% in meno rispetto al 2002.

Il declino non si riflette, tuttavia, in modo uniforme nelle diverse aree. Mentre i flussi verso gli Usa crollano da 31 a 21 miliardi di dollari, anche un'area fortemente ricettrice di Ide come l'Europa centro orientale ha visto una contrazione degli investimenti in entrata.

I Paesi in via di sviluppo hanno assistito, invece, ad una crescita, ma limitata alle aree asiatica ed africana, mentre l'America Latina ha vissuto un persistente declino rispetto agli anni scorsi.

In Asia la crescita si deve alla forte dinamica delle principali economie, al clima più favorevole per le attività multinazionali e all'integrazione regionale che stimola l'investimento e la divisione del lavoro fra le diverse economie, incentivando lo sviluppo di reti di produzione tramite le imprese multinazionali. La Cina, se si eccettua il Lussemburgo, è risultata il maggiore recettore di Ide nel 2003 prevalentemente nel settore manifatturiero.

#### Partecipazioni delle imprese piemontesi in imprese industriali estere



Fonte: banca dati Reprint-Politecnico di Milano

All'inattesa caduta dei flussi in ingresso nell'Europa centro orientale hanno contribuito per lo più la Repubblica Ceca e la Slovacchia, due importanti ricettori della regione. Gli investimenti esteri sono diminuiti anche nella Federazione Russa, mentre quelli in uscita aumentano per la capacità delle imprese russe di collocarsi nel mercato allargato dell'Ue, investendo nei Paesi a minor reddito. L'area continua a presentare condizioni di bassi salari, un'apprezzabile dotazione di capitale umano, un favorevole trattamento fiscale tale da offrire un clima propizio per gli Ide sia da parte di Paesi dell'Unione europea che di altre nazioni esterne ad essa, al pari di quanto è avvenuto nell'economia irlandese.

Uno dei tratti rilevanti del composito intreccio dei flussi di Ide, che continua ad essere un fenomeno guidato da imprese transnazionali dei Paesi sviluppati, è la crescente partecipazione dei Pvs allo sviluppo di imprese multinazionali. Una parte rilevante dei flussi di investimento dai Pvs ha come destinazione i Pvs. Gli investimenti tendono, inoltre, a polarizzarsi in ogni regione in un numero limitato di Paesi (Cina, Brasile, Polonia, Sudafrica e Stati Uniti). A tutt'oggi, tuttavia, il 90% del totale degli Ide originano nel mondo sviluppato ed hanno come destinazione i Paesi avanzati. Un altro aspetto che ha caratterizzato l'evoluzione recente degli Ide è la crescita di importanza dei servizi nella loro composizione settoriale: nel 1990 la quota dei servizi sullo stock di Ide era poco meno del 50%, nel 2003 ha raggiunto il 60%. Fra gli Ide in uscita prevalgono i Paesi avanzati, con una distribuzione che nel tempo vede crescere il ruolo del Giappone e dell'Ue accanto agli Usa. Per quanto riguarda i flussi in ingresso prevalgono ancora i Paesi sviluppati, anche se nel tempo si è notata una crescita dei Pvs, mentre il profilo settoriale, dominato dalla distribuzione commerciale e dai servizi finanziari, tende ad ampliarsi verso i servizi a rete come l'elettricità, la distribuzione e il trattamento delle acque, le telecomunicazioni e i servizi alle imprese.

L'importanza dei servizi negli Ide è da attribuire alla crescita del loro ruolo nell'economia e alla difficoltà, spesso, di realizzare scambi di servizi senza il supporto d'investimenti diretti nonché la liberalizzazione degli investimenti dall'estero in industrie un tempo chiuse, come ad esempio le privatizzazioni delle utilities pubbliche nell'America Latina e nell'Europa centro orientale che hanno caratterizzato il panorama degli anni scorsi. Non si tratta, quindi, di iniziative aziendali al servizio delle operazioni transnazionali dei propri clienti manifatturieri (banche, assicurazioni e trasporti), come avveniva in passato, ma di strategie autonome di imprese che intendono sfruttare i propri vantaggi di mercato in un'ottica internazionale. Per i settori che producono servizi non commercializzabili (non tradable), i fattori di attrazione sono costituiti dalle dimensioni del mercato del Paese ricevente, mentre per quelli che possono dare luogo a scambi (tradable) contano soprattutto l'accesso a buone infrastrutture di comunicazione e la disponibilità di capitale umano, oltre ad un ambiente istituzionale favorevole.

Si tratta di opportunità che un'economia matura come quella italiana e piemontese devono saper cogliere non solo come ricettori di iniziative estere, che mirano soprattutto a cogliere le opportunità del mercato locale, ma in termini di proiezione internazionale delle proprie imprese nei settori extra-manifatturieri del terziario avanzato e delle public utilities per favorirne il consolidamento strutturale e la crescita dimensionale.

Le prospettive di una ripresa degli Ide sono favorevoli, così come per il commercio internazionale, in sintonia con una continua tendenza alla liberalizzazione del mercato e alla tendenza da parte delle imprese alla delocalizzazione (offshoring) di un'ampia gamma di funzioni aziendali.

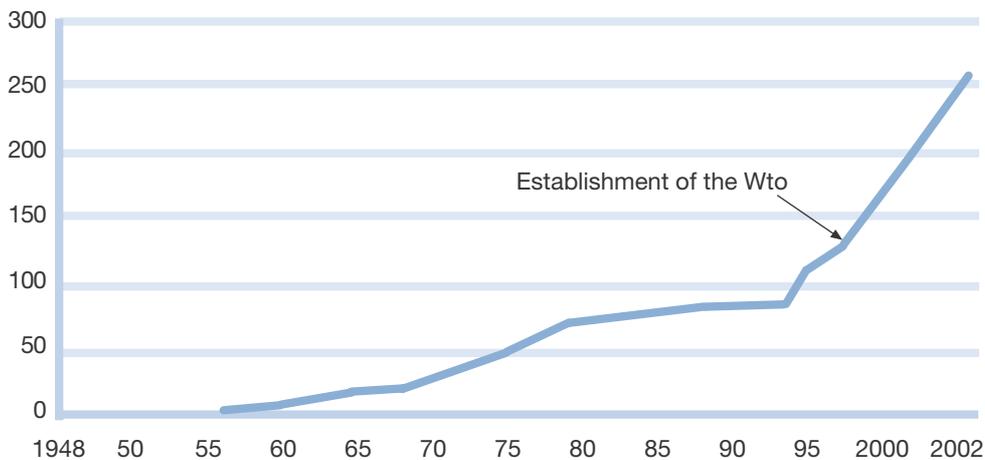
## LE TENDENZE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE: TRASFORMAZIONI DELL'ECONOMIA E CRISI DEL MODELLO NEGOZIALE TRADIZIONALE

Il 2003 ha visto il fallimento della conferenza ministeriale di Cancun che doveva concludere il primo round negoziale del Wto nell'ambito della cosiddetta Agenda di Doha. I nodi hanno riguardato sia le difficoltà di accordo sulla politica commerciale agricola che i temi compresi nelle cosiddette "questioni di Singapore", che riguardano la regolamentazione degli Idr, le politiche della concorrenza e di sostegno agli scambi e la trasparenza negli appalti pubblici.

Si tratta di questioni non limitate agli scambi, che hanno un impatto diretto sulle politiche interne ai Paesi e che hanno visto contrapposti i Paesi avanzati e i Pvs. Importanti risultati, favorevoli ai Paesi più colpiti da problemi sanitari come l'Aids, sono stati raggiunti per quanto riguarda la disciplina internazionale sulla proprietà intellettuale per i farmaci essenziali per la salute.

Nel corso del vertice si è evidenziato l'esaurimento del processo negoziale tradizionale, sotto la regia di Paesi avanzati quali Europa e Usa, e dell'emergere, sulla scena delle trattative multilaterali, di nuovi gruppi e coalizioni (i G-20, fra i quali sono annoverate le principali economie emergenti a scala mondiale come Brasile, Cina e India).

### Evoluzione degli Accordi di integrazione preferenziale su base regionale nel mondo Anni 1948-2002



Fonte: Wto

La più debole crescita del commercio internazionale negli anni recenti, le tendenze protezionistiche che talvolta hanno dato luogo a contenziosi commerciali, l'acuirsi dei conflitti, l'aumento degli accordi preferenziali a scapito delle soluzioni multilaterali, hanno alimentato la preoccupazione che un ulteriore processo d'internazionalizzazione potesse subire una battuta d'arresto.

In realtà, benché la globalizzazione non sia un processo irreversibile, va considerato che la fase di intensificazione vissuta nel decennio scorso ha lasciato in eredità una considerevole dote di reti globali (soprattutto nell'ambito delle comunicazioni, dei trasporti, dell'istruzione e della ricerca) che rappresentano elementi di connessione sui quali, in futuro, potranno trovare ancoraggio ulteriori ampliamenti delle dinamiche transnazionali.

Il fallimento di istanze multilaterali può essere, infatti, anche la conseguenza della difficoltà di rispondere alle crescenti attenzioni di natura distributiva o ambientale, effetto dei risvolti negativi della globalizzazione stessa, oltre che l'emergere di nuovi protagonisti (governi e soggetti della società civile) in un panorama mondiale in trasformazione. Le dinamiche commerciali e l'internazionalizzazione potrebbero in realtà avviarsi lungo uno sviluppo più accentuato degli scambi su ampie regioni geo-economiche in grado di sviluppare una crescente integrazione al proprio interno e di trattare così più efficacemente le politiche economiche e gli scambi fra i Paesi in ambito macroregionale in un quadro turbolento e carente di politiche consensuali.

Benché si possa supporre che, seppure con una certa attenuazione, le forze di fondo della globalizzazione continueranno a persistere nel prossimo futuro, l'ipotesi di uno sviluppo secondo un modello incentrato maggiormente su deboli relazioni fra macroregioni fortemente integrate al loro interno, rispetto ad una globalizzazione di mercato, con maggiore libertà di interrelazione fra tutti i partecipanti, non è da trascurare. Per quanto riguarda il quadro europeo, ad esempio, questa visione dà rilievo ai vantaggi dell'allargamento del mercato unico e alla ricerca di una più stretta collaborazione con aree vicine nel bacino del mediterraneo e nel Medio Oriente con l'obiettivo di ricercare di una maggior integrazione politica ed economica. Le tendenze degli scambi commerciali del Piemonte con l'estero hanno visto accentuarsi, infatti, il peso dei nuovi membri dell'Europa a scapito di altre aree, come quella latino-americana, ma al tempo stesso hanno anche dato luogo a fenomeni di trade diversion nei confronti dei Paesi della sponda sud del mediterraneo, che rappresenta un'area di rilevante attenzione in termini economici, culturali e politici.

#### **L'EUROPA ALLARGATA: SFIDE E OPPORTUNITÀ**

In prospettiva, dal punto di vista degli scambi commerciali, l'integrazione dei nuovi membri nei confronti dell'Ue dei 15 Paesi tenderà a rallentare in quanto è da considerarsi già praticamente avvenuta, e i margini per un suo ulteriore ampliamento sono piuttosto ristretti.

I cambiamenti che si potranno generare riguarderanno soprattutto le maggiori opportunità d'integrazione commerciale per l'abbattimento delle barriere, la più vivace concorrenza e la maggiore specializzazione produttiva dovuta all'aumento delle dimensioni del mercato e all'ingresso di Paesi con diversa struttura dei vantaggi comparati. Questo porterà ad un approfondimento delle specializzazioni produttive e tecnologiche e all'intensificazione dei processi di ristrutturazione e di delocalizzazione produttiva.

La convergenza fra i nuovi membri ed il resto dell'Unione sarà un processo lento, che determinerà una domanda in crescita nei nuovi Paesi (per il loro maggior tasso di sviluppo) e la continuazione dei flussi di Ide dai vecchi membri, le cui strutture economiche si muoveranno verso settori a maggior contenuto tecnologico. Negli ultimi anni per lo sviluppo di questi Paesi è stato rilevante l'investimento estero da parte dell'Ue, che ha costituito una frazione maggioritaria all'interno di molti settori in termini di risorse investite, di produzione e di esportazioni, e che in molti casi ha dato luogo alla creazione di network di grandi imprese transnazionali.

Gli scambi fra la vecchia Europa e i nuovi membri ha carattere prevalentemente intraindustriale: ha come oggetto, cioè, beni appartenenti allo stesso settore, ma con livelli qualitativi differenti, in misura maggiore di quanto non sia riscontrabile fra l'Ue e gli altri Paesi.

## Commercio con l'estero del Piemonte per area geografica (dati in milioni di euro)

	Esportazioni			Importazioni		
	1995	2000	2003	1995	2000	2003
Ue15	60,3	63,9	61,4	66,0	60,3	63,0
Nuovi membri	4,6	5,6	6,9	3,2	5,7	6,7
Ue 25	64,9	69,5	68,3	69,1	66,0	69,8
Pesi dell'adesione <sup>(a)</sup>	2,4	3,2	4,2	1,8	2,2	4,1
Paesi Meda <sup>(b)</sup>	3,4	2,7	2,5	2,0	3,2	2,0
Totale Ue 25+Adesione+Meda	70,6	75,4	75,0	72,9	71,4	75,9
<b>Totale esportazioni</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>(a)</sup> Romania, Bulgaria e Turchia

<sup>(b)</sup> eccetto Paesi dell'adesione. Si tratta dei 12 partner dell'Ue nel processo di Barcellona (1995): Algeria, Cipro, Egitto, Israele, Giordania, Libano, Malta, Marocco, l'Autorità Palestinese, Siria, Tunisia e Turchia

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Poiché la produzione nei nuovi membri migliora rapidamente grazie ai vari meccanismi di apprendimento, al progresso tecnico e all'elevato volume di investimenti, si avvierà un processo di competizione con i partner europei: per non incorrere in fenomeni di deindustrializzazione, saranno quindi necessari alcuni cambiamenti delle specializzazioni.

Questo tipo di ristrutturazione è più facile da attuare rispetto a una riallocazione fra industrie, che sarebbe molto più costosa in termini di investimenti e di occupazione.

Inoltre, occorre tenere presente che il livello qualitativo piuttosto elevato che contraddistingue le produzioni di alcuni dei nuovi entranti e le prospettive per un ulteriore upgrading potranno comportare effetti di competizione anche con lavoratori a livello più elevato di capitale umano.

La domanda netta stimolata dall'integrazione sarà comunque positiva: l'allargamento dell'Unione europea va considerato, quindi, più come un'opportunità che come una minaccia.

Un discorso analogo vale per la Cina, che negli ultimi tempi sembrava costituire una minaccia per le produzioni del made in Italy. Il modello di sviluppo seguito dalla Cina e dai Paesi asiatici emergenti si basa sulla crescita trainata dalle esportazioni, che comporta un significativo guadagno iniziale di quote di mercato ma, successivamente, alimenta la domanda di investimenti, attivando flussi di importazioni che rappresentano opportunità di crescita per le esportazioni dei Paesi sviluppati. Si tratta di una sfida che l'economia piemontese dovrà saper cogliere.

### LA DINAMICA DEL COMMERCIO ESTERO ITALIANO: MIGLIORARE LA COMPETITIVITÀ

Nel 2003, nonostante la debole crescita dell'economia italiana, il deficit della bilancia dei pagamenti italiana di parte corrente si è ampliato, raggiungendo quota 18,4 miliardi, 1,4% del Pil (era di 10 miliardi nel 2002). Questo peggioramento è da imputare soprattutto ad un peggioramento dell'avanzo commerciale, un aumento del disavanzo dei redditi e dei trasferimenti unilaterali.

Il disavanzo nei servizi, invece è rimasto invariato.

Dopo i forti attivi registrati a partire dal 1993, in seguito alla svalutazione della lira il saldo corrente dell'Italia è peggiorato dal 1997 ed è in deficit a partire dal 2000. Il saldo negativo è generato prevalentemente dalle transazioni per lo più commerciali con l'area euro mentre si è confermato l'andamento positivo dei conti nei confronti dei Paesi esterni a questa zona.

### Quote di mercato sul commercio mondiale di manufatti

	Esportazioni 2002		Quote a prezzi costanti			
	mil. euro	%	1995-2000	2001-2002	2003	2004-2005
Europa occidentale	146.858	60,1	7,6	6,8	6,4	6,3
Aderenti Ue 2004	12.792	5,2	8,9	8,4	8,1	7,7
Resto Europa	15.182	6,2	11,5	11,9	11,3	11,2
Nord Africa e Medio Oriente	13.909	5,7	9,8	9,4	9,0	8,4
Nafta	29.110	11,9	2,4	2,4	2,2	2,1
America Latina	3.602	1,5	5,8	4,4	3,7	3,6
Asia	19.231	7,9	2,0	1,8	1,5	1,4
Oceania e Sud Africa	3.498	1,4	3,7	3,7	3,3	3,1
<b>Totale Mondo<sup>(a)</sup></b>	<b>244.183</b>	<b>100</b>	<b>5,3</b>	<b>4,9</b>	<b>4,5</b>	<b>4,3</b>

<sup>(a)</sup> principali Paesi considerati nel Rapporto Prometeia-Ice

Fonte: Rapporto Prometeia-Ice, maggio 2004

Il peggioramento del disavanzo corrente degli ultimi anni, essendo la conseguenza di una spesa sistematicamente superiore alla produzione interna, pone problemi circa la sua sostenibilità in futuro, benché la moneta unica fornisca uno scudo a possibili crisi valutarie del Paese.

Ciò nonostante, la penetrazione delle importazioni rispetto alla domanda interna è diminuita, forse anche a causa della debolezza congiunturale di componenti come i beni di investimento e le esportazioni che più attivano le importazioni.

Le difficoltà maggiori sono riscontrabili nella dinamica delle esportazioni di beni e servizi, che sono diminuite del 3,9%, generando una performance peggiore rispetto ai maggiori Paesi dell'Europa continentale: ciò non è imputabile però all'andamento della domanda nei principali mercati di riferimento, che l'anno passato sono cresciuti a ritmi non inferiori rispetto a quelli rilevanti per i citati partner europei. L'economia italiana ha conseguito una perdita di competitività analoga a causa dell'apprezzamento dell'euro, ma ha avuto anche una dinamica della produttività peggiore rispetto ai principali Paesi europei. La performance negativa sui mercati esteri è stata aggravata, inoltre, da una scarsa presenza, nell'offerta, di beni a più elevato contenuto tecnologico, verso cui si indirizzano quote crescenti della domanda internazionale. Si conferma così la somiglianza della struttura settoriale delle esportazioni a quella dei Paesi emergenti e, all'interno degli stessi settori si constata una quota di produzioni con livello qualitativo superiore a quelle dei Paesi emergenti, ma più bassa di quanto non avvenga per le altre economie avanzate. Con le esportazioni di beni ridotte del 4,7% (la diminuzione era stata del 2,8% nel 2002) si è registrato un ulteriore calo della quota di mercato a prezzi costanti: 3% nel 2003, contro il 4,5% del 1995. Negli ultimi anni la perdita di quote di mercato si è estesa anche sul mercato europeo, dove ha pesato di meno l'effetto della rivalutazione del cambio. Questa perdita potrebbe rappresentare un fatto fisiologico legato sia all'ampliamento della platea dei nuovi produttori sul mercato mondiale (e dalla loro accresciuta dimensione) che alla perdita di peso relativa dell'Italia, ad esempio in termini di popolazione.

Più difficilmente potrebbe essere una conseguenza naturale della maggior terziarizzazione dell'economia se si tiene conto che, nello stesso periodo, altri Paesi europei (come la Francia e la

Germania) hanno saputo conservare o aumentare la propria quota di mercato delle esportazioni. Bisogna quindi considerare con attenzione questa perdita di competitività e le ragioni che rendono più fragile la presenza delle imprese italiane all'estero, quali la dimensione aziendale troppo contenuta e i limiti della specializzazione produttiva.

**IL PIEMONTE E LE SFIDE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARSI ALL'ESTERO**

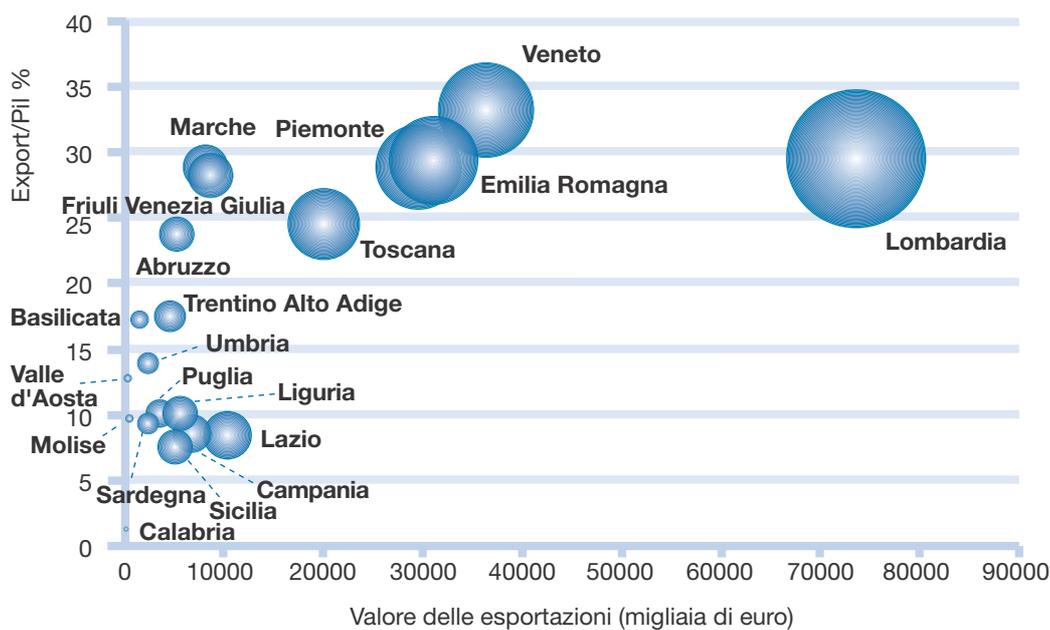
In Piemonte proseguono i processi di internazionalizzazione dell'economia regionale: l'andamento delle esportazioni è rimasto sostanzialmente stazionario anche in un anno, il 2003, che ha affrontato grandi difficoltà per la domanda estera, a causa della crisi dei principali mercati di esportazione e del cambio sfavorevole sui mercati extraeuropei. Ciononostante, la regione ha potuto aumentare il suo peso sull'export nazionale, come non avveniva da molti anni.

Le esportazioni sono state penalizzate dalla debolezza dei principali mercati dell'Uem (la Germania e, di meno la Francia), ma hanno potuto avvalersi di una domanda ancora sostenuta da parte dei Paesi dell'Europa centro orientale e anche negli Stati Uniti, dove la perdita di competitività del cambio poteva pesare maggiormente.

Dalle rilevazioni sulle transazioni di servizi con l'estero risulta, inoltre, che i crediti per servizi sono considerevolmente cresciuti in Piemonte anche nel corso del 2003, ad indicare un attivismo delle imprese regionali anche negli scambi immateriali, che ormai rappresentano il 15 % delle esportazioni di merci.

Un'analisi aggiornata dell'internazionalizzazione attiva della regione consente di mettere in evidenza i tratti fondamentali dell'integrazione del sistema produttivo locale con l'estero.

**Propensione all'export e valore delle esportazioni delle regioni Anno 2003**



Oggi il Piemonte è fra le regioni più internazionalizzate dal punto di vista produttivo, soprattutto in termini di addetti e fatturato delle imprese estere e particolarmente nel settore manifatturiero. Un ruolo determinante è svolto dal settore auto, che ha il più alto rapporto fra addetti all'estero e in Piemonte, secondo un modello che tende a privilegiare le relazioni con i Paesi sviluppati, per un inserimento del sistema produttivo regionale su produzioni a tecnologia medio-alta.

La dinamica degli anni scorsi ha messo in evidenza l'ampliamento della platea degli investitori, anche se con iniziative all'estero di minor dimensione. Il fatto che in questo processo il Piemonte abbia perso la sua posizione di eccellenza a vantaggio di altre regioni, non costituisce necessariamente un fattore di preoccupazione, se si considera il ruolo pionieristico svolto dalla regione in tali processi e, soprattutto, il rilancio dell'ultimo biennio in termini di occupazione all'estero.

A questa tendenza corrisponde un analogo rafforzamento degli investimenti esteri in Piemonte, specie in attività ad elevata qualificazione.

Inoltre, il processo di internazionalizzazione (inteso non solo come proiezione commerciale ma sempre più come estensione globale dei cicli produttivi), grazie all'intensificazione degli investimenti all'estero che aveva interessato in modo prevalente le grandi imprese, è risultato in misura crescente un'opportunità di sviluppo anche per quelle minori, denotando una considerevole pervasività nel tessuto economico regionale e facendo emergere la rilevanza del consolidamento della collocazione del sistema economico regionale nelle reti di integrazione mondiale.

Il Piemonte deve affrontare il passaggio da un'economia a prevalente vocazione manifatturiera ad un'economia basata sulla conoscenza, cambiamento che implica una forte dose di terziarizzazione della struttura economica.

Inoltre, la regione si trova a sperimentare con un certo anticipo gli effetti di una transizione demografica, che sta caratterizzando l'economia europea, in primo luogo con un calo di popolazione. I vincoli nelle risorse disponibili e la necessità di trasformazione incidono sulle possibilità di restare una regione competitiva e di garantire un adeguato livello di benessere socio-economico.

La proiezione internazionale del Piemonte appare perciò una strada da perseguire sia per sopperire ai vincoli interni alla crescita, sia per far sì che le imprese possano usufruire di un inserimento in reti transnazionali, beneficiando dei vantaggi che queste comportano. Le delocalizzazioni divengono così parte di un processo selettivo di funzioni produttive, attraverso il quale consentire la qualificazione e l'aumento del contenuto di conoscenza delle produzioni locali. In questo contesto richiedono poi particolare attenzione le politiche migratorie e i problemi connessi alla popolazione straniera, destinata ad alimentare sempre più il mercato del lavoro regionale. Il processo di internazionalizzazione non riguarda soltanto il mondo delle imprese, ma richiede coesione e attivazione dell'insieme del contesto locale: appare condivisibile, dunque, un approccio che miri a raccordare le diverse iniziative dei soggetti piemontesi (imprese, istituzioni e organizzazioni della società civile) per consolidare l'immagine e la posizione della regione nel contesto internazionale di riferimento e che favorisca progettualità convergenti in quest'ambito di relazioni.

Infine, non va dimenticato il ruolo cruciale che, in un'ottica di sviluppo della società della conoscenza, svolge la proiezione internazionale del sistema dell'istruzione e della formazione piemontese, che nel sistema universitario nazionale vanta iniziative di crescente dinamismo.

## 1.2 L'IMPORT-EXPORT MERCANTILE

A cura di Unioncamere Piemonte - Sarah Bovini

Uno degli strumenti più tradizionali per misurare il grado di internazionalizzazione economica di un territorio è sicuramente quello di analizzare l'entità e l'intensità dei suoi scambi commerciali. Favorire i processi di internazionalizzazione, in un contesto economico in rapida e continua evoluzione, come quello che ha caratterizzato gli ultimi anni, risulta indispensabile al fine di poter sostenere attivamente la concorrenza degli altri territori.

Il campo su cui si svolgono gli scambi internazionali oggi è sempre più vasto e vede tra gli attori principali Paesi che in passato avevano ruoli marginali e che ora sono entrati efficacemente in gioco. Di questa mutata realtà bisogna tener conto non solo per valutare l'andamento economico regionale nel 2003, ma soprattutto per ideare strategie efficaci per il prossimo futuro.

Qual è stato l'andamento dell'economia mondiale nell'ultimo anno? Come si è comportato il Piemonte sui mercati internazionali? Il 2003 sembra aver archiviato un biennio sicuramente non favorevole in cui le tensioni geo-politiche internazionali, la crisi di settori trainanti quali quello dell'Ict, e un diffuso clima congiunturale negativo avevano causato un rallentamento simultaneo delle principali economie, con una conseguente contrazione degli scambi commerciali.

Grazie ad un II semestre in forte accelerazione, il 2003 si è chiuso con un duplice aumento in termini reali del Pil mondiale (+2,5%) e del commercio internazionale (+4,5%), con variazioni superiori a quelle previste dai principali istituti di ricerca.

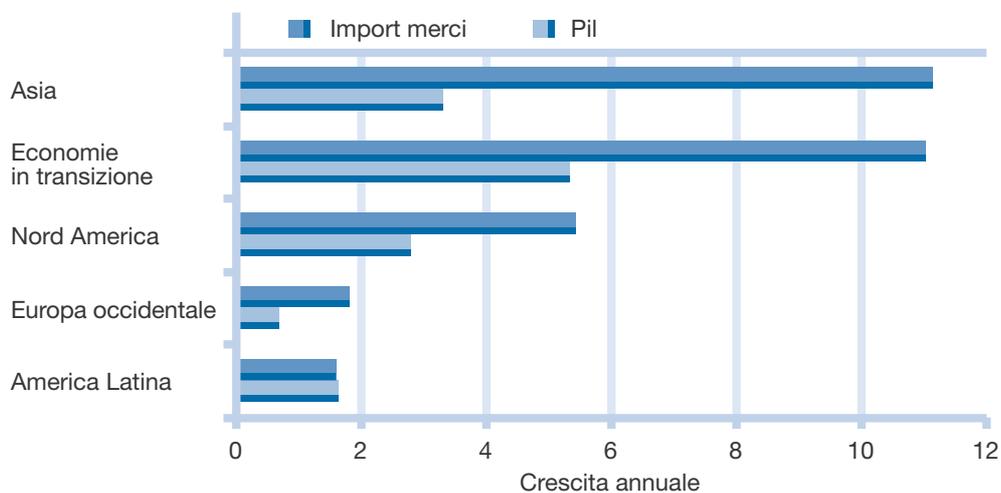
Sicuramente questi dati riflettono un miglioramento rispetto al 2001, ma se si analizza il rapporto tra i tassi di crescita del commercio e quelli della produzione (misura indicativa della velocità a cui procede l'integrazione economica) emerge che non siamo ancora tornati ai livelli di sviluppo toccati negli anni Novanta.

La crescita del 4,5% dell'interscambio commerciale mondiale, realizzata nel 2003, è stata il frutto delle differenti dinamiche che hanno caratterizzato i diversi territori. Da un lato troviamo regioni, come l'Europa occidentale e l'America Latina, in cui la stagnazione è ancora una realtà; dall'altro, aree quali l'Asia, l'Europa centro orientale e gli Stati Uniti, che si sono contraddistinte per una crescita sostenuta e che insieme hanno rappresentato il motore della ripresa mondiale.

La situazione dell'America Latina va infatti normalizzandosi anche se, nel 2003, non si sono realizzati a pieno cambiamenti significativi per l'interscambio commerciale. Nello stesso anno la crescita della "vecchia" Europa è stata marginale. La fase di stagnazione dell'economia delle principali realtà europee dei 15 Paesi non si è ancora completamente esaurita e la presenza di un euro forte non ha di sicuro facilitato la crescita delle esportazioni.

La politica monetaria e fiscale della Bce, vincolata al rispetto del patto di stabilità, è stata molto più cauta di quella realizzata negli Stati Uniti da Alan Greenspan. La minore e più lenta riduzione dei tassi di cambio ha penalizzato le esportazioni ed ha comportato un'inferiore competitività e un'ulteriore contrazione della domanda. Gli effetti sono stati tutt'altro che irrilevanti, basti pensare che le stime indicano che un apprezzamento del 10% dell'euro induce un calo della domanda e del prodotto dello 0,6% del Pil europeo.

**Pil e import per aree Anno 2003**



Fonte: Wto

Se Francia, Germania e Italia non hanno vissuto nel 2003 un forte aumento dell'interscambio commerciale, è andata diversamente per l'Europa centro orientale e in particolar modo per quei Paesi che a maggio 2004 sono entrati a far parte dell'Unione europea.

Sono indubbi i vantaggi dell'allargamento: l'Unione europea a 25 costituisce il più esteso blocco commerciale del mondo, un mercato ampio e integrato che favorirà la crescita moltiplicando le prospettive e aprendo nuovi sbocchi economici.

I dieci nuovi membri entrati a fare parte dell'Unione europea rappresentano mercati dinamici in rapida espansione e già oggi stanno giocando un ruolo considerevole nei fenomeni di ricomposizione del commercio internazionale.

È proseguita, poi, la crescita in termini di quote sul commercio mondiale dei Paesi a basso costo del lavoro, soprattutto di quelli asiatici, che si stanno imponendo sullo scenario mondiale.

Le pressioni competitive di questi Paesi si fanno sentire con maggior intensità nei settori tradizionali, che caratterizzano peraltro la nostra economia. Oggi i nuovi Paesi emergenti non vanno considerati come una minaccia, in quanto competitors forti sui mercati internazionali, ma rappresentano soprattutto potenziali mercati di sbocco per le merci italiane. Questi, infatti, dopo aver sviluppato le proprie esportazioni ed attirato ingenti investimenti esteri hanno sviluppato anche la necessità di importare beni intermedi e beni di investimento.

Nell'ultimo ventennio l'Asia sud orientale è stata il territorio che ha compiuto i maggiori progressi nell'ambito degli scambi internazionali, sia per l'importanza acquisita sul mercato globale che per l'attuazione di un celere processo di integrazione regionale. Nel 2003 quest'area ha rappresentato il principale propulsore della crescita mondiale, mentre nel 2001 il peso che esercitava sulle importazioni mondiali era del 22%: negli ultimi due anni è più che raddoppiato.

Un rilievo particolare viene assunto dalla Cina, che ha conquistato il quarto posto come Paese esportatore e il terzo nella graduatoria dei Paesi importatori. Tra i territori più dinamici anche l'India, i Paesi Nies (Corea del Sud, Hong Kong, Singapore e Taiwan) e il Giappone che, nel 2003, è uscito finalmente dalla fase di stagnazione che viveva ormai dagli anni Novanta.

Il contributo del Nord America è stato infine determinante nel generare la ripresa della domanda mondiale. Nonostante il deprezzamento del dollaro, grazie alle politiche volte a favorire la crescita della domanda interna e in virtù dell'aumento degli investimenti (cresciuti ad un ritmo di poco inferiore ai 10 punti percentuale), gli scambi in entrata ed in uscita da questo Paese hanno vissuto infatti un considerevole sviluppo, rappresentando un'ulteriore prova della rinnovata dinamicità dell'economia americana.

All'interno di questo contesto internazionale a differenti velocità si possono analizzare i risultati che il Piemonte è riuscito a realizzare.

I dati relativi all'interscambio commerciale del Piemonte con l'estero sono di fonte Istat e derivano da due diverse rilevazioni a seconda che si tratti di scambi con Paesi Ue o extra-Ue. Nel primo caso la rilevazione è definita sulla base del sistema Intrastat per il quale le informazioni sono desunte dalle segnalazioni riepilogative dei movimenti effettuati dagli operatori economici agli uffici doganali territorialmente competenti. Nel caso di transazioni con i Paesi extra-Ue, invece, la base informativa è costituita dal Documento amministrativo unico, compilato dall'operatore per ogni singola transazione commerciale.

Nonostante la modesta crescita di Eurolandia e una dinamica nazionale non positiva, le esportazioni piemontesi si sono dimostrate pressoché stabili rispetto all'anno precedente.

La variazione, pari a -0,4 punti percentuale, appare ancor più incoraggiante se la si confronta con il risultato complessivo del nord-ovest (-2%) e con quello nazionale (-4%).

Anche nel 2003 il Piemonte si è attestato al quarto posto nella graduatoria delle regioni esportatrici italiane, dopo Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna. Queste ultime hanno subito flessioni dell'export più consistenti, permettendo al Piemonte di accrescere la propria quota sul totale delle vendite di merci italiane all'estero dall'11,1% del 2002 all'11,5% del 2003. Non si è potuto ancora parlare di crescita, però, poiché la debolezza della domanda dei principali partner commerciali e l'apprezzamento della moneta unica nei confronti delle principali valute non hanno agevolato la vendita delle merci piemontesi oltre confine.

A questi fattori esterni si aggiunge la specializzazione settoriale dell'export di alcune filiere che risultano ancorate a prodotti tradizionali, a basso contenuto tecnologico, che riescono meno a difendersi dalla forte concorrenza esercitata a livello internazionale dai prodotti dei Paesi emergenti.

#### **L'EXPORT PIEMONTESE PER PAESI**

Dividendo idealmente il mondo in due grandi macro-aree, quella costituita dall'Europa a 15 Paesi e quella rappresentata da tutte le altre realtà territoriali, appare evidente come le esportazioni del Piemonte risultino ancora fortemente ancorate all'area comunitaria.

Le vendite nell'Europa dei 15, sebbene siano in diminuzione rispetto all'anno precedente (-1,5%), continuano a costituire la fetta principale delle esportazioni regionali. Nel 2003, infatti, oltre il 61% delle merci è stato indirizzato verso quest'area e in particolar modo verso una ristretta cerchia di Paesi (Francia, Germania, Spagna e Regno Unito in ordine di quota). Queste nazioni, da sole, coprono il 49,6% del totale export.

La concentrazione delle esportazioni in un'area circoscritta ha rappresentato un limite per le possibilità di crescita. Infatti, se da un lato la vendita delle merci piemontesi in questi Paesi non è stata direttamente ostacolata dalla rivalutazione dell'euro sul dollaro - fattore, questo, che ci ha

#### I numeri del commercio estero di merci piemontesi Anno 2003

- Export: 29.686 milioni di euro
- Import: 21.059 milioni di euro
- Bilancia commerciale: 8.627 milioni di euro
- Variazione esportazioni: -0,4%
- Variazione importazioni: -0,4%
- Quota Piemonte su Italia: 11,5%
- Quota Piemonte sull'Area euro: 1,4%
- Quota Piemonte sul Mondo: 0,45%

penalizzato su altri mercati - dall'altro la stretta interdipendenza con aree scarsamente dinamiche e caratterizzate ancora da un fase congiunturale negativa non ha permesso di incrementare in misura significativa il volume degli scambi.

Nel 2003 il principale partner commerciale del Piemonte è stato la Francia che ha introdotto nel proprio territorio più del 18% dell'export piemontese, per un valore pari a 5.428 milioni di euro. Rispetto al 2002 le vendite verso questo Paese sono diminuite del 4,7% a causa non solo della perdita di competitività dei prodotti piemontesi, ma anche della fase economica non espansiva della Francia che le ha impedito di sviluppare ulteriormente i propri acquisti ed investimenti.

Al secondo posto tra i Paesi partner europei troviamo la Germania con un valore di importazioni di merci dal Piemonte pari a 4.535 milioni di euro e una sostanziale stabilità in termini di variazioni rispetto al 2002.

A differenza dei due mercati appena considerati, la Spagna continua a vivere una fase di espansione degli scambi commerciali e conquista, così, la terza posizione nella graduatoria delle nazioni importatrici di prodotti piemontesi. La quota spagnola nell'anno considerato risulta pari all'8,1% e la crescita rispetto al 2002 è di poco inferiore al 7%. Tra i principali partner europei è ancora importante ricordare il Regno Unito che, con 2.355 milioni di merci provenienti dal Piemonte ed una quota del 7,9%, rappresenta il quarto Paese in ordine di importanza.

Nell'analisi dei rapporti con i partner europei non sono stati ancora considerati i Paesi che a maggio 2004 sono entrati a far parte dell'Unione europea. Questi, ed in particolar modo alcuni di essi, rappresentano e rappresenteranno un mercato importante per le merci piemontesi anche a causa del forte potenziale in termini di sviluppo futuro che li caratterizza.

L'Europa centro orientale nel suo complesso ha una quota del 9,7% e ha registrato incrementi al di sopra dei 15 punti percentuale in termini di valore sia delle merci importate dal Piemonte che di quelle esportate.

Particolarmente rilevanti sono le relazioni che si sono sviluppate tra il territorio piemontese e quello polacco che oggi rappresenta non solo un importante mercato di sbocco per le merci ma anche una sede di delocalizzazione produttiva per le imprese. Un esempio su tutti è rappresentato da Fiat Auto che qui ha decentrato la produzione di alcuni modelli, tra cui la nuova Panda.

## Interscambio commerciale del Piemonte per Paesi (dati in milioni di euro)

	2002		2003		Variazioni		Quote	
	import	export	import	export	import	export	import	export
<b>Ue 15</b>	<b>13.450</b>	<b>18.526</b>	<b>13.274</b>	<b>18.241</b>	<b>-1,3%</b>	<b>-1,5%</b>	<b>63,0%</b>	<b>61,4%</b>
Francia	4.457	5.698	4.537	5.428	1,8%	-4,7%	21,5%	18,3%
Germania	3.906	4.552	3.724	4.535	-4,7%	-0,4%	17,7%	15,3%
Regno Unito	996	2.382	868	2.355	-12,9%	-1,1%	4,1%	7,9%
Spagna	944	2.242	990	2.394	4,9%	6,8%	4,7%	8,1%
Russia	66	236	71	269	8,7%	13,9%	0,3%	0,9%
Turchia	570	723	582	859	2,1%	18,9%	2,8%	2,9%
Europa centro orientale	1.600	2.490	1.840	2.892	15,0%	16,1%	8,7%	9,7%
Polonia	639	844	809	1.025	26,6%	21,4%	3,8%	3,5%
Repubblica Ceca	104	233	134	296	28,0%	27,2%	0,6%	1,0%
Ungheria	185	233	185	243	-0,1%	4,5%	0,9%	0,8%
<b>Extra-Ue15</b>	<b>7.686</b>	<b>11.275</b>	<b>7.785</b>	<b>11.445</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,5%</b>	<b>37,0%</b>	<b>38,6%</b>
Stati Uniti	849	1.722	582	1.653	-31,5%	-4,0%	2,8%	5,6%
Canada	143	215	142	199	-1,2%	-7,3%	0,7%	0,7%
Brasile	268	509	302	336	12,9%	-34,1%	1,4%	1,1%
Argentina	50	61	41	78	-18,5%	28,9%	0,2%	0,3%
Cina	744	452	796	436	7,0%	-3,7%	3,8%	1,5%
Giappone	532	457	664	487	24,9%	6,6%	3,2%	1,6%
Nies	434	734	397	664	-8,6%	-9,5%	1,9%	2,2%
<b>Totale mondo</b>	<b>21.135</b>	<b>29.801</b>	<b>21.059</b>	<b>29.686</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

La presenza nell'Europa dell'est del settore automotive ha creato inoltre la nascita di un forte interscambio di componenti autoveicolari, non solo con la Polonia ma anche con la Repubblica Ceca e l'Ungheria, Paesi nei quali troviamo anche altre case automobilistiche.

Nel corso del 2003 tra i partner europei si distinguono per una discreta crescita delle importazioni di prodotti piemontesi anche la Russia e la Turchia che hanno realizzato variazioni positive rispettivamente pari a 13,9 e 18,9 punti percentuale.

L'altra "fetta" del mondo che è stata idealmente tracciata all'inizio del paragrafo è rappresentata da tutti i Paesi non appartenenti all'Europa dei 15. La quota di questa seconda macro-area sul totale delle esportazioni piemontesi è del 38,6%.

A differenza di quanto si è verificato per il commercio estero con gli Stati europei, gli scambi extra Ue del Piemonte sono cresciuti dell'1,5% nel 2003.

Il primo territorio per assorbimento di merci piemontesi è rappresentato dagli Stati Uniti, che acquistano il 5,6% dell'export regionale. Gli scambi con questo Paese, dopo il significativo calo registrato nel 2002, hanno subito un'ulteriore flessione del 4,0%. La ripresa della domanda americana, infatti, non è stata sufficiente a contrastare l'effetto della rivalutazione dell'euro sul dollaro, fenomeno che, almeno in termini di valore, ha penalizzato fortemente le esportazioni dei prodotti piemontesi negli Usa.

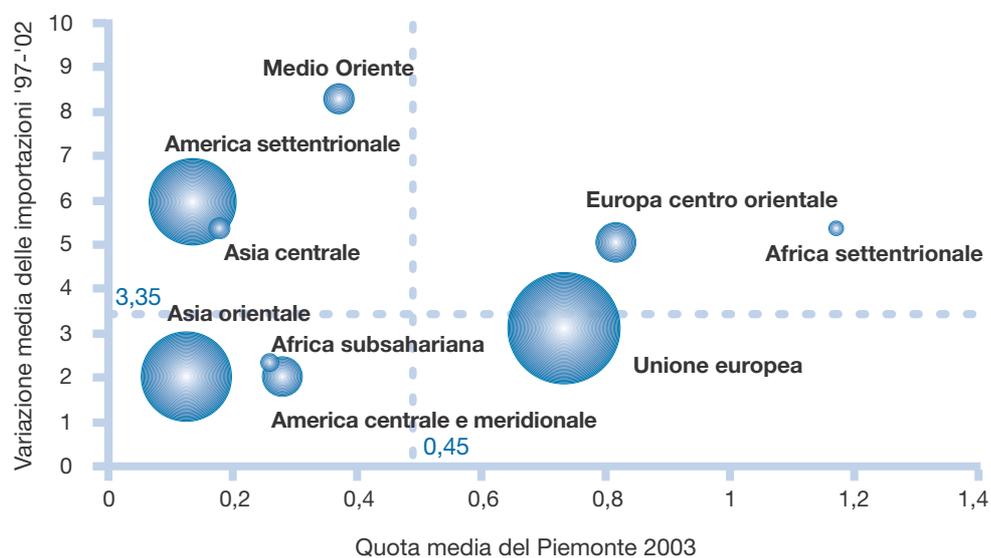
Appare preoccupante, inoltre, la dinamica dell'interscambio con l'area asiatica: questi territori negli ultimi anni hanno compiuto, infatti, enormi progressi nell'ambito degli scambi internazionali, accrescendo in misura significativa le proprie importazioni. Nonostante la tendenza in atto, il Piemonte nel corso del 2003 non ha realizzato un crescita del proprio export in questa area. Sia verso la Cina (-3,5%) che verso i Paesi Nies (-9,8%) le vendite di prodotti piemontesi hanno subito una consistente riduzione rispetto al 2002, andando ad erodere quote di export che erano già di scarsa entità.

Meglio la performance del Piemonte verso il Giappone che ha importato, in termini di valore, il 6,6% in più rispetto allo scorso anno.

Il grafico sulle quote di mercato del Piemonte per area mette in luce l'attuale posizionamento delle esportazioni piemontesi di merci nelle principali aree geo-economiche. Sull'asse delle ascisse è segnalata la quota media del Piemonte attualmente pari a 0,45% contro lo 0,43% dello scorso anno. Sull'asse delle ordinate, invece, è stata tracciata la variazione media delle importazioni dei vari Paesi nel periodo 1997-2002. La dimensione delle bolle raffiguranti i diversi Paesi indica il peso medio che tali aree esercitano sulle importazioni mondiali.

In base alle due linee sopra descritte è possibile dividere idealmente il grafico in quattro parti in modo tale da evidenziare quali sono le aree maggiormente dinamiche e in che modo il Piemonte si rapporta con esse.

#### Quote di mercato del Piemonte per area



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ice-Istat

Nei due quadranti in basso troviamo i Paesi che hanno manifestato, nel periodo in esame, una minor dinamicità, realizzando variazioni delle importazioni inferiori alla media.

In quello di destra il Piemonte non ha quote significative, mentre sono forti le sue relazioni con i Paesi presenti nel quadrante di sinistra.

Nei due quadranti superiori troviamo le aree più interessanti, ossia quelle che sono risultate più attive in termini di interscambio commerciale. Nella parte di destra sono raffigurati i mercati ad alto potenziale verso cui il Piemonte deve ancora sviluppare rapporti commerciali, poiché le quote detenute allo stato attuale non sono ragguardevoli. Nella parte in alto a destra, invece, si trovano le aree in cui il Piemonte risulta più forte e che più sostengono maggiormente le esportazioni regionali grazie al proprio dinamismo.

Per non perdere quote di mercato sul commercio mondiale, le aziende piemontesi devono sviluppare rapporti commerciali con i Paesi più vivaci e devono puntare sulla modernizzazione e il riposizionamento strategico, privilegiando anche nuovi modelli di sviluppo basati sulla qualità della produzione e l'innovazione tecnologica.

### **L'EXPORT PIEMONTESE PER PRODOTTI**

Che cosa esporta il Piemonte? Qual è il mix produttivo che genera gli oltre 29.686 milioni di euro di merci indirizzate oltre confine? E in che modo la tipologia dei prodotti venduti influisce sull'andamento delle esportazioni?

Anche nel 2003 il settore più importante per le esportazioni piemontesi è stato quello dei mezzi di trasporto, che generano da soli oltre il 25,7% del totale delle merci vendute all'estero per un valore pari a 7.643 milioni di euro. All'interno di questo comparto le componenti principali sono le autovetture e gli accessori autoveicolari che producono rispettivamente il 10,6% e l'11,7% del totale export.

Al secondo posto per importanza troviamo la meccanica con il 20,3%, quindi il tessile con il 9,5%. La quarta posizione è occupata dal settore alimentare, all'interno del quale le componenti più orientate alle esportazioni sono le bevande (in particolar modo i vini e i distillati), gli altri prodotti alimentari (all'interno dei quali ci sono i prodotti dolciari) e i prodotti della macinazione.

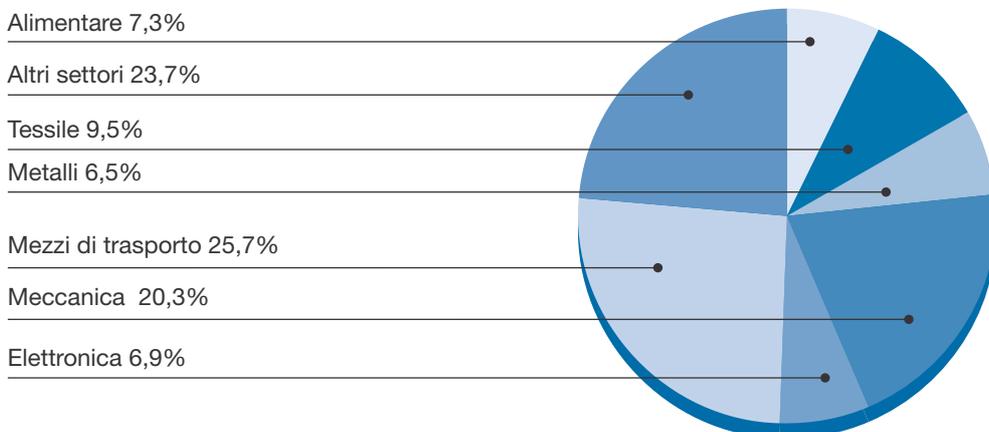
Il mix produttivo delineato in precedenza ha registrato complessivamente nel corso del 2003 una flessione nelle vendite all'estero pari a -0,4 punti percentuale. Un calo tutto sommato contenuto che ha dimostrato una sostanziale stabilità della richiesta dei nostri prodotti.

Questo risultato sarebbe di per sé incoraggiante se non venisse confrontato con quello delle altre realtà geografiche: gli scambi piemontesi, infatti, non crollano ma crescono comunque meno di quanto non accada negli altri Paesi.

Come si sono comportate le diverse filiere nel 2003? Il settore dei mezzi di trasporto è riuscito a aumentare le proprie vendite all'estero di oltre 4,6 punti percentuale rispetto al 2002. Questo dato è ancora più importante se si analizza la scomposizione della crescita nei due sottosettori principali. A differenza di quanto è accaduto nel 2002, anno in cui i pessimi risultati degli autoveicoli sono stati parzialmente mitigati dalla buona performance dei componenti autoveicolari, nel 2003 entrambi questi comparti hanno registrato una variazione positiva.

Una flessione delle vendite oltreconfine ha caratterizzato, invece, il secondo settore per l'export piemontese. Il comparto della meccanica ha registrato nel corso del 2003 una variazione pari al -5,6% rispetto all'anno precedente, dovuta principalmente all'export delle macchine per la produzione dell'energia meccanica (turbine, valvole e rubinetti), che da sole rappresentano l'8% delle vendite piemontesi oltreconfine, e quello delle macchine utensili.

### Composizione settoriale delle esportazioni Anno 2003



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Ancora negativo l'andamento del settore tessile che non riesce a superare le difficoltà che lo caratterizzano da oltre un biennio. Questo comparto più di altri risulta fortemente penalizzato dalla concorrenza dei prodotti dei Paesi emergenti.

Il mercato è ormai molto severo e non lascia più spazio a produzioni mediocri, così anche la qualità dei prodotti di questi Paesi è notevolmente aumentata, mentre i costi di produzione continuano ad essere inferiori a quelli sostenuti per la realizzazione delle produzioni piemontesi. Ne consegue, anche a causa della rivalutazione dell'euro, una forte concorrenza in termini di prezzo che comporta inevitabilmente una riduzione dei prodotti di questa filiera all'estero. Le produzioni che più hanno ceduto il passo sono state quelle di tessuti e filati, oltre al commercio di articoli di vestiario confezionati.

Il 2003 non è stato un anno positivo nemmeno per il settore alimentare, che non è riuscito ad incrementare il valore dell'export e ha realizzato invece una flessione pari all'1,3%, dovuta in particolar modo all'andamento negativo dei prodotti della macinazione e dell'industria conserviera. In crescita, invece, la vendita oltre confine di vino e distillati.

La discreta diversificazione dell'export regionale difende il Piemonte da crisi settoriali e impedisce contrazioni complessive del commercio di grave entità, tuttavia l'orientamento delle filiere su prodotti a relativo basso contenuto tecnologico rende vulnerabili alla concorrenza dei nuovi Paesi emergenti, poiché i prodotti più tradizionali risultano maggiormente riproducibili anche da altre realtà territoriali.

## Import-export del Piemonte per prodotti Anno 2003 (dati in milioni di euro)

Prodotti	2002		2003		Variazione		Quote export 2003
	import	export	import	export	import	export	
Prodotti dell'agricoltura, della caccia e della silvicoltura	1.264	225	1.257	240	-0,6%	6,6%	0,8%
Prodotti della pesca e della piscicoltura	11	1	9	1	-12,5%	-7,7%	0,0%
Minerali energetici e non energetici	390	29	513	31	31,3%	6,1%	0,1%
Prodotti trasformati e manufatti	19.124	29.392	18.916	29.097	-1,1%	-1,0%	98,0%
<i>prodotti alimentari, bevande e tabacco</i>	1.135	2.199	1.244	2.170	9,7%	-1,3%	7,3%
<i>prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento</i>	1.438	2.914	1.419	2.816	-1,3%	-3,4%	9,5%
<i>cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari</i>	296	326	274	290	-7,5%	-10,9%	1,0%
<i>legno e prodotti in legno</i>	277	107	268	100	-3,2%	-6,2%	0,3%
<i>pasta da carta, prodotti di carta, dell'editoria e della stampa</i>	831	973	818	957	-1,7%	-1,6%	3,2%
<i>coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari</i>	69	162	90	177	30,3%	9,6%	0,6%
<i>prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali</i>	1.984	1.780	1.923	1.802	-3,1%	1,2%	6,1%
<i>articoli in gomma e materie plastiche</i>	946	1.762	921	1.745	-2,6%	-1,0%	5,9%
<i>prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi</i>	285	468	252	472	-11,7%	0,7%	1,6%
<i>metalli e prodotti in metallo</i>	2.131	1.899	2.133	1.931	0,1%	1,7%	6,5%
<i>macchine e apparecchi meccanici</i>	2.498	6.385	2.534	6.031	1,4%	-5,6%	20,3%
<i>macchine elettriche, elettroniche ed ottiche</i>	2.517	2.149	2.212	2.051	-12,1%	-4,6%	6,9%
<i>mezzi di trasporto</i>	4.144	7.304	4.256	7.643	2,7%	4,6%	25,7%
<i>altri prodotti delle industrie manifatturiere</i>	573	964	570	913	-0,4%	-5,3%	3,1%
Energia elettrica, gas e acqua	22	7	21	0	-4,6%	-100,0%	0,0%
Prodotti delle attività informatiche, professionali e imprenditoriali	25	7	21	7	-16,2%	-10,8%	0,0%
Prodotti di altri servizi pubblici, sociali e personali	116	3	5	5	-95,9%	78,2%	0,0%
Merci dichiarate come provviste di bordo, merci nazionali di ritorno e respinte, merci varie	184	137	318	305	73,1%	123,3%	1,0%
<b>Totale</b>	<b>21.135</b>	<b>29.801</b>	<b>21.059</b>	<b>29.686</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

### Andamento primo semestre 2004

Nel primo semestre del 2004 l'export del sistema produttivo piemontese torna a crescere (+3,3%), anche se l'incremento registrato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente risulta inferiore alla media nazionale e ai risultati realizzati dalle altre principali regioni esportatrici italiane: Lombardia (+5,3%), Veneto (6,1%) ed Emilia Romagna (7,3%).

Il valore delle vendite oltreconfine dei prodotti piemontesi si è attestato a 15.175 milioni di euro. Sostanzialmente stabile la dinamica degli scambi con la Francia (0,7%), primo Paese importatore di merci piemontesi. Ancora in contrazione, invece, l'export verso la Germania (-1,1%), secondo Paese per i prodotti subalpini con una quota del 14,8% sul totale regionale. Appare in continua crescita l'interscambio con la Spagna (5,2%) e anche Polonia e Turchia confermano la forte dinamicità manifestata già negli scorsi mesi. Un elemento di debolezza è rappresentato dalla forte flessione degli scambi con gli Stati Uniti (-16,6%), causato in particolar modo dalla debolezza del dollaro nei confronti dell'euro.

Le imprese piemontesi cominciano poi a proiettarsi anche verso i mercati orientali: le esportazioni verso Cina e Giappone sono cresciute, infatti, del 13,6% e del 9,5%.

Dal punto di vista settoriale appaiono positive le dinamiche di tutte le principali filiere, in particolar modo la meccanica (+2,9%), l'alimentare (+4,2%) e i mezzi di trasporto (2,9%).

## 1.3 L'IMPORT-EXPORT DI SERVIZI

A cura di Unioncamere Piemonte, Camera di commercio di Torino - *Elisa Sciutto*

È indiscutibile che il settore terziario giochi un ruolo sostanziale nelle economie dei Paesi sviluppati. I servizi rappresentano, infatti, il settore a più rapida crescita, fornendo più della metà del prodotto globale e assorbendo una larga quota di forza lavoro.

Alla terziarizzazione dell'economia, per svariati anni, non ne è tuttavia seguita una del commercio internazionale. Per molto tempo, infatti, i servizi sono stati ignorati dai negoziati commerciali, a causa della loro natura non-tradabile. Le ragioni abitualmente addotte per giustificare l'impossibilità di commerciare internazionalmente i servizi sono in parte giuridiche e istituzionali (monopoli pubblici nei settori chiave dell'economia come comunicazioni e trasporti), ma anche riconducibili all'esistenza di vincoli economici e tecnici che nell'ultimo decennio sono stati completamente rivoluzionati. L'innovazione tecnologica e i benefici economici derivanti dalle riforme nei settori dei servizi finanziari, delle telecomunicazioni e dei trasporti, che costituiscono la spina dorsale dell'infrastruttura economica di un Paese, hanno contribuito ad aumentare in modo considerevole il peso dei servizi nel commercio internazionale.

Il processo di evoluzione dell'interscambio di servizi commerciali tra paesi è stato caratterizzato da dinamiche molto diverse rispetto a quelle del commercio mercantile in ragione del ruolo preponderante della variazione dei tassi di cambio. Nel caso del commercio di merci, la crescita nominale delle esportazioni e delle importazioni è stata più forte nel 2003 rispetto al 2002 in tutti i Paesi. D'altro canto, nel caso del commercio di servizi, si stima che le esportazioni dell'Asia siano aumentate più moderatamente che nel 2002.

L'Europa occidentale e le economie in transizione hanno registrato un aumento annuale delle loro esportazioni e delle loro importazioni di servizi dell'ordine dei 16-21 punti percentuali, mentre la crescita delle esportazioni asiatiche e sudamericane è stata limitata al 6%.

Il surplus nel commercio di servizi dell'America del Nord è nuovamente diminuito nel 2003: l'aumento delle importazioni, del 7%, è stato nettamente superiore a quello delle esportazioni.

I Paesi dell'Europa occidentale e le economie in transizione sono state le realtà territoriali che più di altre e a scapito dei Paesi americani e di quelli asiatici sono avanzate nella classifica dei principali importatori ed esportatori di servizi commerciali nel 2003.

Nella graduatoria dei paesi esportatori, il Giappone, il Canada, Singapore e Taipei hanno perso due posizioni laddove il Belgio, la Svezia e la Grecia ne hanno guadagnate altrettante.

Per quanto riguarda i Paesi in via di sviluppo, si stima che la Cina sia divenuta nel 2003 la principale esportatrice di servizi commerciali. Il Giappone, il Canada, la Corea, Taipei e Hong Kong, anche nel caso delle importazioni, stanno percorrendo in senso contrario la classifica perdendo, in misura diversa, alcune posizioni.

## I primi venti esportatori mondiali di servizi commerciali

Graduatoria 2003	Paesi	Quote % 2003	Quote % 1993	Differenza quote 1993-2003
1	Stati Uniti	16,0	17,7	-1,7
2	Regno Unito	7,3	6,3	1,0
3	Germania	6,3	6,0	0,3
4	Francia	5,6	7,8	-2,2
5	Spagna	4,3	3,2	1,1
6	Italia	4,1	5,5	-1,4
7	Giappone	4,0	5,5	-1,5
8	Paesi Bassi	3,6	3,9	-0,3
9	Cina	2,5	1,2	1,3
10	Hong Kong, Cina	2,5	2,9	-0,4
11	Belgio	2,4	3,1	-0,7
12	Austria	2,3	2,8	-0,5
13	Canada	2,2	2,3	-0,1
14	Irlanda	2,0	0,4	1,6
15	Svizzera	1,9	2,2	-0,3
16	Danimarca	1,9	1,3	0,6
17	Corea del Sud	1,8	1,3	0,5
18	Svezia	1,8	1,3	0,5
19	Singapore	1,7	2,0	-0,3
20	India	1,4	-	-

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Organizzazione mondiale per il commercio

Le esportazioni e le importazioni di servizi costituiscono le voci, in entrata e in uscita, del conto corrente della Bilancia dei pagamenti generate dalle transazioni correnti con l'estero di servizi. In particolare, le esportazioni di servizi comprendono tutti i servizi prestati da unità residenti a non residenti in Italia, che originano crediti verso l'estero, mentre le importazioni di servizi includono tutti i servizi resi da unità non residenti a residenti, da cui derivano debiti verso l'estero.

I dati sono ricavati dalle rilevazioni mensili dell'Ufficio italiano dei cambi (Comunicazione valutaria statistica e Matrice valutaria) e, per quanto riguarda le transazioni turistiche e dei trasporti, dalle indagini campionarie sul turismo internazionale e sui trasporti internazionali dell'Italia. Per la voce "servizi per il Governo", i dati sono integrati con stime effettuate sulla base di informazioni di fonte Istat.

Nel 2003 l'interscambio di servizi del Piemonte con l'estero ha concorso negativamente alla formazione del saldo corrente della Bilancia nazionale dei pagamenti, con un disavanzo, al netto dei trasporti (per i quali non è disponibile una disaggregazione dei dati a livello regionale e provinciale), quantificato in 1.293 milioni di euro, in lieve miglioramento rispetto al 2002, anno in cui il deficit si aggravava intorno ai 1.800 milioni. La riduzione del disavanzo è stata agevolata dalla buona performance delle esportazioni di servizi, aumentate del 37%, a fronte di una minore crescita delle importazioni, incrementate di appena 10 punti percentuali.

La quota dei crediti per servizi sul totale piemontese, inteso come somma dei crediti da esportazioni mercantili più i crediti per servizi, è passata dall'8% del 2002 al 10% dello scorso anno. Anche la quota import di servizi è aumentata, ma solo di un punto percentuale, dal 17% al 18%. Queste considerazioni dovrebbero portare a nuove riflessioni sull'importanza strategica del terziario e sulla possibilità di sviluppare comparti che ben si presterebbero all'apertura internazionale.

### Import-export di servizi del Piemonte e dell'Italia per tipo di transazione (dati in milioni di euro)

	Esportazioni (crediti)				Importazioni (debiti)			
	valori assoluti 2003		variazioni % 2003-2002		valori assoluti 2003		variazioni % 2003-2002	
	Italia	Piemonte	Italia	Piemonte	Italia	Piemonte	Italia	Piemonte
Viaggi	27.621	1.095	-2%	1%	18.235	1.502	2%	1%
Costruzioni	1.846	20	1%	-16%	2.155	13	-10%	-14%
Comunicazioni	1.671	372	59%	297%	2.877	948	5%	35%
Assicurazioni	1.020	22	-28%	77%	1.581	122	-17%	-21%
Servizi finanziari	787	77	16%	20%	712	54	9%	40%
Servizi informatici	445	36	8%	-21%	935	71	-17%	-21%
Royalties e licenze	463	60	-19%	-32%	1.508	95	11%	-48%
Altri servizi alle imprese	18.530	1.634	3%	61%	21.788	1.568	1%	23%
Servizi personali	638	47	-31%	20%	911	291	-8%	-6%
Servizi per il Governo	1.032	12	37%	950%	1.093	4	-50%	-28%
<b>Totale (esclusi i trasporti)</b>	<b>54.053</b>	<b>3.375</b>	<b>0,3%</b>	<b>37%</b>	<b>51.795</b>	<b>4.668</b>	<b>-2%</b>	<b>10%</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

La voce più deficitaria della bilancia piemontese è risultata quella delle comunicazioni, con un disavanzo di 576 milioni di euro, seguita a ruota dai servizi turistici (407 milioni di euro).

Le uscite hanno superato le entrate anche nei servizi personali (244 milioni), nelle assicurazioni (100 milioni), nei servizi informatici (36 milioni) e nelle royalties e licenze (35 milioni).

Sono, per contro, risultati in attivo gli altri servizi alle imprese (66 milioni di euro), i servizi finanziari (23 milioni), le costruzioni e i servizi per il Governo (entrambi con un'eccedenza di 7 milioni).

Il conto corrente della bilancia dei pagamenti 2003 del Piemonte ha registrato crediti verso l'estero per un importo pari a 3.375 milioni di euro, con un incremento di ben il 37% rispetto all'anno precedente. Il risultato incoraggiante dello scorso anno, ha permesso al Piemonte di riscattare, in primis, la perdita del 2001 e poi la performance, non particolarmente significativa, del 2002. Il trend positivo dei crediti, più soddisfacente (+0,3%) rispetto al dato nazionale, ha permesso di far salire di 1,6 punti percentuale il contributo della regione all'attivo della Bilancia nazionale dei pagamenti.

La voce degli altri servizi alle imprese è quella che, più di altre, ha contribuito alla formazione dei crediti regionali verso l'estero. Nel 2003, gli altri servizi alle imprese, con 1.634 milioni di euro e un incremento del 61% rispetto al 2002, rappresentavano quasi la metà del valore totale dei crediti piemontesi. I viaggi, che costituiscono la seconda voce con 1.095 milioni di euro, hanno registrato solo un lieve incremento rispetto al 2002 (+1%).

Variazioni consistenti si registrano, invece, nelle comunicazioni, da sempre contraddistinte da una forte variabilità, i servizi assicurativi e quelli per il Governo, anche se, a dire il vero, il peso di questi

ultimi sulla totalità dei crediti regionali è del tutto trascurabile. Sembra che la diversificazione delle cessioni di servizi, che aveva contrassegnato il Piemonte negli ultimi anni, abbia ceduto il passo ad una sorta di “polarizzazione” settoriale dei crediti verso l'estero.

Nel quadriennio 2000-2003, le transazioni che hanno maggiormente contribuito al buon andamento dell'export piemontese di servizi risultano essere i servizi alle comunicazioni (+7,2 punti in termini di incidenza) seguiti da altri servizi alle imprese (+2,9). Indebolimenti importanti hanno interessato, invece, i viaggi (-7,2) e le esportazioni di royalties e licenze (-1,6).

La provincia di Torino produce circa poco più dei due terzi dei crediti verso l'estero del Piemonte. Asti, Vercelli e Verbania sono le province piemontesi in cui i trasferimenti sono determinati per oltre l'80% dai servizi turistici. Il biellese è la realtà territoriale con la maggior concentrazione dell'export negli altri servizi alle imprese (91% del totale provinciale).

Royalties e licenze primeggiano nel novarese, provincia in cui rappresentano il 9% dei crediti totali, mentre l'alessandrino si distingue per il 5% delle costruzioni in termini d'incidenza sui crediti verso l'estero. Nel Verbania Cusio Ossola l'83% delle cessioni di servizi è costituito dai movimenti turistici, per un valore complessivo di 200 milioni di euro, in lieve diminuzione rispetto al 2002 e pari al 18% dei flussi turistici in entrata del Piemonte.

#### Import-export di servizi in Piemonte per tipo di transazione Anni 2000-2003 (dati in migliaia di euro)

	2000			2001			2002			2003		
	import (debiti)	export (crediti)	salDI									
Viaggi	1.253.933	968.830	-285.103	1.368.624	970.652	-397.972	1.486.564	1.084.170	-402.394	1.501.650	1.095.105	-406.545
Costruzioni	68.020	43.460	-24.560	30.083	28.929	-1.154	15.028	24.112	9.084	12.984	20.147	7.163
Comunicazioni	755.867	93.036	-662.831	752.499	163.534	-588.965	701.618	93.666	-607.952	948.382	372.226	-576.156
Assicurazioni	128.436	14.359	-114.077	187.487	12.489	-174.998	155.108	12.560	-142.548	122.452	22.273	-100.179
Servizi finanziari	15.598	44.259	28.661	95.370	72.402	-22.968	38.241	64.324	26.083	53.625	76.870	23.245
Servizi informatici	96.784	54.681	-42.103	126.460	42.256	-84.204	90.432	44.849	-45.583	71.305	35.635	-35.670
Royalties e licenze	99.011	81.412	-17.599	78.448	72.643	-5.805	182.099	87.278	-94.821	94.607	59.614	-34.993
Altri servizi alle imprese	1.526.197	1.113.004	-413.193	1.280.524	881.046	-399.478	1.277.363	1.016.078	-261.285	1.567.980	1.634.415	66.435
Servizi personali	297.788	22.976	-274.812	327.216	55.416	-271.800	310.851	39.073	-271.778	291.091	46.815	-244.276
Servizi per il governo	246	6.624	6.378	55	123	68	5.723	1.104	-4.619	4.119	11.594	7.475
<b>Totale (esclusi i trasporti)</b>	<b>4.241.880</b>	<b>2.442.641</b>	<b>-1.799.239</b>	<b>4.246.766</b>	<b>2.299.490</b>	<b>-1.947.276</b>	<b>4.263.027</b>	<b>2.467.214</b>	<b>-1.795.813</b>	<b>4.668.195</b>	<b>3.374.694</b>	<b>-1.293.501</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Nel 2003, le importazioni regionali di servizi hanno generato debiti verso l'estero per complessivi 4.668 milioni di euro, pari al 9% del totale nazionale. Analizzando, più minuziosamente, l'indebitamento verso l'estero, si osserva che questo è stato determinato per il 34% da altri servizi alle imprese, importati per 1.568 milioni di euro (in aumento del 23% rispetto all'anno precedente). A ruota, seguono, con il 32% del totale, i viaggi, acquisiti da operatori stranieri per 1.502 milioni di euro.

Si registrano quote significative anche per le comunicazioni che con 948 milioni di euro hanno pesato per il 20% sui debiti del Piemonte verso l'estero.

Il naturale monopolio del capoluogo piemontese si esprime, principalmente, nelle comunicazioni che incidono per il 31% sulle importazioni locali, un valore non molto lontano da quello degli altri servizi alle imprese (26%) e dei viaggi (24%). Le province a più forte incidenza turistica, definita come la percentuale di viaggi acquisiti sul totale import della provincia, risultano essere Asti (89%), Vercelli (86%) e Alessandria (71%).

Le importazioni di altri servizi alle imprese pesano maggiormente sul biellese (76%) e sul novarese (56%), mentre risultano poco rilevanti, se si esaminano le province di Asti e Vercelli.

### Importazioni di servizi in Piemonte (debiti) per tipo di transazione e provincia Anno 2003 (dati in migliaia di euro)

	Alessandria	Asti	Biella	Cuneo	Novara	Torino	Vco	Vercelli	Piemonte
Viaggi	134.790	90.692	77.554	131.257	200.101	717.651	73.374	76.231	1.501.650
Costruzioni	348	302	390	1.283	405	9.001	1.243	12	12.984
Comunicazioni	34	-	118	78	-	948.115	37	-	948.382
Assicurazioni	871	120	2.860	1.348	784	114.813	1.436	220	122.452
Servizi finanziari	15	536	642	5.632	590	46.079	131	-	53.625
Servizi informatici	151	3	754	1.245	1.772	61.145	6.209	26	71.305
Royalties e licenze	699	280	2.086	4.370	8.714	77.636	752	70	94.607
Altri servizi alle imprese	51.833	9.739	265.232	108.076	277.190	778.824	65.442	11.644	1.567.980
Servizi personali	1.001	13	92	1.463	1.279	287.059	166	18	291.091
Servizi per il governo	-	-	4	-	-	4.115	-	-	4.119
<b>Totale (esclusi i trasporti)</b>	<b>189.742</b>	<b>101.685</b>	<b>349.732</b>	<b>254.752</b>	<b>490.835</b>	<b>3.044.438</b>	<b>148.790</b>	<b>88.221</b>	<b>4.668.195</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

### Importazioni di servizi in Piemonte (crediti) per tipo di transazione e provincia Anno 2003 (dati in migliaia di euro)

	Alessandria	Asti	Biella	Cuneo	Novara	Torino	Vco	Vercelli	Piemonte
Viaggi	50.063	49.289	29.054	84.032	80.565	580.836	200.566	20.700	1.095.105
Costruzioni	3.630	811	53	2.565	848	10.084	2.103	53	20.147
Comunicazioni	309	-	-	117	-	371.800	-	-	372.226
Assicurazioni	275	357	1.186	546	177	19.510	118	104	22.273
Servizi finanziari	139	3	513	10.576	1.034	62.831	1.741	33	76.870
Servizi informatici	-	137	-	667	236	34.558	37	-	35.635
Royalties e licenze	513	20	792	64	10.440	46.596	905	284	59.614
Altri servizi alle imprese	20.075	6.173	302.341	98.932	26.143	1.141.700	34.996	4.055	1.634.415
Servizi personali	8	3	20	1.111	179	45.472	19	3	46.815
Servizi per il governo	-	-	-	-	-	11.589	-	5	11.594
<b>Totale (esclusi i trasporti)</b>	<b>75.012</b>	<b>56.793</b>	<b>333.959</b>	<b>198.610</b>	<b>119.622</b>	<b>2.324.976</b>	<b>240.485</b>	<b>25.237</b>	<b>3.374.694</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

## 1.4 LA BILANCIA TECNOLOGICA DEL PIEMONTE

A cura di Unioncamere Piemonte - Roberto Strocco

La Bilancia dei pagamenti della tecnologia (Bpt) registra i flussi di incassi e pagamenti riguardanti le transazioni con l'estero di tecnologia non incorporata in beni fisici (disembodied technology), nella forma di diritti di proprietà industriale e intellettuale, come brevetti, licenze, marchi di fabbrica, know-how e assistenza tecnica. I flussi registrati nella Bpt rappresentano un indicatore dell'input (i pagamenti) e dell'output (gli incassi) di tecnologia.

I dati relativi alla Bilancia dei pagamenti della tecnologia vengono diffusi annualmente dall'Ufficio italiano cambi, che ne cura tradizionalmente la pubblicazione.

I dati, tratti dalla Comunicazione valutaria statistica, si riferiscono agli incassi e ai pagamenti relativi alle operazioni di importo superiore a 12.500 euro comprendono i regolamenti che avvengono al di fuori del canale bancario (assegni, banconote, movimentazione di conti all'estero, etc.) e includono anche le operazioni regolate in compensazione.

Lo schema della Bpt suggerito dall'Ocse risulta costituito da quattro componenti principali:

- il commercio in tecnologia, che costituisce il nucleo centrale delle transazioni internazionali in tecnologia (trasferimenti di brevetti, invenzioni e know-how ed i relativi diritti di sfruttamento)
- le transazioni riguardanti la proprietà industriale (marchi di fabbrica e disegni industriali)
- i servizi con contenuto tecnologico che, pur non costituendo un effettivo trasferimento di tecnologia, consentono di incrementarne il potenziale mediante l'acquisizione di abilità tecniche
- la ricerca e sviluppo realizzata o finanziata verso o dall'estero.

Nella Bpt è stata esclusa la voce relativa al software, in quanto si tratta di un fenomeno variegato, non sempre a carattere innovativo, eventualmente protetto da copyright ma non da leggi di proprietà industriale.

A livello italiano, nel 2003 il saldo globale della Bpt è risultato negativo per circa 608 milioni di euro, un disavanzo in linea con il tradizionale deficit italiano in commercio di tecnologia, ma con un sostanziale peggioramento rispetto al 2002, anno nel quale la Bpt era sostanzialmente in pareggio. Il deficit è stato comunque il risultato di due diverse componenti, fra loro contrapposte: avanzi nei servizi di Ricerca e sviluppo e nei servizi con contenuto tecnologico, disavanzi nel commercio in tecnologia e nelle transazioni in marchi di fabbrica e disegni.

A livello di flussi, il saldo negativo del 2003 è stato provocato da un aumento dei pagamenti (+5,7%) e da una contemporanea diminuzione degli incassi (-12,9%).

A differenza di alcuni fa, dove prevalevano le grandi imprese, con più di 50 addetti, sono soprattutto le imprese più piccole, con meno di 20 addetti, a commerciare in servizi di tecnologia: la

percentuale realizzata da queste ultime è passata da circa il 13% nel 1996 al 40% nel 2003. Sempre a livello nazionale, la Francia si conferma come principale Paese partner, sia dal lato degli incassi che da quello dei pagamenti, seguita da Regno Unito e Stati Uniti.

La disaggregazione della Bpt a livello regionale conferma, anche per il 2003, il rilevante ruolo dell'area nord occidentale nel commercio di servizi in tecnologia in entrambe le direzioni dei flussi: in particolare, la Lombardia rappresenta da sola ben il 40% del totale nazionale.

Il Piemonte è la terza regione italiana in entrambi i flussi della Bpt, dopo la Lombardia e il Lazio, regione nella quale si sviluppa una forte domanda della pubblica amministrazione centrale.

La Bpt presenta una forte concentrazione regionale: le prime tre regioni (Lombardia, Lazio e Piemonte) ne coprono circa l'80%.

A differenza dell'Italia, il Piemonte registra tradizionalmente un surplus della Bpt: gli incassi per vendita di servizi in tecnologia superano i pagamenti per acquisti degli stessi servizi.

Il saldo positivo del 2003 è stato pari a 221 milioni di euro, con una variazione del -7,3% rispetto all'anno precedente.

Gli incassi per servizi in tecnologia sono ammontati a 498 milioni di euro (-9,7% rispetto al 2002), mentre i pagamenti sono stati pari a 278 milioni di euro (-11,6% sull'anno precedente).

#### Incassi, pagamenti e saldi della Bilancia dei pagamenti tecnologica del Piemonte e dell'Italia per tipo di servizio Anno 2003 (dati in migliaia di euro)<sup>(a)</sup>

	Piemonte					Italia				
	incassi		pagamenti		saldi	incassi		pagamenti		saldi
	valori ass.	%	valori ass.	%	valori ass.	valori ass.	%	valori ass.	%	valori ass.
Commercio in tecnologia	66.871	13,4	62.755	22,6	4.116	290.667	10,6	824.881	24,5	-534.214
<i>cessioni/acquisti di brevetti</i>	590	0,1	7.807	2,8	-7.217	30.490	1,1	136.561	4,1	-106.071
<i>diritti di sfruttamento di brevetti</i>	35.216	7,1	52.352	18,9	-17.136	147.472	5,4	598.069	17,8	-450.597
<i>cessioni/acquisti di invenzioni</i>	53	0,0	-	-	53	3.740	0,1	9.134	0,3	-5.394
<i>know how</i>	31.012	6,2	2.596	0,9	28.416	108.965	4,0	81.117	2,4	27.848
Transazioni in marchi di fabbrica, disegni, etc.	42.360	8,5	69.719	25,1	-27.359	192.904	7,0	510.510	15,2	-317.606
<i>dir. di sfrutt. di marchi di fabbrica, modelli e disegni</i>	16.100	3,2	66.390	23,9	-50.290	102.635	3,7	421.326	12,5	-318.691
<i>cess./acq. di marchi di fabbrica, modelli e disegni</i>	26.260	5,3	3.329	1,2	22.931	90.269	3,3	89.184	2,7	1.085
Servizi con contenuto tecnologico	322.389	64,7	122.657	44,2	199.732	1.392.630	50,6	1.093.189	32,5	299.441
<i>assistenza tecnica connessa a cess. e dir. di sfrutt.</i>	62.399	12,5	26.024	9,4	36.375	260.148	9,4	217.214	6,5	42.934
<i>studi tecnici e di engineering</i>	244.990	49,2	65.088	23,5	179.902	980.910	35,6	667.808	19,9	313.102
<i>formazione del personale</i>	1.311	0,3	15.664	5,6	-14.353	16.557	0,6	91.166	2,7	-74.609
<i>invio di tecnici esperti</i>	13.689	2,7	15.881	5,7	-2.192	135.015	4,9	117.001	3,5	18.014
Servizi di Ricerca & Sviluppo	65.357	13,1	18.105	6,5	47.252	820.881	29,8	468.934	13,9	351.947
Altri regolamenti per tecnologia	1.295	0,3	4.283	1,5	-2.988	57.080	2,1	464.888	13,8	-407.808
<b>Totale</b>	<b>498.272</b>	<b>100</b>	<b>277.519</b>	<b>100</b>	<b>220.753</b>	<b>2.754.162</b>	<b>100</b>	<b>3.362.402</b>	<b>100</b>	<b>-608.240</b>

<sup>(a)</sup> dati provvisori

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Sul lato degli incassi, assimilabile concettualmente all'export, emerge in maniera inequivocabile la peculiarità piemontese dei servizi con contenuto tecnologico, in particolar modo degli studi tecnici e di engineering. Solo quest'ultima categoria, con un valore quasi pari a 245 milioni di euro,

rappresenta quasi la metà del totale degli incassi della Bpt piemontese e contribuisce in maniera determinante al surplus totale. Dal lato dei pagamenti, il Piemonte si caratterizza da una più alta percentuale di diritti di sfruttamento di marchi di fabbrica, modelli e disegni: con un valore di 66 milioni di euro, essi rappresentano circa un quarto del totale dei pagamenti Bpt piemontesi. Anche se su valori non elevatissimi, va inoltre sottolineata la capacità del Piemonte di “esportare” know-how, con un saldo positivo di oltre 28 milioni di euro. Tutti segnali che confermano ancora una volta come il Piemonte sia una regione leader nell’innovazione tecnologica.

#### Incassi, pagamenti e saldi della Bilancia dei pagamenti tecnologica del Piemonte e dell’Italia per area e Paese Anno 2003 (dati in migliaia di euro)<sup>(a)</sup>

	Piemonte			Italia		
	incassi	pagamenti	saldi	incassi	pagamenti	saldi
Unione europea (15 Paesi)	375.884	169.597	206.287	1.904.544	2.291.179	-386.635
<i>Austria</i>	2.306	3.564	-1.258	10.111	28.243	-18.132
<i>Belgio</i>	36.230	12.536	23.694	190.559	48.155	142.404
<i>Danimarca</i>	112	1.029	-917	11.054	35.935	-24.881
<i>Finlandia</i>	191	682	-491	2.158	3.410	-1.252
<i>Francia</i>	146.065	38.483	107.582	657.282	670.335	-13.053
<i>Germania</i>	75.087	33.322	41.765	318.459	352.710	-34.251
<i>Grecia</i>	546	84	462	29.033	6.098	22.935
<i>Irlanda</i>	17	1.972	-1.955	30.359	40.826	-10.467
<i>Lussemburgo</i>	1.811	4.717	-2.906	23.177	46.807	-23.630
<i>Paesi Bassi</i>	47.846	10.081	37.765	202.382	236.335	-33.953
<i>Portogallo</i>	397	560	-163	6.145	10.236	-4.091
<i>Regno Unito</i>	23.979	45.116	-21.137	336.610	672.963	-336.353
<i>Spagna</i>	39.988	10.584	29.404	70.434	42.584	27.850
<i>Svezia</i>	1.309	6.867	-5.558	16.781	96.542	-79.761
<i>Svizzera</i>	10.927	31.049	-20.122	147.072	235.026	-87.954
Europa dell’est	3.491	3.749	-258	65.886	60.599	5.287
Usa	39.038	51.295	-12.257	269.696	563.230	-293.534
Canada	779	1.157	-378	2.713	21.082	-18.369
Giappone	33.613	8.402	25.211	61.668	44.555	17.113
Cina	21.024	153	20.871	34.681	3.781	30.900
Brasile	2.581	7.404	-4.823	24.221	11.778	12.443
Altri Paesi	10.935	4.713	6.222	243.681	131.172	112.509
<b>Totale mondo</b>	<b>498.272</b>	<b>277.519</b>	<b>220.753</b>	<b>2.754.162</b>	<b>3.362.402</b>	<b>-608.240</b>

<sup>(a)</sup> dati provvisori

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

I principali partner sul lato degli incassi si confermano essere i Paesi europei, in primis la Francia, la quale assorbe ben il 30% dei servizi in tecnologia che provengono dal Piemonte.

Seguono, a notevole distanza, la Germania, i Paesi Bassi, la Spagna, gli Stati Uniti, il Belgio e il Giappone. Anche se su valori limitati è interessante rilevare la leadership piemontese nei servizi tecnologici verso la Cina: a livello italiano ben il 60% degli incassi dalla Cina sono riconducibili alla nostra regione.

Sul fronte dei pagamenti si conferma l'importante livello di fornitura di servizi in tecnologia da parte degli Stati Uniti, per 51 milioni di euro complessivi; seguono, con valori non troppo dissimili, il Regno Unito e la Francia. Nei confronti dei principali Paesi, la Bpt piemontese risulta, quindi, in avanzo verso la Francia, la Germania, il Giappone e la Cina, mentre è in deficit nei confronti di Regno Unito, Svizzera e Stati Uniti. Anche la disaggregazione per Paesi di provenienza/destinazione conferma la sensazione di un Piemonte centrale e protagonista nell'interscambio di tecnologia, con rilevanti flussi di incassi e pagamenti verso i Paesi leader nella ricerca e nell'innovazione tecnologica.

## 1.5 GLI INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI IN ENTRATA E IN USCITA

A cura di Unioncamere Piemonte - *Roberto Stocco*

Gli investimenti diretti esteri (Ide) rappresentano la componente più dinamica nei processi di internazionalizzazione delle imprese nazionali: quelli in entrata, diretti sia all'acquisizione di imprese nazionali già operanti che alla costruzione di stabilimenti ex novo, costituiscono segnali inequivocabili di un vantaggio competitivo del nostro territorio, mentre quelli diretti all'estero indicano un allargamento territoriale della capacità produttiva italiana.

Per il terzo anno consecutivo nel 2003 il flusso degli Ide a livello internazionale è risultato in discesa: -17,5% rispetto al 2002 e -40% rispetto al 2000, anno record nel flusso di capitali di investimento. Gli eventi drammatici che hanno colpito New York nel 2001, la recessione economica in molte aree del mondo e la precarietà delle situazioni geopolitiche ed economiche a livello internazionale hanno di fatto raffreddato l'iniziativa degli investitori internazionali.

Gli Ide in entrata nei Paesi sviluppati si sono ridotti del 25%, quelli nei Paesi Ue del 21%, ma il dato più sorprendente è quello del crollo degli Stati Uniti: con circa 30 miliardi di dollari nel 2003, la variazione rispetto all'anno precedente è stata pari al -53%, un sostanziale dimezzamento. Lasciando da parte il Lussemburgo, Paese "pivot" nel campo dell'intermediazione di capitali, il principale ricettore di investimenti produttivi è stata la Cina, che nel 2003 ha superato gli Usa. Negli ultimi anni, inoltre, gli Ide internazionali hanno cambiato struttura: se dagli anni '70 agli anni '90 erano rivolti principalmente verso imprese di tipo industriale, ora circa il 60% è impiegato nel settore dei servizi. Al suo interno hanno guadagnato posizioni gli investimenti rivolti ai settori delle utilities, delle telecomunicazioni e dei servizi alle imprese, anche grazie ai processi di liberalizzazione condotti in molti Paesi.

Si definiscono diretti gli investimenti che realizzano un interesse durevole tra un'impresa residente nell'economia nazionale ed una residente in un'altra economia.

Sono considerati investimenti diretti:

- le partecipazioni dirette o indirette non rappresentate da titoli e i rapporti di natura finanziaria intercorrenti tra partecipante e partecipata
- le partecipazioni dirette o indirette rappresentate da titoli di ammontare uguale o superiore al 10% del capitale dell'impresa partecipata, in termini di azioni ordinarie e di azioni con diritto di voto e i rapporti di natura finanziaria intercorrenti tra partecipante e partecipata.

## GLI IDE ESTERI IN ITALIA E IN PIEMONTE

Nel 2003 i flussi di Ide in Italia (al netto dei disinvestimenti) hanno raggiunto quota 14,7 miliardi di euro, con un calo dell'8,8% rispetto al 2002.

La variazione in valori assoluti degli ultimi tre anni risulta tendenzialmente negativa, segnale di una maggiore attrattività di altri Paesi nei flussi di investimento. L'Italia è il decimo Paese mondiale per Ide in entrata, con una quota del 2,9% sul totale del 2003.

In Piemonte sono affluiti nel 2003 capitali esteri di investimento per oltre 800 milioni di euro, una cifra decisamente inferiore a quella del 2002 (1,4 miliardi), ma superiore a quella del 2001 (535 milioni). Va comunque sottolineato che, per loro stessa natura, i flussi di Ide sono molto oscillanti, sia a livello nazionale sia a livello regionale.

La media triennale 2001-2003 degli Ide in entrata è risultata pari a 941 milioni di euro all'anno, posizionando il Piemonte in terza posizione nella graduatoria italiana, dopo Lombardia e Lazio: a causa dell'andamento non esaltante, nel 2003 la regione ha perso la seconda posizione per afflusso di Ide, a favore del Lazio. La Lombardia consolida il primato come regione italiana con la maggiore percentuale di Ide in entrata, ben il 43% del totale nazionale.

### Investimenti diretti netti esteri in Italia per regione (dati in migliaia di euro)

Regione	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Abruzzo	11.869	34.268	39.144	28.427
Basilicata	81	7.581	3.786	3.816
Calabria	9.123	1.933	3.442	4.833
Campania	135.314	72.308	158.932	122.185
Emilia Romagna	773.850	291.937	-1.123.305	-19.173
Friuli Venezia Giulia	68.878	76.448	-55.571	29.918
Lazio	913.708	-220.039	3.227.738	1.307.136
Liguria	130.645	74.685	104.219	103.183
Lombardia	7.686.329	5.934.877	6.365.922	6.662.376
Marche	72.146	65.768	42.441	60.118
Molise	-665	-1.235	4.782	961
Piemonte	535.042	1.459.102	831.274	941.806
Puglia	9.641	23.156	249	11.015
Sardegna	16.015	29.551	22.478	22.681
Sicilia	2.335	-2.958	9.762	3.046
Toscana	288.982	-289.042	-299.948	-100.003
Trentino Alto Adige	118.599	196.661	-43.309	90.650
Umbria	130.527	19.170	365.507	171.735
Valle d'Aosta	13.612	32.760	9.932	18.768
Veneto	642.510	456.532	532.942	543.995
<b>Totale Italia<sup>(a)</sup></b>	<b>16.125.580</b>	<b>15.499.551</b>	<b>14.711.160</b>	<b>15.445.430</b>

<sup>(a)</sup> il totale include gli investimenti non ripartibili a livello regionale, mentre sono esclusi gli Ide bancari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

I capitali di investimento esteri giungono in Piemonte prevalentemente dall'Europa: ben il 95% del flusso netto medio del triennio ha avuto origine, infatti, dai 15 Paesi dell'Ue. Prevalgono, anche sotto questo punto di vista, i Paesi "pivot", ossia i Paesi collettori di risorse finanziarie internazionali, che

vengono poi reinvestite in attività produttive in Paesi terzi: è il caso del Lussemburgo, dell'Olanda e della Gran Bretagna. Fra questi Paesi bisogna sottolineare il forte disinvestimento effettuato dagli operatori inglesi (-1,6 miliardi di euro) e il parallelo investimento lussemburghesi (+1,5 miliardi di euro). Come è stato riscontrato in più anni, gli investimenti che provengono da tali Paesi tendono ad essere più volatili, forse a causa di un atteggiamento prettamente speculativo a breve termine, volto alla ricerca di mercati più remunerativi. Un dato da evidenziare è quello tedesco: dopo tanti anni in cui la Germania è stata un ottimo partner commerciale e un pessimo investitore produttivo, nel 2003 si è registrato un Ide tedesco in entrata pari a 360 milioni di euro, un valore non esorbitante, ma significativo da un punto di vista strategico.

#### Investimenti diretti esteri netti in Piemonte per area e Paese (dati in migliaia di euro)

	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Unione europea (15 Paesi)	502.079	1.383.765	819.899	901.914
<i>Austria</i>	-377	594	258	158
<i>Belgio</i>	8.233	7.364	5.265	6.954
<i>Danimarca</i>	97	7.720		3.909
<i>Finlandia</i>	71.135	2.000		36.568
<i>Francia</i>	233.410	-34.233	-43.753	51.808
<i>Germania</i>	40.540	13.268	359.898	137.902
<i>Grecia</i>	117	138		128
<i>Irlanda</i>	-248	-325	-10.635	-3.736
<i>Lussemburgo</i>	98.115	53.690	1.460.207	537.337
<i>Paesi Bassi</i>	12.678	1.215.354	598.742	608.925
<i>Portogallo</i>	26	1.913	1.336	1.092
<i>Regno Unito</i>	62.533	116.441	-1.579.102	-466.709
<i>Spagna</i>	-2.627	1.611	28.144	9.043
<i>Svezia</i>	-21.553	-1.770	-461	-7.928
Svizzera	31.874	21.533	23.625	25.677
Usa	8.830	34.629	-18.929	8.177
Giappone	12.745	32.144	3.966	16.285
Altri Paesi	-20.486	-12.969	2.713	-10.247
<b>Totale mondo</b>	<b>535.042</b>	<b>1.459.102</b>	<b>831.274</b>	<b>941.806</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Anche se nel 2003 c'è stata una fortissima dinamica di crescita degli Ide investiti nei servizi (+1,8 miliardi di euro nei soli servizi finanziari), in un'ottica pluriennale gli investimenti esteri in Piemonte sono destinati tradizionalmente al comparto industriale in generale e al settore automotive in particolare. Il riconosciuto know-how, le indiscusse eccellenze nel campo della componentistica autoveicolare e la presenza, ancorché non formalizzata, di un distretto territoriale dell'auto sono fattori essenziali di attrattività per coloro che vogliono investire nell'automotive.

Nel 2003 gli Ide esteri nel settore dei mezzi di trasporto sono stati più di mezzo miliardo di euro e la media triennale si attesta sui 713 milioni di euro all'anno.

## Investimenti diretti esteri netti in Piemonte per attività economica (dati in migliaia di euro)

	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Prodotti dell'agricoltura, silvicoltura e pesca	13.350	10.704	4.627	9.560
Prodotti energetici	1.196.945	4.339	-332	400.317
Prodotti industriali				
prodotti alimentari, bevande e prodotti con tabacco	150.782	468	2.462	51.237
prodotti tessili, cuoio e calzature abbigliamento	8.234	1.184	14.821	8.080
carta, articoli di carta e prodotti della stampa	18.585	-13	-1.941.782	-641.070
prodotti chimici	8.076	-3.771	-19.487	-5.061
prodotti in gomma e in plastica	76.626	13.958	13.237	34.607
minerali e prodotti a base di minerali non metall.	-557	33.588	6.446	13.159
minerali e metalli ferrosi e non ferrosi	1.634	240	36.570	12.815
prodotti in metallo esclusi veicoli di trasporto	44.344	-6.160	5.227	14.470
macchine agricole ed industriali	-18.676	21.286	2.875	1.828
macchine per ufficio macchine per l'elaborazione	9.500	787	105.177	38.488
materiale e forniture elettriche	1.288	10.914	39.337	17.180
mezzi di trasporto	24.760	1.611.915	505.110	713.928
altri prodotti industriali	7.623	35.050	2.408	15.027
Edilizia ed opere pubbliche	9.748	14.254	2.415	8.806
Servizi				
servizi del commercio, recuperi e riparazioni	45.808	22.617	-2.093	22.111
servizi degli alberghi e pubblici esercizi	-56	315		130
servizi dei trasporti e connessi ai trasporti	57.048	-90.133	-94.491	-42.525
servizi delle comunicazioni	17.436	-368.460	-112.904	-154.643
servizi finanziari	-1.207.309	117.714	1.786.538	232.314
assicurazioni	431	-806	155.731	51.785
famiglie	10.351	14.181	205.051	76.528
altri servizi	54.826	10.764	105.717	57.102
<b>Totale<sup>(a)</sup></b>	<b>535.042</b>	<b>1.459.102</b>	<b>831.274</b>	<b>941.806</b>

<sup>(a)</sup> inclusi gli investimenti non classificabili.

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Esiste, inoltre, una forte e tradizionale concentrazione della provincia di Torino nell'attrarre gli Ide esteri: se si analizza la media triennale, è stato convogliato in questo territorio oltre il 94% dei capitali esteri di investimento. Seguono, a forte distanza, Alessandria, Cuneo e Novara.

## Investimenti diretti netti esteri in Piemonte per provincia (dati in migliaia di euro)<sup>(a)</sup>

	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Alessandria	13.925	12.524	24.864	17.104
Asti	2.377	-601	-18.496	-5.573
Biella	6.964	7.032	1.215	5.070
Cuneo	-74.897	53.292	67.885	15.427
Novara	23.321	9.694	5.851	12.955
Torino	560.648	1.372.905	748.242	893.932
Verbano Cusio Ossola	1.599	4.381	1.479	2.486
Vercelli	1.105	-125	234	405
<b>Totale Piemonte</b>	<b>535.042</b>	<b>1.459.102</b>	<b>831.274</b>	<b>941.806</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.125.580</b>	<b>15.499.551</b>	<b>14.711.160</b>	<b>15.445.430</b>

<sup>(a)</sup> esclusi gli investimenti bancari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

### GLI INVESTIMENTI DIRETTI DELL'ITALIA E DEL PIEMONTE ALL'ESTERO

Nel 2003 si è registrato un forte ridimensionamento degli investimenti diretti italiani all'estero, che, dagli oltre 24 miliardi di euro del 2001 (al netto dei disinvestimenti), sono diminuiti a poco meno di 7 miliardi di euro. Se gli Ide italiani in uscita sono una cartina al tornasole dell'espansione delle aziende italiane all'estero e della delocalizzazione produttiva, questi ultimi anni sembrano essere caratterizzati da una progressiva chiusura del sistema economico nazionale.

Sembrano farsi largo una spinta all'internazionalizzazione decisamente meno vivace ed un consolidamento sui mercati sui quali c'erano già state precedenti esperienze di investimento produttivo. In particolare, gli Ide italiani sono orientati per lo più verso i classici Paesi "pivot", Regno Unito e Lussemburgo in primis, per poi essere reinvestiti in altri Paesi mondiali: si tratta di investimenti più volatili, poiché collegati a prospettive di remunerazione essenzialmente a breve termine. Se il recente rapporto Unctad indica la Cina come primo Paese attrattore di Ide internazionali (dopo il Lussemburgo), l'Italia ha una posizione di retroguardia in materia di investimenti verso il Sol Levante: gli Ide italiani diretti verso la Repubblica Popolare Cinese sono, da tre anni a questa parte, assolutamente minimali.

#### Investimenti diretti netti italiani all'estero per regione (dati in migliaia di euro)

Regione	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Abruzzo	-33.354	53.402	26.442	15.497
Basilicata	2.618	1.441	599	1.553
Calabria	4.482	2.288	1.096	2.622
Campania	445.242	160.782	210.051	272.025
Emilia Romagna	887.812	712.928	425.695	675.478
Friuli Venezia Giulia	312.736	105.778	228.775	215.763
Lazio	8.385.095	3.332.674	1.711.544	4.476.438
Liguria	115.304	193.520	219.056	175.960
Lombardia	8.867.094	4.913.762	575.185	4.785.347
Marche	79.947	91.686	22.967	64.867
Molise	666	74.668	64.678	46.671
Piemonte	4.155.599	3.765.278	-1.077.693	2.281.061
Puglia	62.926	11.313	34.061	36.100
Sardegna	646.421	-13.175	5.180	212.809
Sicilia	22.230	-6.856	-13.837	512
Toscana	125.658	142.465	114.506	127.543
Trentino Alto Adige	58.458	27.475	74.028	53.320
Umbria	46.326	-3.829	13.952	18.816
Valle d'Aosta	21.699	15.054	-582	12.057
Veneto	1.112.892	830.358	1.225.010	1.056.087
<b>Totale Italia<sup>(a)</sup></b>	<b>24.355.253</b>	<b>16.845.754</b>	<b>6.914.371</b>	<b>16.038.459</b>

<sup>(a)</sup> il totale include gli investimenti non ripartibili a livello regionale, mentre sono esclusi gli Ide bancari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

In un panorama italiano in forte rallentamento, il Piemonte non ha registrato performance positive: nel 2003 i disinvestimenti piemontesi (ossia gli investimenti degli scorsi anni che sono rientrati in Italia) hanno superato gli investimenti in uscita per circa un miliardo di euro.

Se nel 2001 e nel 2002 il Piemonte investiva all'estero mediamente quattro miliardi di euro all'anno, sempre al netto dei disinvestimenti, ed era la seconda regione per investimenti all'estero, nel 2003 gli Ide in uscita sono diventati addirittura negativi. Proprio le due regioni che, negli scorsi anni, erano state "trainanti", la Lombardia e il Piemonte, si sono bloccate repentinamente, mentre altre regioni italiane come il Veneto, l'Emilia Romagna e la Toscana hanno avuto, nel triennio, andamenti pressoché costanti, forse per una strategia di internazionalizzazione più chiara e programmata. Sotto un profilo geografico di destinazione degli investimenti, si evidenzia che il crollo degli Ide in uscita è stato causato dai disinvestimenti effettuati nei Paesi dell'Unione europea: il saldo negativo per i 15 Paesi dell'Ue è stato di 1,2 miliardi di euro solo nel 2003. A livello di singolo Paese si sottolinea il dato negativo verso il Regno Unito (-1,7 miliardi di euro) e quello speculare, di oltre 4 milioni di euro, nei confronti di Lussemburgo e Olanda. In particolare, l'alto livello monetario e la quasi perfetta simmetria delle cifre, una con segno negativo e l'altra con segno positivo, possono far pensare a forti disinvestimenti degli operatori piemontesi dal Lussemburgo e a successivi reinvestimenti in uscita verso i Paesi Bassi, anch'essi considerati un Paese "pivot".

#### Investimenti diretti netti piemontesi all'estero per area e Paese (dati in migliaia di euro)

	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Unione europea (15 Paesi)	3.061.080	3.353.772	-1.272.286	1.714.189
<i>Austria</i>	1.333	5.777	5.143	4.084
<i>Belgio</i>	36.741	82.293	16.122	45.052
<i>Danimarca</i>	104	88	77	90
<i>Finlandia</i>	-6.362	-110	-	-2.157
<i>Francia</i>	-8.203	80.313	11.450	27.853
<i>Germania</i>	34.523	45.005	328.887	136.138
<i>Grecia</i>	-268	470	1.159	454
<i>Irlanda</i>	22.013	39.289	-61.029	91
<i>Lussemburgo</i>	740.804	2.249.303	-4.040.341	-350.078
<i>Paesi Bassi</i>	2.209.527	885.689	4.081.648	2.392.288
<i>Portogallo</i>	4.399	7.158	453	4.003
<i>Regno Unito</i>	-55.278	-50.498	-1.668.218	-591.331
<i>Spagna</i>	78.545	10.058	51.099	46.567
<i>Svezia</i>	3.202	-1.063	1.264	1.134
Svizzera	21.428	35.465	19.134	25.342
Usa	247.328	222.562	62.185	177.358
Giappone	2.918	195	20.592	7.902
Argentina	37.204	11.649	244	16.366
Brasile	670.010	84.679	8.572	254.420
Altri Paesi	115.631	56.956	83.866	85.484
<b>Totale mondo</b>	<b>4.155.599</b>	<b>3.765.278</b>	<b>-1.077.693</b>	<b>2.281.061</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

A livello di Paesi extraeuropei, si evidenzia il rallentamento degli Ide piemontesi verso gli Stati Uniti, dato ancor più preoccupante in un momento nel quale l'euro forte e il dollaro debole potevano favorire le acquisizioni di imprese statunitensi.

Si sottolinea inoltre la debolezza degli investimenti produttivi verso la Cina (8 milioni di euro). Sotto un profilo settoriale, bisogna evidenziare il risultato positivo del settore automotive, che ha manifestato, nel triennio, un flusso di circa mezzo miliardo di euro all'anno e una diversa ricollocazione all'interno dei servizi, con un deficit di 6,7 miliardi di euro nella componente Comunicazioni e un parallelo incremento di 5,2 miliardi di euro verso settori prettamente finanziari. In generale, guardando i flussi in un'ottica pluriennale, il Piemonte, regione industriale per eccellenza, investe all'estero prevalentemente nei settori terziari, quelli che presentano, forse, i più alti indici di redditività. Nel triennio 2001-2003 gli investimenti piemontesi nei servizi sono stati quasi 2 miliardi di euro all'anno, contro i 350 milioni destinati ai settori industriali.

#### Investimenti diretti netti piemontesi all'estero per attività economica (dati in migliaia di euro)

	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Prodotti dell'agricoltura silvicoltura e pesca	-2.029	-796	-654	-1.160
Prodotti energetici	17.436	112	-1.043	5.502
Prodotti industriali				
<i>prodotti alimentari, bevande e prodotti con tabacco</i>	34.506	3.561	-61.721	-7.885
<i>prodotti tessili, cuoio e calzature e abbigliamento</i>	40.347	31.656	40.949	37.651
<i>carta, articoli di carta e prodotti della stampa</i>	44.946	115	12.356	19.139
<i>prodotti chimici</i>	18.592	32.665	3.136	18.131
<i>prodotti in gomma e in plastica</i>	-17.601	5.467	14.284	717
<i>minerali e prodotti a base di minerali non metall.</i>	-1.026	12.060	-1.034	3.333
<i>minerali e metalli ferrosi e non ferrosi</i>	15.172	435	1.673	5.760
<i>prodotti in metallo esclusi veicoli di trasporto</i>	115.817	-166.890	41.262	-3.270
<i>macchine agricole ed industriali</i>	9.741	42.885	7.337	19.988
<i>macchine per ufficio e macchine per l'elaborazione</i>	392.102	-1.358.389	-155.419	-373.902
<i>materiale e forniture elettriche</i>	30.503	72.514	12.350	38.456
<i>mezzi di trasporto</i>	301.590	1.197.221	155.521	551.444
<i>altri prodotti industriali</i>	21.383	55.246	52.092	42.907
Edilizia ed opere pubbliche	4.171	-20.380	6.143	-3.355
Servizi				
<i>servizi del commercio, recuperi e riparazioni</i>	-30.821	-24.866	57.417	577
<i>servizi degli alberghi e pubblici esercizi</i>	2.947	112	371	1.143
<i>servizi dei trasporti e connessi ai trasporti</i>	46.302	-46.883	35.719	11.713
<i>servizi delle comunicazioni</i>	2.293.721	188.095	-6.729.768	-1.415.984
<i>servizi finanziari</i>	543.105	3.514.279	5.203.980	3.087.121
<i>assicurazioni</i>	-3.004	103	-132.761	-45.221
<i>famiglie</i>	39.262	71.279	74.594	61.712
<i>altri servizi</i>	212.313	178.095	389.816	260.075
<b>Totale<sup>(a)</sup></b>	<b>4.155.599</b>	<b>3.765.278</b>	<b>-1.077.693</b>	<b>2.281.061</b>

<sup>(a)</sup> inclusi gli investimenti non classificabili

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Anche nel caso degli investimenti in uscita esiste una forte concentrazione nella provincia di Torino: tra il 2001 e il 2003 ben il 94% degli investimenti in uscita sono partiti dal capoluogo subalpino, forse a causa della concentrazione degli uffici bancari e finanziari centrali che gestiscono le operazioni di investimento.

## Investimenti diretti netti piemontesi all'estero per provincia (dati in migliaia di euro)<sup>(a)</sup>

	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Alessandria	12.233	44.240	18.780	25.084
Asti	-6.209	17.715	2.933	4.813
Biella	55.661	-16.121	20.353	19.964
Cuneo	56.706	-50.708	45.822	17.273
Novara	12.893	26.661	86.707	42.087
Torino	4.003.479	3.721.413	-1.253.324	2.157.189
Verbano Cusio Ossola	12.130	761	2.002	4.964
Vercelli	8.706	21.317	-966	9.686
<b>Totale Piemonte</b>	<b>4.155.599</b>	<b>3.765.278</b>	<b>-1.077.693</b>	<b>2.281.061</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>24.355.253</b>	<b>16.845.754</b>	<b>6.914.371</b>	<b>16.038.459</b>

<sup>(a)</sup> esclusi gli investimenti bancari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

## 1.6 L'INTERNAZIONALIZZAZIONE PRODUTTIVA

A cura di Ires Piemonte - Vittorio Ferrero, Renato Lanzetti  
e del Politecnico di Milano - Marco Mutinelli

Uno dei fenomeni più rilevanti nell'ambito dei processi di globalizzazione è indubbiamente rappresentato dall'espansione multinazionale delle imprese tramite investimenti diretti esteri (Ide), ovvero tramite la partecipazione nel capitale di imprese operanti in altri Paesi.

I dati statistici disponibili a tale riguardo sono tuttavia relativamente carenti e spesso contraddittori, anche a causa di oggettive difficoltà definitorie e di rilevazione del fenomeno.

Tuttavia, per l'Italia, sono disponibili informazioni più dettagliate grazie alla banca dati Reprint, sviluppata da R&P-Ricerche e Progetti in collaborazione con il Politecnico di Milano nell'ambito di una serie di indagini promosse a partire dalla metà degli anni Ottanta dal Cnel e oggi dall'Ice, relative all'attività multinazionale delle imprese italiane, sia in uscita che in entrata (investimenti esteri in Italia).

Mentre in passato la banca dati censiva unicamente le Imn (Imprese multinazionali) manifatturiere italiane ed estere presenti in Italia che fossero dotate di stabilimenti di produzione nei Paesi di insediamento, negli ultimi anni la rilevazione è stata estesa all'intero sistema delle imprese industriali e all'insieme dei servizi che ne supportano le attività. In particolare, con riferimento anche alla classificazione Ateco, la banca dati copre oggi i seguenti settori: industria estrattiva e manifatturiera, energia, gas e acqua, costruzioni, commercio all'ingrosso, logistica e trasporti, servizi di telecomunicazione, software e servizi di informatica, e altri servizi professionali.

Rimangono esclusi dalla rilevazione sia taluni settori che si intrecciano in misura rilevante con le attività censite, quali l'intero comparto finanziario (banche, assicurazioni, servizi finanziari e holding), che altri settori con un minor grado d'interazione con il fulcro di questa analisi: agricoltura, servizi immobiliari, distribuzione al dettaglio, turismo, servizi sociali e alle persone.

Nel primo caso, l'esclusione è in parte motivata dall'impossibilità di usare variabili economiche omogenee per misurare consistenza e qualità delle attività internazionali<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> per delimitare il campo di indagine, è stata fissata una soglia dimensionale minima per la rilevazione delle imprese partecipate, pari ad un giro d'affari all'estero (e in Italia per le partecipate delle Imn estere) di 2,5 milioni di euro. Peraltro, tale soglia non è stata usata per escludere dall'analisi le partecipazioni inferiori, le quali, quando note, sono state considerate, invece, a pieno titolo. Più semplicemente, al di sotto di tale soglia, l'indagine non garantisce la copertura della totalità delle iniziative, come avviene invece per le imprese che rientrano tra i criteri stabiliti

In questa edizione del Rapporto, oltre ad aggiornare il quadro delle partecipazioni estere in Piemonte già presentato nella precedente pubblicazione, l'analisi si arricchisce di una disamina dell'attività multinazionale delle imprese piemontesi, ovvero sulle partecipazioni assunte da queste in imprese estere.

Si precisa che, nelle analisi che seguono, le variabili economiche rilevate sono attribuite alla provincia o alla regione in cui ha sede l'impresa partecipata, poiché, nel caso di imprese plurilocalizzate, i dati sono disponibili solo a livello di impresa e non di singola unità locale.

### GLI INVESTIMENTI ESTERI IN PIEMONTE

Per quanto riguarda i settori coperti dalla banca dati Reprint, all'inizio del 2003 512 imprese con sede in Piemonte risultavano partecipate da Imn estere, per un totale di oltre 145.934 addetti, mentre le imprese piemontesi controllate da Imn estere erano invece 461, per un totale di circa 98mila addetti. L'incidenza del Piemonte sul totale nazionale è pari all'8,6% delle imprese a partecipazione estera e al 15,7% degli addetti.

### Imprese a partecipazione estera per regione

	Imprese a partecipazione estera		Addetti delle imprese a partecipazione estera <sup>(a)</sup>		Imprese a controllo estero		Addetti delle imprese a controllo estero <sup>(a)</sup>	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Nord ovest	3.838	64,6	605.729	65,2	3.598	65,5	516.959	65,9
<i>Piemonte</i>	512	8,6	145.934	15,7	461	8,4	98.025	12,5
<i>Valle d'Aosta</i>	8	0,1	2.878	0,3	7	0,1	2.718	0,3
<i>Lombardia</i>	3.179	53,5	439.143	47,2	3.000	54,6	399.845	50,9
<i>Liguria</i>	139	2,3	17.774	1,9	130	2,4	16.371	2,1
Nord est	1.067	17,9	139.021	15,0	967	17,6	119.696	15,2
<i>Trentino Alto Adige</i>	123	2,1	13.304	1,4	120	2,2	13.115	1,7
<i>Veneto</i>	361	6,1	44.631	4,8	330	6,0	40.922	5,2
<i>Friuli Venezia Giulia</i>	106	1,8	22.542	2,4	91	1,7	18.439	2,3
<i>Emilia Romagna</i>	477	8,0	58.544	6,3	426	7,8	47.220	6,0
Centro	755	12,7	134.069	14,4	684	12,4	108.800	13,9
<i>Toscana</i>	239	4,0	31.946	3,4	211	3,8	29.806	3,8
<i>Umbria</i>	38	0,6	7.167	0,8	35	0,6	7.049	0,9
<i>Marche</i>	47	0,8	4.736	0,5	40	0,7	3.984	0,5
<i>Lazio</i>	431	7,2	90.220	9,7	398	7,2	67.961	8,7
Sud e isole	285	4,8	50.599	5,4	245	4,5	39.599	5,0
<i>Abruzzo</i>	59	1,0	20.091	2,2	52	0,9	13.216	1,7
<i>Molise</i>	5	0,1	341	0,0	4	0,1	336	0,0
<i>Campania</i>	89	1,5	10.868	1,2	79	1,4	9.432	1,2
<i>Puglia</i>	33	0,6	8.319	0,9	29	0,5	8.079	1,0
<i>Basilicata</i>	17	0,3	1.257	0,1	13	0,2	1.169	0,1
<i>Calabria</i>	9	0,2	875	0,1	9	0,2	875	0,1
<i>Sicilia</i>	41	0,7	3.866	0,4	29	0,5	1.626	0,2
<i>Sardegna</i>	32	0,5	4.982	0,5	30	0,5	4.866	0,6
<b>Totale</b>	<b>5.945</b>	<b>100,0</b>	<b>929.418</b>	<b>100,0</b>	<b>5.494</b>	<b>100,0</b>	<b>785.054</b>	<b>100,0</b>

<sup>(a)</sup> gli addetti sono interamente attribuiti alla provincia ove è localizzata la sede principale (amministrativa) dell'impresa partecipata

Dati al 1° gennaio 2003

Fonte: banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Se si considerano le sole partecipazioni di controllo, l'incidenza del Piemonte scende all'8,4 % in termini di imprese e al 12,5% in termini di addetti.

Il forte divario è determinato per lo più dagli effetti dell'accordo tra Fiat e General Motors, che ha comportato l'entrata di Fiat Auto e di F.A. Powertrain nel novero delle imprese a partecipazione estera.

Si ricorda, infatti, che General Motors ha assunto una partecipazione del 20% in Fiat Auto N.V., holding di settore domiciliata nei Paesi Bassi, la quale controlla il 100% di Fiat Auto Spa. Analogamente, F.A. Powertrain Italia è interamente controllata da Fiat-Gm Powertrain N.V., altra holding di diritto olandese di cui Fiat e Gm detengono il 50% ciascuna. Pur in assenza di un legame azionario diretto, la banca dati Reprint considera le due imprese come partecipate da Gm, in accordo con la metodologia adottata, che si ispira a criteri di significatività economica piuttosto che giuridici.

Il quadro al 1° gennaio 2003 è stato aggiornato successivamente con un approfondimento sulla situazione piemontese, e tenendo anche conto di ulteriori cambiamenti intervenuti nel corso del 2003. L'immagine regionale che ne scaturisce amplia la dimensione della presenza estera nella regione, indicando un numero complessivo di imprese con sede in Piemonte che, a fine 2003, risultano essere partecipate da 1mn estere pari a 676, con oltre 162mila addetti.

Di queste, 603 sono controllate da 1mn estere, per un totale di oltre 113mila addetti. Sulla base di quest'ultimo censimento è possibile analizzare in dettaglio le caratteristiche settoriali, l'origine geografica degli investitori e la localizzazione territoriale delle imprese a partecipazione estera nella regione.

#### LA COMPOSIZIONE SETTORIALE

La composizione settoriale vede l'assoluta prevalenza dell'industria manifatturiera: la quota di questo comparto è pari, per il Piemonte, al 55,65% delle imprese e ad oltre l'80,5% degli addetti. Fra gli Ide assume un certo rilievo, sia in termini assoluti che in termini relativi, il comparto delle telecomunicazioni e dell'informatica, con 76 imprese (l'11,2% del totale) e quasi 13mila addetti (l'8% del totale), mentre le imprese a partecipazione estera nella logistica e nei servizi di trasporto risultano 31, con circa 9mila addetti.

Nell'industria manifatturiera, il settore dei mezzi di trasporto gioca un ruolo chiave nel quadro degli Ide in Piemonte: nel solo comparto dei mezzi di trasporto<sup>(2)</sup> e dei relativi componenti meccanici, sono 54 le imprese partecipate, con oltre 58mila addetti, senza dimenticare che numerose imprese produttrici di componenti risultano classificate in altri settori. Ad esempio, i produttori di componenti in gomma e plastica sono compresi nel settore dei prodotti in gomma e plastica; nel quale figura Michelin Italia, la cui attività è collegata al settore automobilistico.

I produttori di componenti elettrici ricadono, invece, nel settore prodotti elettrici ed elettronici, mentre i produttori di sedili per auto figurano nel settore delle altre industrie manifatturiere.

Nel complesso, si può stimare che le imprese piemontesi a partecipazione estera variamente collegate al settore dell'auto siano almeno un'ottantina, con un'occupazione di oltre 70mila addetti. La crescente specializzazione degli Ide piemontesi nei settori collegati al sistema auto ha avuto conferma, al di là degli effetti dell'accordo Fiat-Gm, in una serie di acquisizioni e joint ventures, che hanno interessato numerosi componentisti alla fine del decennio scorso.

<sup>(2)</sup> in virtù di quanto indicato a proposito di Fiat Auto, le imprese con partecipazione di controllo si riducono a 50 e gli addetti a poco più di 20 mila

### Imprese a partecipazione estera per settore Anno 2003

	Partecipazioni di controllo		Altre partecipazioni		Totale partecipate		% su totale imprese regione (censimento 2001)		% n. imprese totale	% n. addetti totale
	n. imprese	n. addetti	n. imprese	n. addetti	n. imprese totale	n. addetti totale	n. imprese totale	n. addetti totale		
Manifatturiero	337	83.766	39	46.738	376	130.504	0,8	23,1	55,6	80,5
<i>alimentari, bevande e tabacco</i>	13	2.437	1	100	14	2.537	0,3	6,5	2,1	1,6
<i>tessile, abbigliamento, cuoio e calzature</i>	13	1.423	2	350	15	1.773	0,3	2,9	2,2	1,1
<i>carta, derivati, stampa e editoria</i>	11	4.126	1	90	12	4.216	0,5	13,6	1,8	2,6
<i>derivati del petrolio e altri combustibili</i>	4	1.403	2	79	6	1.482	26,1	105,0	0,9	0,9
<i>prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali</i>	38	5.103	4	189	42	5.292	9,7	36,6	6,2	3,3
<i>prodotti in gomma e materie plastiche</i>	45	14.987	1	550	46	15.537	3,4	47,3	6,8	9,6
<i>minerali non metalliferi</i>	17	4.570	2	83	19	4.653	1,3	32,6	2,8	2,9
<i>metallo e prodotti in metallo</i>	35	4.997	11	4.724	46	9.721	0,4	10,3	6,8	6,0
<i>macchine e apparecchi meccanici</i>	63	13.039	3	965	66	14.004	1,4	17,3	9,8	8,6
<i>macchine e apparecchiature elettriche e ottiche</i>	46	10.726	7	1.929	53	12.655	1,0	26,5	7,8	7,8
<i>mezzi di trasporto</i>	50	20.733	4	37.647	54	58.380	7,8	53,2	8,0	36,0
<i>altre industrie manifatturiere</i>	2	222	1	32	3	254	0,0	0,7	0,4	0,2
Energia, gas e acqua	5	161	1	3	6	164	0,0	0,1	0,9	0,1
Servizi	261	29.313	33	2.096	294	31.409	0,3	9,5	43,5	19,4
<i>commercio all'ingrosso</i>	117	3.500	12	713	129	4.213	0,4	5,6	19,1	2,6
<i>trasporti e logistica</i>	28	8.822	3	26	31	8.848	0,3	13,5	4,6	5,5
<i>servizi di telecomunicazione e di informatica</i>	69	12.547	7	395	76	12.942	1,1	24,1	11,2	8,0
<i>altri servizi professionali</i>	47	4.444	11	962	58	5.406	0,1	4,0	8,6	3,3
<b>Totale</b>	<b>603</b>	<b>113.240</b>	<b>73</b>	<b>48.837</b>	<b>676</b>	<b>162.077</b>	<b>0,4</b>	<b>15,7</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: R&P e Politecnico di Milano

Nell'industria manifatturiera piemontese, la partecipazione di imprese estere assume valori rilevanti anche nel settore dei prodotti in gomma e plastica, non solo per effetto della presenza di Michelin Italia, ma anche di altri produttori, con 46 imprese e circa 15mila addetti, quasi la metà del settore nella regione.

Le partecipazioni estere in Piemonte mostrano una certa rilevanza nel settore chimico e farmaceutico (il 9,7% delle imprese del settore e quasi il 40% degli addetti), nei minerali non metalliferi e nell'alimentare.

#### L'ANALISI PER PAESI DI ORIGINE DELLE PARTECIPAZIONI ESTERE

Osservando la ripartizione delle partecipazioni estere in funzione dell'origine geografica degli investitori, si nota come alle Imn europee spettino i due terzi delle imprese e il 47% degli addetti, mentre a quelle statunitensi è attribuibile circa un quarto delle imprese, ma quasi la metà degli addetti (44,6%). Al Giappone spetta una quota attorno al 4% sia in termini di imprese che di addetti, mentre è trascurabile l'apporto nelle rimanenti aree economiche.

Gli Usa risultano di gran lunga il principale Paese investitore in Piemonte, con 168 imprese partecipate e quasi 72mila addetti. Il rilievo assunto dalle partecipazioni statunitensi è condizionato dagli effetti dell'accordo Fiat-Gm: tuttavia, occorre sottolineare come anche prima del 2000 le Imn statunitensi occupassero una posizione di particolare significato in Piemonte.

## Imprese a partecipazione estera in Piemonte per nazionalità

	Partecipazioni di controllo		Altre partecipazioni		Totale partecipate		% su settore (censimento 2001)	
	n. imprese	n. addetti	n. imprese	n. addetti	n. imprese totale	n. addetti totale	n. imprese totale	n. addetti totale
Francia	118	20.373	15	4.233	133	24.606	19,7	15,2
Germania	92	7.834	13	2.368	105	10.202	15,5	6,3
Gran Bretagna	51	16.535	4	615	55	17.150	8,1	10,6
Paesi Bassi	34	8.881	7	404	41	9.285	6,1	5,7
Svezia	25	7.331	1	32	26	7.363	3,8	4,5
Belgio	18	1.623	1	257	19	1.880	2,8	1,2
Austria	11	837	3	407	14	1.244	2,1	0,8
Lussemburgo	11	1.710	0	0	11	1.710	1,6	1,1
Spagna	9	383	0	0	9	383	1,3	0,2
Danimarca	5	792	0	0	5	792	0,7	0,5
Finlandia	3	1.350	0	0	3	1.350	0,4	0,8
Irlanda	2	233	0	0	2	233	0,3	0,1
Ue 15	379	67.882	44	8.316	423	76.198	62,6	47,0
Usa	153	33.265	15	38.483	168	71.748	24,9	44,3
Svizzera	32	4.425	5	265	37	4.690	5,5	2,9
Giappone	24	4.376	5	1.615	29	5.991	4,3	3,7
Canada	4	869	0	0	4	869	0,6	0,5
Norvegia	3	16	1	2	4	18	0,6	0,0
Australia	1	3	0	0	1	3	0,1	0,0
Israele	1	16	0	0	1	16	0,1	0,0
Altri Paesi sviluppati	218	42.970	26	40.365	244	83.335	36,1	51,4
Libia	2	20	0	0	2	20	0,3	0,0
Brasile	1	1.500	0	0	1	1.500	0,1	0,9
Cina	1	0	0	0	1	0	0,1	0,0
Hong Kong	1	850	1	150	2	1.000	0,3	0,6
Pvs	5	2.370	1	150	6	2.520	0,9	1,6
<b>Totale</b>	<b>603</b>	<b>113.240</b>	<b>73</b>	<b>48.837</b>	<b>676</b>	<b>162.077</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: R&P e Politecnico di Milano

All'inizio del 2000, agli Stati Uniti spettava il 31,6% degli addetti delle imprese industriali a partecipazione estera nella regione, valore di oltre 3 punti superiore al dato nazionale.

La Francia si colloca al secondo posto per numero di imprese partecipate (133), precedendo la Germania (105 imprese), il Regno Unito (55), i Paesi Bassi (41), la Svizzera (37), il Giappone (29) e la Svezia (26). Anche in relazione all'occupazione collegata alle partecipazioni estere, la Francia detiene saldamente la seconda posizione, con quasi 25mila addetti, precedendo la Gran Bretagna (17mila), la Germania (10mila), i Paesi Bassi (9mila), la Svezia (7.300) e il Giappone (6mila).

### L'ANALISI PER PROVINCIA

La ripartizione per provincia di destinazione delle partecipazioni estere in entrata sottolinea, come prevedibile, il ruolo trainante del capoluogo regionale. Hanno sede, infatti, in provincia di Torino ben 461 imprese a partecipazione estera, con oltre 132mila addetti, che rappresentano oltre i

quattro quinti del totale regionale: tra queste, le imprese manifatturiere sono 225, con circa 103mila addetti. Sempre in provincia di Torino, le imprese controllate da Imn estere sono 407, con circa 85mila addetti: tale incidenza sale al 10,2% con riferimento al comparto manifatturiero (quasi 51mila addetti in 142 imprese a controllo estero).

### Imprese a partecipazione estera per provincia

	Partecipazioni di controllo		Altre partecipazioni		Totale partecipate		% su imprese provincia (censimento 2001)	% su imprese provincia (censimento 2001)
	n. imprese	n. addetti	n. imprese	n. addetti	imprese	addetti	imprese	addetti
Alessandria	46	7.228	93	4	50	7.321	7,4	4,5
Asti	25	3.793	0	0	25	3.793	3,7	2,3
Biella	18	1.408	0	0	18	1.408	2,7	0,9
Cuneo	39	7.199	865	8	47	8.070	7,0	5,0
Novara	42	6.069	348	3	45	6.417	6,7	4,0
Torino	407	85.377	46.831	54	461	132.287	68,2	81,6
Verbania	8	521	275	3	11	796	1,6	0,5
Vercelli	18	1.645	340	1	19	1.985	2,8	1,2
<b>Totale Piemonte</b>	<b>603</b>	<b>113.240</b>	<b>48.752</b>	<b>73</b>	<b>676</b>	<b>162.077</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: banca dati Reprint - R&P e Politecnico di Milano

La ripartizione settoriale delle imprese a partecipazione estera in provincia di Torino sottolinea come nel capoluogo si concentri la quasi totalità di quelle operanti nei settori dei servizi reali alle imprese: logistica e trasporti, software e telecomunicazioni e altri servizi alle imprese.

Nel comparto manifatturiero, in cui l'incidenza della provincia di Torino raggiunge, in termini di addetti, quasi l'80% del totale, le concentrazioni più elevate si registrano nei settori dei mezzi di trasporto (90,1%), della lavorazione dei metalli (87,7%), dei prodotti in gomma e plastica (87,7%) e nelle macchine e apparecchi meccanici (80,6%).

Tra le altre province piemontesi emergono, per consistenza delle partecipazioni estere, Cuneo, con 47 imprese partecipate e oltre 8mila addetti, e Alessandria, con 50 imprese ed oltre 7mila addetti. La presenza estera assume un certo rilievo anche a Novara (45 imprese, con quasi 6.500 addetti) e ad Asti (25 imprese e 3.800 addetti), mentre mantiene una dimensione meno consistente nelle province di Vercelli, Biella e del Verbano Cusio Ossola.

## Imprese a partecipazione estera nella provincia di Torino per settore Anno 2003

	Torino		Piemonte		% Torino/ Piemonte	
	n. imprese	n. addetti	n. imprese	n. addetti	n. imprese	n. addetti
Manifatturiero	223	102586	376	130504	59,3	78,6
<i>alimentari, bevande e tabacco</i>	4	1213	14	2537	28,6	47,8
<i>tessile, abbigliamento, cuoio e calzature</i>	5	294	15	1773	33,3	16,6
<i>carta, derivati, stampa e editoria</i>	6	2250	12	4216	50,0	53,4
<i>derivati del petrolio e altri combustibili</i>	3	853	6	1482	50,0	57,6
<i>prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali</i>	18	2052	42	5292	42,9	38,8
<i>prodotti in gomma e materie plastiche</i>	29	13626	46	15537	63,0	87,7
<i>minerali non metalliferi</i>	5	1337	19	4653	26,3	28,7
<i>metallo e prodotti in metallo</i>	34	8652	46	9721	73,9	89,0
<i>macchine e apparecchi meccanici</i>	38	11293	66	14004	57,6	80,6
<i>macchine e apparecchiature elettriche e ottiche</i>	37	8368	53	12655	69,8	66,1
<i>mezzi di trasporto</i>	43	52616	54	58380	79,6	90,1
<i>altre industrie manifatturiere</i>	1	32	3	254	33,3	12,6
Energia, gas e acqua	3	111	6	164	50,0	67,7
Servizi	235	29590	294	31409	79,9	94,2
<i>commercio all'ingrosso</i>	79	2541	129	4213	61,2	60,3
<i>trasporti e logistica</i>	28	8828	31	8848	90,3	99,8
<i>servizi di telecomunicazione e di informatica</i>	73	12843	76	12942	96,1	99,2
<i>altri servizi professionali</i>	55	5378	58	5406	94,8	99,5
<b>Totale</b>	<b>461</b>	<b>132287</b>	<b>676</b>	<b>162077</b>	<b>68,2</b>	<b>81,6</b>

Fonte: banca dati Reprint - R&P e Politecnico di Milano

## GLI INVESTIMENTI ESTERI DELLE IMPRESE PIEMONTESI

### IL QUADRO GENERALE

All'inizio del 2003, le imprese piemontesi che detenevano partecipazioni in almeno un'impresa estera censita nella banca dati Reprint erano 514; le aziende estere partecipate da imprese piemontesi erano, invece, 1.829. Le imprese estere partecipate da imprese piemontesi occupavano all'estero oltre 276mila addetti, e nel 2002 avevano fatturato oltre 85 miliardi di euro.

Rispetto al dato nazionale, l'incidenza del Piemonte è quindi pari al 9,1% dei soggetti investitori, al 13% delle imprese estere partecipate, al 24,1% dei relativi addetti e al 31,8% del fatturato.

Tra le regioni italiane il Piemonte risulta prima per fatturato delle partecipate estere e seconda dopo la Lombardia, in termini di addetti, mentre per il numero delle imprese multinazionali si posiziona al quarto posto, preceduta anche da Emilia Romagna e Veneto.

### LA COMPOSIZIONE SETTORIALE

La composizione settoriale delle partecipazioni estere delle imprese piemontesi evidenzia l'assoluta prevalenza dell'industria manifatturiera: ben 711 delle imprese estere partecipate (il 38,9%) svolgono un'attività produttiva, con oltre 244mila addetti, pari all'88,4% dell'occupazione complessiva delle aziende partecipate.

Rispetto al totale nazionale, il peso del Piemonte nel comparto manifatturiero tocca il 14,1% in termini di imprese partecipate, con il 26,6% degli addetti e il 37,1% del fatturato.

Occorre considerare, inoltre, come la quasi totalità delle imprese estere operanti nel settore del commercio all'ingrosso (ben 862, pari al 47,1% del totale) sia costituita da filiali commerciali di imprese industriali.

L'attività multinazionale delle imprese industriali piemontesi risulta sufficientemente distribuita tra i diversi settori di attività, almeno in relazione al numero di imprese partecipate.

Un ruolo chiave spetta al settore automotive: nel solo comparto dei mezzi di trasporto operano all'estero 105 imprese produttive, con oltre 92.500 addetti.

	Case madri		Imprese estere partecipate		Addetti delle imprese partecipate		Fatturato delle imprese partecipate (milioni di euro)	
	valori assoluti	%	valori assoluti	%	valori assoluti	%	valori assoluti	%
Nord ovest	2.705	47,9	7.310	51,8	668.748	58,3	162.295	60,8
<i>Valle d'Aosta</i>	7	0,1	7	0,0	324	0,0	39	0,0
<i>Piemonte</i>	514	9,1	1.829	13,0	276.191	24,1	85.040	31,8
<i>Lombardia</i>	2.066	36,6	5.265	37,3	389.550	34,0	76.433	28,6
<i>Liguria</i>	118	2,1	209	1,5	2.683	0,2	783	0,3
Nord est	1.818	32,2	4.154	29,5	245.559	21,4	41.614	15,6
<i>Veneto</i>	821	14,5	1.710	12,1	77.361	6,7	14.779	5,5
<i>Trentino Alto Adige</i>	127	2,3	225	1,6	6.661	0,6	1.190	0,4
<i>Friuli Venezia Giulia</i>	197	3,5	389	2,8	12.790	1,1	2.478	0,9
<i>Emilia Romagna</i>	673	11,9	1.830	13,0	148.747	13,0	23.167	8,7
Centro	834	14,8	2.128	15,1	207.994	18,1	59.719	22,4
<i>Toscana</i>	307	5,4	653	4,6	25.747	2,2	3.924	1,5
<i>Umbria</i>	53	0,9	68	0,5	2.241	0,2	276	0,1
<i>Marche</i>	166	2,9	408	2,9	37.637	3,3	4.487	1,7
<i>Lazio</i>	308	5,5	999	7,1	142.369	12,4	51.032	19,1
Sud e isole	286	5,1	512	3,6	24.601	2,1	3.389	1,3
<i>Abruzzo</i>	58	1,0	100	0,7	3.559	0,3	382	0,1
<i>Molise</i>	12	0,2	23	0,2	524	0,0	87	0,0
<i>Campania</i>	91	1,6	131	0,9	5.836	0,5	1.123	0,4
<i>Puglia</i>	55	1,0	81	0,6	9.742	0,8	743	0,3
<i>Basilicata</i>	6	0,1	7	0,0	78	0,0	9	0,0
<i>Calabria</i>	6	0,1	6	0,0	433	0,0	45	0,0
<i>Sicilia</i>	45	0,8	78	0,6	2.519	0,2	409	0,2
<i>Sardegna</i>	13	0,2	86	0,6	1.910	0,2	591	0,2
<b>Totale</b>	<b>5.643</b>	<b>100,0</b>	<b>14.104</b>	<b>100,0</b>	<b>1.146.902</b>	<b>100,0</b>	<b>267.017</b>	<b>100,0</b>

Fonte: banca dati Reprint, Ice-Politecnico di Milano

Dati al 1° gennaio 2003

Non si tratta solo delle consociate di Fiat Auto e di Iveco, ma anche delle filiali produttive di fornitori del gruppo torinese, che spesso hanno seguito la maggiore casa automobilistica italiana nelle sue scelte di investimento diretto all'estero.

Al settore automotive si collegano poi numerose altre imprese di componentistica, che risultano inserite, coerentemente con la classificazione Ateco adottata dall'Istat, in altri settori produttivi.

Se si guarda alla consistenza delle attività estere, a fianco del comparto dei mezzi di trasporto spiccano altri due settori nei quali è attivo il gruppo Iri-Fiat: macchine e apparecchi meccanici (quasi 39mila addetti oltreconfine, con l'importante contributo di Cnh nelle macchine agricole e movimento terra, e Comau nell'automazione industriale) e carta e prodotti cartari (oltre 27.700 addetti all'estero riferibili a investitori piemontesi, la maggior parte dei quali fa capo al gruppo Awa-Arjo Wiggins Appleton, controllato da Iri). La presenza di attività estere è rilevante anche nei settori dei materiali per l'edilizia (oltre 18mila addetti all'estero, grazie soprattutto a Buzzi-Unicem, che ha acquisito, nel corso del 2002, una rilevante partecipazione nella tedesca Dyckerhoff, della quale ha poi assunto il pieno controllo), del tessile-abbigliamento (18mila addetti), dell'alimentare (15.500 addetti, grazie soprattutto a Ferrero) e della metallurgia (quasi 15mila).

Non è stata rilevata, invece, nessuna partecipazione all'estero nel comparto estrattivo, mentre tra le attività terziarie il Piemonte sembra giocare un ruolo di rilievo soprattutto nei servizi alle imprese, dove gli compete oltre il 28% degli addetti all'estero imputabili alle imprese italiane.

## Le imprese a partecipazione estera in Piemonte per settore

	Imprese estere partecipate			Addetti delle imprese estere partecipate			Fatturato delle imprese estere		
	valori ass.	%	% su Italia	valori ass.	%	% su Italia	milioni di euro	%	% su Italia
Industria estrattiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Industria manifatturiera	711	38,9	14,1	244.224	88,4	26,6	57.788	68	37,1
<i>prodotti alimentari, bevande e tabacco</i>	31	1,7	5,6	15.526	5,6	11,8	6.477	7,6	30,1
<i>tessile, abbigliamento, cuoio, pelli e calzature</i>	100	5,5	9,7	18.020	6,5	15	2.246	2,6	24,9
<i>legno, mobili e altre industrie manifatturiere</i>	25	1,4	7,7	2.283	0,8	9,1	290	0,3	10,7
<i>carta, prodotti in carta, editoria e stampa</i>	84	4,6	26,6	27.789	10,1	68,6	10.818	12,7	81,3
<i>derivati del petrolio e altri prodotti energetici</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prodotti chimici, farmaceutici e fibre artificiali</i>	21	1,1	6,9	2.463	0,9	7,9	1.099	1,3	14
<i>prodotti in gomma e plastica</i>	48	2,6	17,6	5.530	2	13,9	831	1	15,3
<i>materiali per l'edilizia, vetro e ceramica</i>	67	3,7	20,4	18.627	6,7	31	3.062	3,6	33,8
<i>metallurgia e prodotti in metallo</i>	65	3,6	13,6	14.939	5,4	13,9	1.558	1,8	10,2
<i>macchine e apparecchi meccanici</i>	117	6,4	17,5	38.796	14	36,7	12.695	14,9	54,3
<i>macchine e apparecch. elettriche ed ottiche</i>	48	2,6	9,9	7.734	2,8	6,8	753	0,9	4,7
<i>mezzi di trasporto</i>	105	5,7	42	92.517	33,5	69,8	17.959	21,1	63,5
Energia elettrica, gas, acqua e costruzioni	18	1	2,1	3.868	1,4	10,4	775	0,9	10,2
Commercio all'ingrosso	862	47,1	13,7	20.858	7,6	22,9	24.778	29,1	35
Logistica e trasporti	55	3	7,7	604	0,2	8,7	180	0,2	6,4
Software e servizi di telecomunicazione	38	2,1	9,7	235	0,1	0,4	60	0,1	0,4
Altri servizi alle imprese	145	7,9	21,2	6.402	2,3	28,4	1.459	1,7	31,8
<b>Totale</b>	<b>1.829</b>	<b>100</b>	<b>13</b>	<b>276.191</b>	<b>100</b>	<b>24,1</b>	<b>85.040</b>	<b>100</b>	<b>31,8</b>

Fonte: elaborazioni su dati Istat (censimento intermedio 1996) e banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Dati al 1° gennaio 2003

Anche in questo settore è determinante il contributo del gruppo Fiat: si tratta per lo più di imprese che svolgono attività di supporto alle altre aziende del gruppo.

Indicazioni interessanti emergono, infine, dal grado d'internazionalizzazione del settore manifatturiero nelle diverse regioni italiane, misurato rapportando il numero delle imprese investitrici e quello degli addetti delle imprese partecipate all'estero al numero totale dei corrispondenti riferiti alle imprese con sede nella regione.

La propensione all'internazionalizzazione delle imprese industriali piemontesi appare superiore alla media nazionale (il 2% delle imprese piemontesi ha almeno una partecipazione all'estero, contro una media nazionale dell'1,76%) ma inferiore a quella di altre regioni settentrionali. Peraltro, il Piemonte è la regione con il maggior grado di apertura all'estero, se misurato rapportando la consistenza delle attività estere a quella dell'industria regionale: 53 addetti all'estero ogni 100 addetti in Piemonte, contro una media nazionale di ventisei.

#### Grado di internazionalizzazione attiva dell'industria manifatturiera italiana per regione

	Imprese con partecipazioni industriali all'estero		Addetti delle imprese partecipate all'estero	
	valori assoluti	% su imprese della regione <sup>(a)</sup>	valori assoluti	% su addetti della regione <sup>(a)</sup>
Nord ovest	1.180	2,14	566.553	35,1
<i>Valle d'Aosta</i>	2	0,72	148	5,1
<i>Piemonte</i>	246	2,03	244.224	52,97
<i>Lombardia</i>	904	2,25	320.863	29,66
<i>Liguria</i>	28	1,13	1.318	1,93
Nord est	1.170	3,26	210.137	23,13
<i>Veneto</i>	584	3,5	66.071	16,05
<i>Trentino Alto Adige</i>	47	2,7	5.221	11,52
<i>Friuli Venezia Giulia</i>	107	3,32	8.868	9,16
<i>Emilia Romagna</i>	432	3,02	129.977	36,49
Centro	426	1,27	122.712	21,23
<i>Toscana</i>	168	1,18	21.746	9,71
<i>Umbria</i>	30	1,38	1.924	4,9
<i>Marche</i>	112	2,13	34.211	29,02
<i>Lazio</i>	116	1,01	64.831	33,16
Sud e isole	138	0,34	20.191	4,73
<i>Abruzzo</i>	30	0,78	3.235	4,41
<i>Molise</i>	6	1,14	443	5,44
<i>Campania</i>	33	0,22	4.553	3,46
<i>Puglia</i>	43	0,55	9.521	9,74
<i>Basilicata</i>	2	0,22	60	0,37
<i>Calabria</i>	3	0,09	424	2,83
<i>Sicilia</i>	15	0,21	1.791	3,16
<i>Sardegna</i>	6	0,32	164	0,58
<b>Totale</b>	<b>2.914</b>	<b>1,76</b>	<b>919.593</b>	<b>26,01</b>

<sup>(a)</sup> addetti delle unità locali dell'industria manifatturiera

Dati al 1° gennaio 2003

Fonte: elaborazioni su dati Istat (censimento intermedio 1996) e banca dati Reprint, Icc-Politecnico di Milano

## LA DINAMICA DI LUNGO PERIODO

Limitatamente al settore manifatturiero, è possibile tracciare l'evoluzione dell'internazionalizzazione produttiva delle imprese piemontesi lungo tutto l'arco temporale coperto dalla banca dati Reprint. Esaminando l'intensità con cui il processo di crescita multinazionale delle imprese piemontesi e italiane si è sviluppato negli ultimi vent'anni, si può osservare come, nella seconda metà degli anni Ottanta, la crescita piemontese sia stata di natura intensiva, con un aumento consistente delle partecipazioni estere: in soli 5 anni l'occupazione è cresciuta da 77mila a 187mila addetti, a fronte di un incremento limitato della base investitrice (il numero di multinazionali piemontesi è cresciuto da 61 a 75).

Viceversa, nel corso degli anni Novanta è stato soprattutto il numero delle imprese investitrici a crescere impetuosamente, passando da 75 a 227 in un decennio, a fronte di un crescente coinvolgimento delle Pmi nei processi di internazionalizzazione produttiva, mentre il tasso di crescita delle partecipazioni estere, pur mantenendosi positivo, è significativamente rallentato.

Bisogna evidenziare il progressivo ridursi della quota spettante al Piemonte sul totale nazionale: questo dato, tuttavia, non va letto come un segnale negativo, ma piuttosto come una chiara testimonianza del ruolo pionieristico che le imprese regionali hanno svolto nel contesto italiano riguardo all'espansione multinazionale.

## Evoluzione dal 01.01.86 al 01.01.03 delle partecipazioni delle imprese piemontesi in imprese industriali estere

	Imprese investitrici	Imprese estere partecipate	
		imprese	addetti
Piemonte			
al 1° gennaio 1986	61	167	76.959
al 1° gennaio 1991	75	285	186.974
al 1° gennaio 1996	159	471	204.569
al 1° gennaio 2000	215	594	210.093
al 1° gennaio 2001	227	626	218.430
al 1° gennaio 2002	232	704	238.823
al 1° gennaio 2003	234	711	244.224
% Piemonte/Italia			
al 1° gennaio 1986	21,6	24,0	31,5
al 1° gennaio 1991	15,8	22,1	36,1
al 1° gennaio 1996	13,2	16,7	31,2
al 1° gennaio 2000	9,2	13,7	27,3
al 1° gennaio 2001	8,9	13,5	25,7
al 1° gennaio 2002	8,7	14,2	26,2
al 1° gennaio 2003	8,5	14,1	26,6

Fonte: elaborazioni su dati Istat (censimento intermedio 1996) e banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Dati al 1° gennaio 2003

### L'ANALISI PER AREA GEOGRAFICA

Degli oltre 276mila addetti delle imprese estere partecipate da investitori piemontesi, quasi 149mila (circa il 54% del totale) operano in Paesi europei, di cui oltre 95.500 nei 14 Paesi dell'Unione "pre-allargamento". Quasi 40mila addetti spettano all'America Latina (il 14,5% del totale), 36.450 al Nord America (13,2%), circa 37mila al continente asiatico (13,6%), 11.400 in Africa (4,2%) e poco più di 2mila in Oceania (0,8%).

La ripartizione geografica delle partecipazioni all'estero delle imprese piemontesi presenta alcune significative differenze rispetto alla media nazionale: queste, infatti, sono sovrarappresentate nelle Americhe (con un'occupazione che rappresenta il 35,7% degli addetti complessivi delle imprese a partecipazione italiana in America settentrionale ed il 26,4% in America Latina, contro una media del 24,1%) e soprattutto in Asia centrale, dove alle imprese piemontesi è attribuibile addirittura il 56,5% del totale nazionale. La presenza delle aziende piemontesi appare allineata alla media nazionale per quanto riguarda l'Unione europea, mentre è riservato minore interesse all'Europa centro orientale, all'Africa ed al Medio Oriente. In sintesi, emerge un profilo delle partecipazioni estere maggiormente rivolto, rispetto alla media nazionale, alle aree più industrializzate.

### Le partecipazioni all'estero delle imprese piemontesi per area geografica

	Imprese estere partecipate			Addetti alle imprese estere partecipate		
	valori assoluti	%	% su Italia	valori assoluti	%	% su Italia
<b>Globalità dei settori</b>						
<i>Unione europea</i>	779	42,6	14	95.531	34,6	23,3
<i>Europa centro orientale</i>	240	13,1	9,4	42.039	15,2	19
<i>Altri Paesi europei</i>	57	3,1	11,4	11.166	4	23,9
<i>Africa settentrionale</i>	79	4,3	10,5	9.878	3,6	15,3
<i>Altri Paesi africani</i>	13	0,7	6,8	1.758	0,6	8,7
<i>America settentrionale</i>	263	14,4	16,4	36.450	13,2	35,7
<i>America Latina</i>	199	10,9	16,7	39.959	14,5	26,4
<i>Medio Oriente</i>	11	0,6	8,3	447	0,2	8,5
<i>Asia centrale</i>	24	1,3	10,7	18.095	6,6	56,5
<i>Asia orientale</i>	141	7,7	11,3	18.656	6,8	22,8
<i>Oceania</i>	23	1,3	14,8	2.212	0,8	18,1
<b>Totale</b>	<b>1.829</b>	<b>100</b>	<b>13</b>	<b>276.191</b>	<b>100</b>	<b>24,1</b>
<b>Industria manifatturiera</b>						
<i>Unione europea</i>	236	33,2	15,8	79.761	32,7	25,1
<i>Europa centro orientale</i>	144	20,3	10,1	38.238	15,7	19
<i>Altri Paesi europei</i>	23	3,2	14,1	10.017	4,1	32,8
<i>Africa settentrionale</i>	62	8,7	13,5	9.778	4	17
<i>Altri Paesi africani</i>	7	1	10,1	1.725	0,7	12,7
<i>America settentrionale</i>	76	10,7	20,7	30.387	12,4	36,7
<i>America Latina</i>	95	13,4	20,7	37.514	15,4	35,1
<i>Medio Oriente</i>	2	0,3	13,3	330	0,1	30,7
<i>Asia centrale</i>	14	2	11,1	18.065	7,4	62
<i>Asia orientale</i>	45	6,3	10,3	17.283	7,1	24,6
<i>Oceania</i>	7	1	18,9	1.126	0,5	13,1
<b>Totale</b>	<b>711</b>	<b>100</b>	<b>14,1</b>	<b>244.224</b>	<b>100</b>	<b>26,6</b>

Fonte: banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Dati al 1° gennaio 2003

## L'ANALISI PER PROVINCIA

La ripartizione per provincia di origine degli investitori all'estero sottolinea, come prevedibile, il ruolo trainante svolto dal capoluogo regionale: hanno sede, infatti, in provincia di Torino ben 113 delle 234 imprese multinazionali piemontesi, alle quali corrispondono 387 imprese partecipate all'estero, con oltre 194mila addetti. Quest'ultimo dato rappresenta, da solo, oltre il 21% del totale nazionale.

Tra le altre province, spiccano per consistenza delle attività estere Alessandria e Cuneo, le quali possono vantare rispettivamente quasi 23mila ed oltre 16mila addetti all'estero.

Poco meno di 5mila addetti spettano, invece, alle imprese delle province di Novara e di Biella, mentre piuttosto limitata appare la proiezione multinazionale delle imprese del Verbano e delle province di Asti e Vercelli.

### Le partecipazioni all'estero delle imprese piemontesi in imprese manifatturiere per provincia dell'impresa investitrice

	Case madri		Imprese estere partecipate		Addetti alle imprese estere partecipate	
	valori assoluti	% su Italia	valori assoluti	% su Italia	valori assoluti	% su Italia
Alessandria	25	0,9	111	2,2	22.862	2,5
Asti	6	0,2	5	0,1	237	0,03
Biella	25	0,9	39	0,8	4.882	0,5
Cuneo	30	1,1	77	1,5	16.156	1,8
Novara	22	0,8	77	1,5	4.928	0,5
Torino	113	4,1	387	7,7	194.117	21,1
Verbano Cusio Ossola	10	0,4	11	0,2	945	0,1
Vercelli	3	0,1	4	0,1	97	0,01
<b>Totale Piemonte</b>	<b>234</b>	<b>8,5</b>	<b>711</b>	<b>14,1</b>	<b>244.224</b>	<b>26,6</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.766</b>	<b>100</b>	<b>5.052</b>	<b>100</b>	<b>919.593</b>	<b>100</b>

Fonte: banca dati Reprint, Ice - Politecnico di Milano

Dati al 1° gennaio 2003

## 1.7 GLI IMPRENDITORI STRANIERI IN PIEMONTE

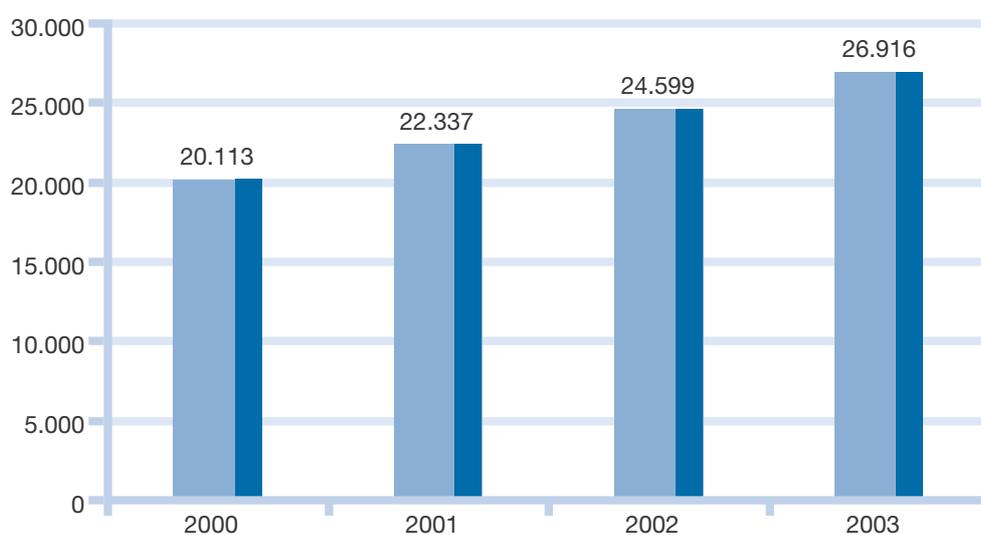
A cura di Unioncamere Piemonte, Camera di commercio di Torino - *Elisa Sciutto*

Il consistente inserimento degli immigrati nelle attività indipendenti e imprenditoriali è divenuto, oramai, un fenomeno radicato della realtà economica regionale.

Le economie orientate verso i servizi, come quella piemontese, lasciano ampio respiro alle piccole imprese e ai lavoratori autonomi disposti a entrare in attività in cui la competizione si basa principalmente sulla capacità di tener bassi i costi, sui lunghi orari, sulla versatilità e sull'attenzione alle esigenze della clientela. Proprio in questi spazi, sa inserirsi l'offerta immigrata di lavoro autonomo, un'offerta che difficilmente riuscirebbe a migliorare la propria condizione occupazionale nel lavoro dipendente, attraverso le normali carriere gerarchiche.

Sulla base dei dati forniti da InfoCamere, che raccoglie i dati relativi alle imprese registrate presso le Camere di commercio italiane e che, nello specifico, classifica gli imprenditori in base al Paese di nascita, gli imprenditori stranieri piemontesi risultavano essere, nel 2003, 26.916, circa il 3,5% della totalità degli imprenditori presenti sul territorio regionale (percentuale di poco inferiore al dato nazionale, pari al 3,9%). Rispetto al 2002, gli imprenditori stranieri sono cresciuti del 9%, mentre se si confronta il dato con il 2000, si registra una crescita di ben il 34%.

### Gli imprenditori stranieri in Piemonte



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

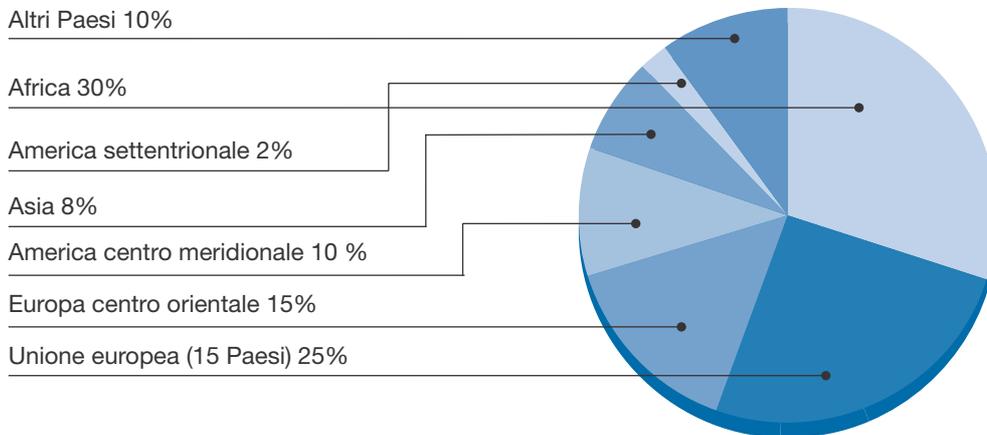
Dati al 31 dicembre di ogni anno

Per quanto concerne l'area di provenienza, si osserva che un quarto degli imprenditori stranieri proviene dall'area comunitaria (dei 15 Paesi) mentre la restante parte da aree extra-Ue.

Gli imprenditori di origine extracomunitaria hanno registrato un aumento più consistente di quello dei cittadini comunitari: la crescita rispetto al 2002 è stata del 13% per i primi, contro un debole +1% per i secondi. L'incremento appare ancora più apprezzabile se si considera come anno di riferimento il 2000: +48%, un vero e proprio "boom". Il 30% degli imprenditori stranieri ha origini africane, il 25% proviene dall'Unione europea, il 15% dall'Europa centro orientale, il 10% dall'America centro meridionale e da altri Paesi, l'8% dall'Asia e solo il 2% dall'America settentrionale. È importante sottolineare che nel gruppo degli altri Paesi è compresa anche la Svizzera, una nazione che, con 1.755 imprenditori, pesa per circa i due terzi dell'intera categoria.

Un valore così alto è dovuto anche all'elevato numero di italiani nati in Svizzera, discendenti di emigranti, che hanno intrapreso un'attività in proprio nella patria di origine della famiglia.

## Gli imprenditori stranieri in Piemonte



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

Dati al 31 dicembre 2003

Gli uomini rappresentano circa i tre quarti del totale degli imprenditori stranieri; unica eccezione, gli imprenditori sudamericani che sono equamente suddivisi fra i due sessi.

Il 31% della compagine femminile è di origine comunitaria, il 19% proviene dall'Africa, il 14% dall'America centro meridionale e il 13% dall'Europa centro orientale.

Per quanto concerne gli uomini, invece, ben il 34% è nato in Africa, il 23% dichiara origini comunitarie e il 15% proviene dall'Europa centro orientale.

Gli imprenditori stranieri sono "giovani": più della metà ha un'età compresa tra i 30 e i 49 anni. Il 24% dei neo-imprenditori si colloca nella fascia 50-69 anni, il 10% in quella tra i 18 e i 29 e soltanto una parte residuale ha più di 70 anni. I giovani imprenditori provengono per il 33% dall'Europa centro orientale, per il 24% dal continente africano e per l'11% dall'Ue e dall'Asia. Nella fascia che va dai 30 ai 49 anni si collocano in prima posizione gli imprenditori africani, seguono quelli di origine comunitaria e quelli provenienti dall'Europa centrale e delle ex Repubbliche socialiste. L'Ue detiene il primato per quanto riguarda gli imprenditori "over 50".

Esiste, inoltre, una forte correlazione fra Paese di provenienza e settore economico di attività.

Gli imprenditori stranieri che operano in Piemonte si occupano prevalentemente di commercio, servizi alle imprese, costruzioni e industria manifatturiera. La scelta, soprattutto nel caso di imprenditori provenienti dalle aree extracomunitarie più sofferenti dal punto di vista economico, è ricaduta su settori a basso costo di start-up e con barriere all'entrata pressoché inesistenti.

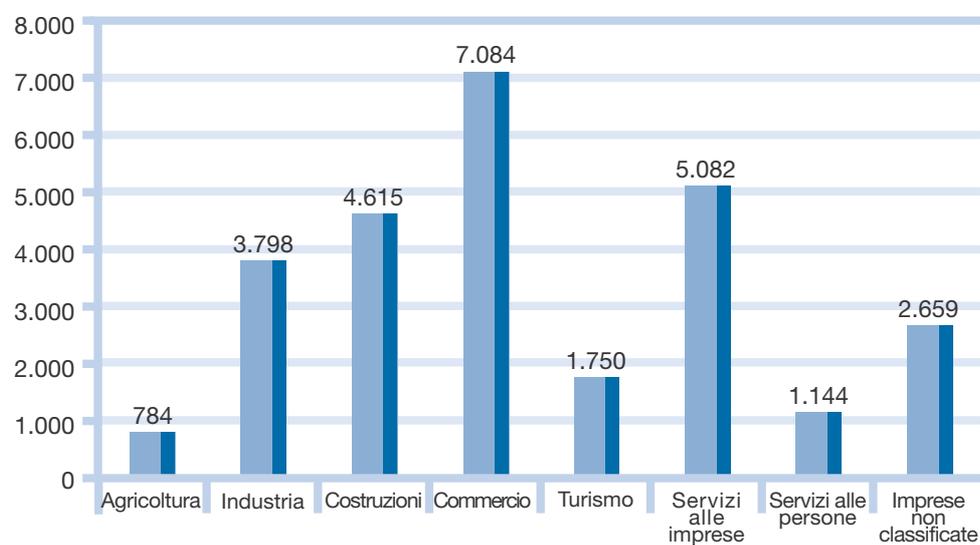
È opportuno, inoltre, tenere conto degli effetti della riforma Biagi sul mercato del lavoro: molti immigrati sono stati "obbligati" a tramutare la loro posizione lavorativa, passando, così, da lavoratori subordinati a lavoratori autonomi. Hanno scelto, perciò, di inserirsi in settori "facili" come quello edile, un settore che ha subito un processo di polverizzazione generando una molteplicità di microimprese e che, quindi, ben si presta ad accogliere nuova imprenditorialità.

Fra gli imprenditori nati nell'area dell'Unione europea i comparti che hanno riscosso maggior successo sono il commercio (20%), l'industria manifatturiera (19%) e l'attività immobiliare, di noleggio e ricerca (18%). Gli imprenditori provenienti dall'Europa centro orientale si sono dedicati nel 52% dei casi al settore edile e nel 10% al commercio.

Gli imprenditori edili extracomunitari si dividono per lo più in albanesi e rumeni e ricoprono rispettivamente il 21% e il 20% della totalità degli imprenditori edili stranieri.

Gli imprenditori africani prediligono il commercio (44%) seguito dalle costruzioni (15%).

### Gli imprenditori stranieri in Piemonte per settore di attività



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

Dati al 31 dicembre di ogni anno

Il commercio etnico prosegue, quindi, la sua ascesa rinforzato dalla considerevole presenza di imprenditori marocchini e senegalesi che detengono rispettivamente il 26% e il 9% del mercato dei commercianti stranieri.

Gli imprenditori di origine asiatica si sono concentrati sul commercio e sul comparto della ristorazione. Ben il 23% degli imprenditori stranieri che si sono dedicati alla ristorazione è di origine cinese (406 imprenditori cinesi su 1.324 imprenditori extracomunitari occupati nel settore).

Anche l'imprenditoria sudamericana ha scelto il commercio: in particolare questa scelta è stata effettuata dagli immigrati argentini, che in molti casi vantano origini italiane.

Tra gli immigrati di origine extracomunitaria, esiste un gruppo fuori dal coro, vale a dire quello degli imprenditori nordamericani: il 29% ha scelto l'industria manifatturiera mentre il 21% si è collocato nel comparto delle attività immobiliari, di noleggio e ricerca. È questo un segnale di know-how elevato e di buona capacità a collocarsi in mercati di alto profilo.

### Gli artigiani extracomunitari in Piemonte

L'Osservatorio dell'artigianato della Regione Piemonte ha pubblicato, nel luglio 2004, uno studio dettagliato sugli artigiani stranieri in Piemonte dal quale emerge un quadro completo degli imprenditori che negli ultimi anni hanno scelto di inserirsi nel mercato regionale.

Dal rapporto si evince che il 3% delle imprese artigiane ha un titolare nato fuori dall'Ue, esattamente 3.921 imprese su 124.951. La maggiore incidenza di extracomunitari si ha nel settore edile, nelle manifatture leggere e nei trasporti. È importante evidenziare come il fenomeno dell'imprenditoria straniera sia un fenomeno recente: si può dire che ha avuto inizio nel 1998. A questo proposito si osservano tre epoche, prima e dopo il "nuovo mondo": le imprese iscritte prima del 1998, contraddistinte da una presenza extra-Ue molto limitata, il biennio 1998-1999, gli anni di apertura del nuovo mercato, e quelle iscritte dal 2000 durante la fase di progressivo assestamento dei flussi.

### Imprese artigiane per settore di attività e provenienza

	Ue	Extra-Ue	Totale	% Extra-Ue
Industria metalmeccanica	17.391	316	17.707	1,8%
Manifatture leggere	12.093	428	12.521	3,4%
Altre industrie manifatturiere	8.166	127	8.293	1,5%
Costruzioni	46.395	2.298	48.693	4,7%
Riparazioni	10.307	109	10.416	1,0%
Trasporti	10.531	317	10.848	2,9%
Servizi alle imprese	6.874	173	7.047	2,5%
Servizi alla persona	13.194	153	13.347	1,1%
<b>Totale</b>	<b>124.951</b>	<b>3.921</b>	<b>128.872</b>	<b>3,0%</b>

Fonte: elaborazione Unioncamere Piemonte su Osservatorio regionale dell'artigianato

Dati al 31 dicembre 2002

Nel corso dei tre periodi i flussi per settore non sono stati, però, omogenei: il comparto più dinamico è stato quello dell'industria leggera, e si sono poi verificati il consolidamento dell'edilizia e la crescita dei trasporti.

La dimensione media delle imprese extracomunitarie è generalmente più piccola e tende a crescere con l'età dell'azienda. Si osserva, però, che nel considerare l'occupazione totale, e non solo il numero di lavoratori autonomi, le imprese straniere registrano una consistenza maggiore: fatto, questo, che può essere messo in relazione con la regolarizzazione dei lavoratori extracomunitari. In effetti, gli stranieri si caratterizzano per una minore propensione ad associarsi e ad assumere, ma la sanatoria del 2002 ha provocato l'emersione del lavoro nero extracomunitario che pesa relativamente di più nelle imprese straniere e così gli stranieri sembrano assumere più dipendenti.

#### **Gli imprenditori stranieri in Piemonte (dati aggiornati al 30.11.04)**

Gli ultimi dati disponibili, estratti dalla banca dati InfoCamere, registrano un aumento del numero di imprenditori stranieri: al 30 giugno 2004 se ne contavano, infatti, 29.265 (+14% rispetto al primo semestre 2003). La composizione etnica della compagine ricalca piuttosto da vicino quella dell'anno scorso.

Il 30% degli imprenditori stranieri proviene dall'Africa, il 25% dall'Ue, il 18% dall'Europa centro orientale, il 10% dall'America centro meridionale, l'8% dal continente asiatico, il 7% da altri Paesi e il 2% dall'America settentrionale.

Se si osservano le specializzazioni settoriali, si registra, ancora una volta, il primato del commercio, che con il 26% rimane la scelta prediletta dei neo-imprenditori. Le costruzioni (19%), i servizi alle imprese (18%) e l'industria (13%) restano i settori produttivi di riferimento anche se gli ultimi due mostrano una leggera flessione (rispettivamente di uno e di due punti percentuali) rispetto allo stesso periodo del 2003.

Analizzando nel dettaglio la dinamica di crescita delle imprese a conduzione extracomunitaria, si osserva una certa vivacità nell'andamento delle attività intraprese dai cittadini rumeni: al 30 giugno 2004 le imprese attive registravano un +47% rispetto al dato relativo al 2003. Albania, Marocco e Nigeria si sono ritagliate rispettivamente "fette" del 23%, 16% e 11%. Gli imprenditori argentini, invece, si sono distinti nell'ultimo semestre per una scarsa propensione all'imprenditorialità (-0,3%).

## **1.8 GLI STRANIERI IN PIEMONTE**

A cura di Ires Piemonte - *Enrico Allasino, Vittorio Ferrero, Maria Cristina Migliore*

Gli ultimi dati, omogenei a livello territoriale, sulla presenza di stranieri In Italia sono stati diffusi dall'Istat sulla base di informazioni del Ministero dell'Interno e si riferiscono alla situazione precedente la conclusione delle operazioni di regolarizzazione, delle cui dimensioni e caratteristiche principali si è dato conto nella scorsa edizione di questa pubblicazione.

La situazione al 1° gennaio 2003 registrava in Piemonte 107.950 soggiornanti, pari al 2,6% della popolazione regionale, evidenziando così una dimensione del fenomeno in linea con la media nazionale, anche se con una presenza straniera relativamente minore rispetto alle principali regioni italiane. Gli stranieri erano infatti il 3,8% della popolazione complessiva in Lombardia, il 3,4% in Veneto, il 3,7% nell'Emilia Romagna, il 3,2% in Toscana, il 4% circa in Trentino Alto Adige e in Friuli Venezia Giulia e il 4,6% nel Lazio.

La tendenza della presenza straniera nella regione si conferma in crescita, a livelli superiori alla media nazionale e rispetto ad alcune delle regioni citate: nel biennio 2001-2003 il numero dei permessi di soggiorno in Piemonte è aumentato del 18,6%, a fronte di una crescita nazionale del 9%, del 15,2% in Lombardia e del 10,4% in Veneto.

## Permessi di soggiorno

	Permessi di soggiorno	Popolazione	% su popolazione
Piemonte	107.950	4.231.334	2,6
Valle d'Aosta	2.870	120.909	2,4
Lombardia	346.768	9.108.645	3,8
Trentino Alto Adige	38.092	950.495	4,0
Veneto	153.524	4.577.408	3,4
Friuli Venezia Giulia	49.024	1.191.588	4,1
Liguria	35.360	1.572.197	2,2
Emilia Romagna	147.787	4.030.220	3,7
Toscana	111.133	3.516.296	3,2
Umbria	29.928	834.210	3,6
Marche	47.090	1.484.601	3,2
Lazio	238.586	5.145.805	4,6
Abruzzo	21.212	1.273.284	1,7
Molise	2.395	321.047	0,7
Campania	58.038	5.725.098	1,0
Puglia	31.168	4.023.957	0,8
Basilicata	3.475	596.821	0,6
Calabria	17.475	2.007.392	0,9
Sicilia	49.706	4.972.124	1,0
Sardegna	11.705	1.637.639	0,7
<b>Totale Italia</b>	<b>1.503.286</b>	<b>57.321.070</b>	<b>2,6</b>

Fonte: Ministero dell'Interno

Dati al 1° gennaio 2003

Per il Piemonte sono disponibili dati più recenti, aggiornati al 31 dicembre 2003, provenienti dal Ministero degli Interni. Quest'ultima rilevazione tiene conto anche degli effetti della recente regolarizzazione, per la quale in Piemonte erano state presentate circa 57mila domande, che collocavano la regione al quinto posto, dopo la Lombardia, il Lazio, la Campania e il Veneto, in linea, sostanzialmente, con la sua posizione rispetto a queste regioni in termini di presenze di immigrati regolari. Con un rapporto fra domande di regolarizzazione e stranieri extracomunitari regolari pari a circa il 60%, al di sopra della media nazionale, il Piemonte si confermava come area di significativa presenza straniera irregolare, ma intenzionata ad emergere.

Al 31 dicembre 2003 i permessi di soggiorno degli stranieri nella regione ammontavano a 167.615, di cui oltre 104mila (il 62,4%) per motivi di lavoro dipendente, più di 10mila (il 6,2%) per lavoro autonomo e circa 42mila (il 25,4%) per motivi di famiglia.

La rilevanza di quest'ultima voce evidenzia la tendenza alla stabilizzazione della presenza straniera nella regione; è da notare, tuttavia, che la regolarizzazione ha consentito soprattutto l'emergere delle presenze legate a motivi di lavoro, che a fine 2003 rappresentavano un'incidenza sul totale dei permessi superiore a quella evidenziata negli anni precedenti.

La distribuzione provinciale mette in evidenza il primato della provincia di Torino per la presenza di stranieri, il cui peso è aumentato, rispetto al 2001, dal 52,6% al 55,2% del totale dei permessi di soggiorno, con una più forte incidenza di quelli per motivi di lavoro rispetto alla media regionale.

### Permessi di soggiorno per motivo e provincia (valori assoluti)

	Motivazione				totale
	lavoro subordinato	lavoro autonomo	famiglia	altro	
Torino	60.991	6.357	19.750	5.359	92.457
Vercelli	2.963	648	2.068	283	5.962
Novara	8.513	838	4.080	1.062	14.493
Cuneo	12.884	650	6.174	1.147	20.855
Asti	5.756	331	2.877	638	9.602
Alessandria	7.975	896	4.311	735	13.917
Biella	3.148	478	2.109	315	6.050
Verbania	2.353	137	1.136	653	4.279
<b>Totale Piemonte</b>	<b>104.583</b>	<b>10.335</b>	<b>42.505</b>	<b>10.192</b>	<b>167.615</b>

Fonte: Ministero dell'Interno

Dati al 31 dicembre 2003

### Permessi di soggiorno per motivo e provincia (valori percentuali)

	Motivazione				totale
	lavoro subordinato	lavoro autonomo	famiglia	altro	
Torino	58,3	61,5	46,5	52,6	55,2
Vercelli	2,8	6,3	4,9	2,8	3,6
Novara	8,1	8,1	9,6	10,4	8,6
Cuneo	12,3	6,3	14,5	11,3	12,4
Asti	5,5	3,2	6,8	6,3	5,7
Alessandria	7,6	8,7	10,1	7,2	8,3
Biella	3,0	4,6	5,0	3,1	3,6
Verbania	2,2	1,3	2,7	6,4	2,6
<b>Totale Piemonte</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Ministero dell'Interno

Dati al 31 dicembre 2003

In seconda posizione si colloca Cuneo con il 12,4%, percentuale in diminuzione rispetto al 2001, seguita da Novara, che con l'8,6% mantiene la stessa proporzione di permessi sul totale regionale, e da Alessandria con l'8,3%, una quota in leggero aumento. La percentuale più elevata di popolazione straniera sul totale si riscontra nella provincia di Asti (4,6%), seguita da Torino e Novara (rispettivamente 4,3% e 4,2%); l'incidenza risulta minore nella provincia del Verbanio Cusio Ossola, che registra soltanto un 2,7%.

Il dato più significativo sotto il profilo della nazionalità è l'ulteriore crescita delle provenienze dai Paesi europei extra Ue; la Romania diviene, infatti, la prima nazione di provenienza (era la terza nel 2001), e fra le prime dieci si possono annoverare l'Albania (l'unica già presente nella graduatoria del 2001 insieme alla Romania), l'Ucraina, la Moldavia e la Macedonia.

Gli stranieri provenienti dai Paesi dell'Est europeo e dei Paesi balcanici rappresentano il 44% degli stranieri complessivi e il 47% dei soli extracomunitari.

## Permessi di soggiorno per nazionalità e provincia (valori assoluti)

Nazionalità	Torino	Vercelli	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	Biella	Verbania
Romania	29.593	488	840	2.789	1.683	1.944	606	272
Marocco	16.350	1.747	2.731	4.554	1.741	2.775	2.214	697
Albania	6.486	1.134	2.454	5.239	2.292	3.223	519	420
Peru'	5.061	68	261	132	131	96	120	71
Cina Popolare	3.218	267	461	807	111	263	182	249
Ucraina	719	195	1.190	230	106	392	185	618
Senegal	1.172	198	1.005	549	170	185	28	240
Moldavia	2.216	48	113	206	194	207	38	35
Tunisia	1.111	126	609	412	154	273	81	62
Macedonia	175	6	11	946	1.184	383	12	38
Unione europea	5.873	206	1.118	380	320	519	306	435
Altre nazionalità	20.483	1.479	3.700	4.611	1.516	3.657	1.759	1.142
<b>Totale</b>	<b>92.457</b>	<b>5.962</b>	<b>14.493</b>	<b>20.855</b>	<b>9.602</b>	<b>13.917</b>	<b>6.050</b>	<b>4.279</b>

Fonte: Ministero dell'Interno

Dati al 31 dicembre 2003

## Permessi di soggiorno per nazionalità e provincia (valori percentuali)

Nazionalità	Torino	Vercelli	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	Biella	Verbania
Romania	32,0	8,2	5,8	13,4	17,5	14,0	10,0	6,4
Marocco	17,7	29,3	18,8	21,8	18,1	19,9	36,6	16,3
Albania	7,0	19,0	16,9	25,1	23,9	23,2	8,6	9,8
Peru'	5,5	1,1	1,8	0,6	1,4	0,7	2,0	1,7
Cina Popolare	3,5	4,5	3,2	3,9	1,2	1,9	3,0	5,8
Ucraina	0,8	3,3	8,2	1,1	1,1	2,8	3,1	14,4
Senegal	1,3	3,3	6,9	2,6	1,8	1,3	0,5	5,6
Moldavia	2,4	0,8	0,8	1,0	2,0	1,5	0,6	0,8
Tunisia	1,2	2,1	4,2	2,0	1,6	2,0	1,3	1,4
Macedonia	0,2	0,1	0,1	4,5	12,3	2,8	0,2	0,9
Unione europea	6,4	3,5	7,7	1,8	3,3	3,7	5,1	10,2
Altre nazionalità	22,2	24,8	25,5	22,1	15,8	26,3	29,1	26,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>							

Fonte: Ministero dell'Interno

Dati al 31 dicembre 2003

## Studenti stranieri in Piemonte

	Anno scolastico 1990/2000			Anno scolastico 2002/2003			Anno scolastico 2003/2004		
	stranieri iscritti	totale iscritti	% stranieri sul totale	stranieri iscritti	totale iscritti	% stranieri sul totale	stranieri iscritti	totale iscritti	% stranieri sul totale
Scuole materne	2.823	99.175	2,8	5.581	104.301	5,4	6.908	105.881	6,5
Scuole elementari	5.196	172.629	3,0	9.915	173.854	5,7	12.297	176.434	7,0
Scuole medie inferiori	2.875	106.386	2,7	5.559	110.000	5,1	7.046	111.415	6,3
Scuole medie superiori	1.308	154.413	0,8	3.570	155.707	2,3	5.020	157.225	3,2
<b>Totale</b>	<b>12.202</b>	<b>532.603</b>	<b>2,3</b>	<b>24.625</b>	<b>543.862</b>	<b>4,5</b>	<b>31.271</b>	<b>550.955</b>	<b>5,7</b>

Fonte: Osservatorio regionale istruzione

### Gli stranieri nati in Piemonte

L'immigrazione dall'estero sta sostenendo da anni la consistenza numerica della popolazione piemontese, in un contesto caratterizzato da una dinamica demografica naturale (nascite-decessi) persistentemente negativa e da un flusso di immigrazione dalle altre regioni italiane positivo, ma non sufficiente a compensarla: nel 2003 le statistiche provvisorie dell'Istat hanno indicato una crescita della popolazione piemontese, per lo più come conseguenza delle nuove regolarizzazioni. La crescita della popolazione straniera e la sua stabilizzazione sta determinando anche un impatto di segno positivo, seppur limitato, sulla dinamica naturale, attraverso un incremento delle nascite.

È possibile effettuare, per il 2003, una valutazione provvisoria delle nascite delle due componenti della popolazione piemontese: quella di origine straniera e quella di origine italiana. Si dispone solo di dati sulle nascite della popolazione straniera residente dal 1993 al 2000, riportati nella tabella sottostante, da cui si è desunto il tasso di natalità. Per procedere ad una stima delle nascite, si ipotizza nel 2003 una popolazione di origine straniera pari a 140mila persone, una valutazione prudente, considerando una popolazione fertile inferiore a quella che probabilmente risultava residente alla fine del 2003. Se si applica a tale popolazione un tasso di natalità uguale a quello del 2000 (22,73 per mille), nel 2003 le nascite da donne straniere residenti potrebbero aver superato le 3mila unità.

Le nascite da donne italiane - ottenute per differenza rispetto al totale di nascite stimato per il 2003, pari a 36.448 - potrebbero essere state circa 33mila, in leggera diminuzione rispetto al 2000, ultimo anno per il quale sono disponibili dei dati.

Il lieve calo indicato da questa stima è coerente con i risultati delle simulazioni Ires che, a partire dal 2002, indicano una diminuzione di donne di origine italiana in età fertile, causata dalla progressiva sostituzione di coorti nate nel periodo del "baby boom" con quelle nate durante la forte denatalità degli anni Settanta e Ottanta. In conseguenza di ciò, ci si attende una diminuzione di nascite da parte della popolazione di origine italiana che nei prossimi anni potrebbe accentuarsi notevolmente. Le nascite della popolazione straniera potranno compensare il declino di quelle italiane, a seconda della dinamica delle migrazioni e del tasso di fecondità delle donne straniere.

### Nascite della popolazione straniera e di quella italiana residente in Piemonte

	Nascite popolazione straniera	Nascite popolazione italiana
1993	485	32.531
1994	611	31.969
1995	701	32.140
1996	935	32.579
1997	1.225	33.361
1998	1.516	33.142
1999	1.919	32.720
2000	2.276	33.598
2003	3.182	33.266

Fonte: Regione Piemonte, Residenti stranieri in Piemonte, Atlante 1993-2000, luglio 2002, tavola 2; stima 2003 a cura dell'Ires

L'immigrazione rumena registra la sua massima punta nel torinese, quella marocchina nel vercellese e nel biellese. Gli albanesi, invece, connotano la presenza straniera delle province del Piemonte meridionale (Cuneo, Asti e Alessandria), mentre i peruviani, come i rumeni, sembrano accentuare la loro presenza relativa nel torinese.

La tendenza alla stabilizzazione degli stranieri nella regione trova conferma nella crescita delle nascite e degli studenti iscritti in ogni livello di scuola.

## 1.9 IL TURISMO INTERNAZIONALE IN PIEMONTE

A cura di Ires Piemonte - Vittorio Ferrero, Maurizio Maggi

Secondo i dati dell'Osservatorio turistico regionale gli arrivi di turisti nel complesso della struttura recettiva piemontese sono aumentati del 6%, mentre le presenze del 4,1%.

La crescita, benché riconducibile per lo più al turismo nazionale, ha visto anche una considerevole ripresa della presenza straniera: questa, infatti, è aumentata dell'1,73% in termini di arrivi e dell'1,58% in termini di presenze.

### Movimenti turistici degli stranieri in piemonte per AtI Anno 2003

	Valori assoluti % 2002-2003			Variazioni		
	alberghiero	extra alberghiero	Totale	alberghiero	extra alberghiero	Totale
<b>Presenze</b>						
Area metropolitana di Torino	574.653	145.815	720.468	0,3	-8,0	-1,5
Valle di Susa e Pinerolese	277.674	46.857	324.531	33,5	1,7	27,7
Canavese e Valli di Lanzo	43.267	6.050	49.317	3,8	63,7	8,7
Biella	39.065	9.570	48.635	-11,0	0,4	-9,0
Valsesia e Vercelli	30.020	16.579	46.599	9,3	49,5	20,9
Distretto turistico dei Laghi	1.035.059	924.233	1.959.292	-4,6	3,2	-1,1
Novara	78.528	2.373	80.901	15,9	282,1	18,4
Langhe e Roero	110.137	34.604	144.741	-2,2	37,9	5,1
Cuneo	119.427	28.663	148.090	-11,1	7,9	-8,0
Alexala	89.006	15.028	104.034	6,7	-11,4	3,6
Asti	60.911	37.030	97.941	-2,6	34,0	8,6
<b>Totale regione</b>	<b>2.457.747</b>	<b>1.266.802</b>	<b>3.724.549</b>	<b>0,7</b>	<b>3,7</b>	<b>1,7</b>
<b>Arrivi</b>						
Area metropolitana di Torino	261.497	13.469	274.966	4,5	-13,9	3,4
Valle di Susa e Pinerolese	54.145	10.444	64.589	21,3	25,0	21,9
Canavese e Valli di Lanzo	18.167	2.543	20.710	9,4	101,3	15,9
Biella	14.417	2.818	17.235	-3,0	-11,3	-4,5
Valsesia e Vercelli	10.536	5.655	16.191	12,3	76,2	28,6
Distretto turistico dei Laghi	365.212	150.452	515.664	-2,4	3,1	-0,8
Novara	27.910	556	28.466	-13,8	256,4	-12,5
Langhe e Roero	50.975	13.345	64.320	-1,2	24,0	3,2
Cuneo	45.081	10.909	55.990	-4,0	16,0	-0,7
Alexala	45.439	3.741	49.180	1,7	-15,5	0,1
Asti	23.985	11.153	35.138	-11,9	15,4	-4,7
<b>Totale regione</b>	<b>917.364</b>	<b>225.085</b>	<b>1.142.449</b>	<b>0,5</b>	<b>6,1</b>	<b>1,6</b>

Dopo un 2002 problematico, nel quale l'attività turistica viveva un periodo di stallo, nel 2003 si è registrata una ripresa apprezzabile, soprattutto considerando il contesto ancora piuttosto difficile per la forte caduta della domanda turistica dei principali mercati extraeuropei e la debolezza di quelli continentali.

La performance rilevata a consuntivo dall'Osservatorio turistico è risultata decisamente migliore del quadro che forniva l'Istat nei primi dati provvisori, secondo i quali nella regione gli arrivi di turisti stranieri sarebbero diminuiti nel 2003 del 4,9% e le presenze del 5,1%, con una dinamica pressoché identica alla media nazionale.

Nel 2003, il turismo straniero in Piemonte ha privilegiato le sistemazioni extra-alberghiere, secondo una tendenza che si sta affermando da tempo e a cui l'offerta regionale si è orientata in misura più consistente negli ultimi anni.

La dinamica positiva è risultata accentuata nella provincia di Vercelli, con una crescita delle presenze straniere di oltre il 20% rispetto all'anno precedente, seguita da Asti con il +8,6 e Torino con il +6,1%. In crescita anche Alessandria e Novara (rispettivamente +3,6 e +2,9%), mentre a Verbania, Cuneo e, soprattutto, Biella le presenze si sono contratte rispetto all'anno precedente. Nella provincia di Torino la dinamica positiva è riferita soprattutto all'area compresa nelle Atl della Val di Susa, del Sangone e del pinerolese, nonché del Canavese e Valli di Lanzo, mentre si sono rilevati andamenti piuttosto dinamici anche per l'Atl di Valsesia e del vercellese e per quella di Novara. È risultata, invece, non positiva la situazione dell'area metropolitana torinese e del distretto turistico dei Laghi, dove sono diminuite sia le presenze che gli arrivi di turisti stranieri. Apprezzabile poi la crescita di attrattività nelle Atl del Piemonte meridionale (Asti, Alessandria, Langhe e Roero), con l'eccezione di Cuneo: un andamento collegato anche alla diffusione delle nuove tipologie di turismo culturale, ambientale ed enogastronomico.

Tra i mercati stranieri, quello tedesco è il più rilevante: nel 2003 ha coperto il 25,8% degli arrivi ed il 29,8% delle presenze. Il turismo proveniente dalla Germania fa riferimento soprattutto al settore extra-alberghiero, che ha manifestato un trend di crescita pressoché ininterrotto nel corso degli anni novanta (+4% circa sia degli arrivi che delle presenze nel 2003).

Seguono le provenienze dalla Francia con il 16,3% degli arrivi e l'11% delle presenze, quindi il Regno Unito con il 9,4% degli arrivi ed il 12% delle presenze. In entrambi i casi l'orientamento prevalente è verso il settore alberghiero. Il turismo francese denota un'apprezzabile espansione degli arrivi durante il 2003 (+4,1%) e una minore per le presenze (+1,6%), mentre prevale una situazione meno dinamica per il turismo inglese (+0,9% e +1,5% rispettivamente per arrivi e presenze). Segue la Svizzera, con il 9,3% degli arrivi e il 6,8% per le presenze, in considerevole crescita (+5,5% gli arrivi e +6,8% le presenze), mentre il turismo statunitense, che costituisce il 6,5% degli arrivi ed il 7,2% delle presenze, è risultato decisamente penalizzato nelle dinamiche dell'anno trascorso, con contrazioni del 7,6% e del 3,6% per arrivi e presenze. Appaiono in contrazione anche gli arrivi dei turisti olandesi (-7,8%, con una più contenuta riduzione delle giornate di presenza), che prediligono, come i tedeschi, il settore extra-alberghiero.

Si rafforza, con variazioni rispetto al 2002 talvolta ragguardevoli, la posizione della regione nei confronti di altri mercati europei, fra i quali, in particolare, Spagna, Belgio, Svezia, Danimarca e Finlandia. Fra i nuovi Paesi dell'Ue presentano dinamiche positive la Repubblica Ceca, l'Ungheria e la Repubblica Slovacca, mentre appaiono in considerevole contrazione la Polonia e la Slovenia.

## Movimento turistico Anno 2003

Paesi	Valori assoluti		%		Variazioni % 2002-2003	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Germania	294.191	1.110.720	25,8	29,8	4,0	4,4
Francia	186.212	408.716	16,3	11,0	4,1	1,6
Regno Unito	107.945	447.873	9,4	12,0	0,9	1,5
Svizzera e Liechtenstein	105.870	253.913	9,3	6,8	5,5	6,8
Usa	74.684	192.334	6,5	5,2	-7,6	-3,6
Paesi Bassi	56.850	336.000	5,0	9,0	-7,8	-1,6
Spagna	30.055	69.955	2,6	1,9	11,3	18,7
Austria	29.168	77.555	2,6	2,1	-2,4	-6,0
Belgio	28.200	88.644	2,5	2,4	17,1	13,5
Giappone	16.018	44.992	1,4	1,2	-1,5	5,6
Svezia	11.194	27.919	1,0	0,7	9,6	12,6
Israele	10.238	26.518	0,9	0,7	-17,2	-8,1
Danimarca	9.915	32.438	0,9	0,9	9,5	11,3
Polonia	8.026	27.698	0,7	0,7	-8,7	-37,5
Canada	7.878	19.167	0,7	0,5	-6,7	-9,8
Brasile	6.892	19.494	0,6	0,5	-15,2	-23,3
Finlandia	6.516	15.191	0,6	0,4	25,1	7,7
Cina	6.438	23.005	0,6	0,6	1,8	-5,7
Portogallo	6.210	19.328	0,5	0,5	8,2	18,7
Russia	6.124	22.932	0,5	0,6	-7,0	16,9
Grecia	5.760	15.636	0,5	0,4	2,3	-2,3
Australia	5.619	13.859	0,5	0,4	-25,9	-24,1
Irlanda	5.512	20.671	0,5	0,6	-14,0	-17,7
Norvegia	5.060	11.558	0,4	0,3	-12,8	-46,9
Repubblica Ceca	4.311	13.689	0,4	0,4	6,9	38,4
Slovenia	4.153	9.373	0,4	0,3	-10,5	-14,9
Argentina	4.005	16.872	0,4	0,5	28,0	15,3
Ungheria	3.605	10.726	0,3	0,3	14,0	13,9
Croazia	3.157	13.690	0,3	0,4	0,0	43,3
Messico	2.858	6.939	0,3	0,2	7,6	2,2
Turchia	2.781	8.405	0,2	0,2	9,9	1,9
Corea del Sud	2.065	5.376	0,2	0,1	-11,8	-7,5
Lussemburgo	1.798	5.908	0,2	0,2	-3,4	-10,9
Slovacchia	1.658	4.771	0,1	0,1	33,5	11,7
Sud Africa	1.490	5.518	0,1	0,1	-0,8	1,2
Nuova Zelanda	1.166	2.622	0,1	0,1	-16,7	-6,4
Egitto	1.038	4.281	0,1	0,1	12,3	26,2
Venezuela	852	2.981	0,1	0,1	-10,7	14,3
Islanda	617	2.017	0,1	0,1	3,7	32,7
<b>Totale stranieri</b>	<b>1.142.449</b>	<b>3.724.549</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1,6</b>	<b>1,7</b>
<b>Totale italiani</b>	<b>1.667.661</b>	<b>5.219.796</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>9,3</b>	<b>5,9</b>

Fonte: Regione Piemonte, Osservatorio turistico

<sup>(1)</sup> la tecnica adottata per lo svolgimento dell'indagine consiste nell'intervistare un campione rappresentativo dei viaggiatori residenti e non residenti in transito alle frontiere di un determinato Paese: sono considerate sia le frontiere "geografiche", come i valichi stradali, che quelle "virtuali", come gli aeroporti internazionali. L'unità di analisi della rilevazione consiste nel numero di viaggiatori "a destinazione" rappresentato dal conteggio dei viaggiatori nei singoli luoghi visitati (che differisce dai viaggiatori "alla frontiera", pari al numero di transiti frontalieri). L'indagine tiene conto, inoltre, sia dei turisti (viaggiatori con almeno un pernottamento) che degli escursionisti (senza alcun pernottamento), il cui viaggio sia motivato da lavoro (incluso il lavoro stagionale e transfrontaliero) o da motivi personali (vacanze o altre attività ricreative, attività culturali, visite a parenti e amici, acquisti, pellegrinaggio o altri motivi religiosi, studio, cure mediche o termali, etc.). Per quanto riguarda il 2003, l'indagine è stata interrotta il 1° ottobre, per essere poi ripristinata il 1° febbraio 2004. I dati relativi al periodo di interruzione sono stati compilati sulla base di stime effettuate dall'Uic

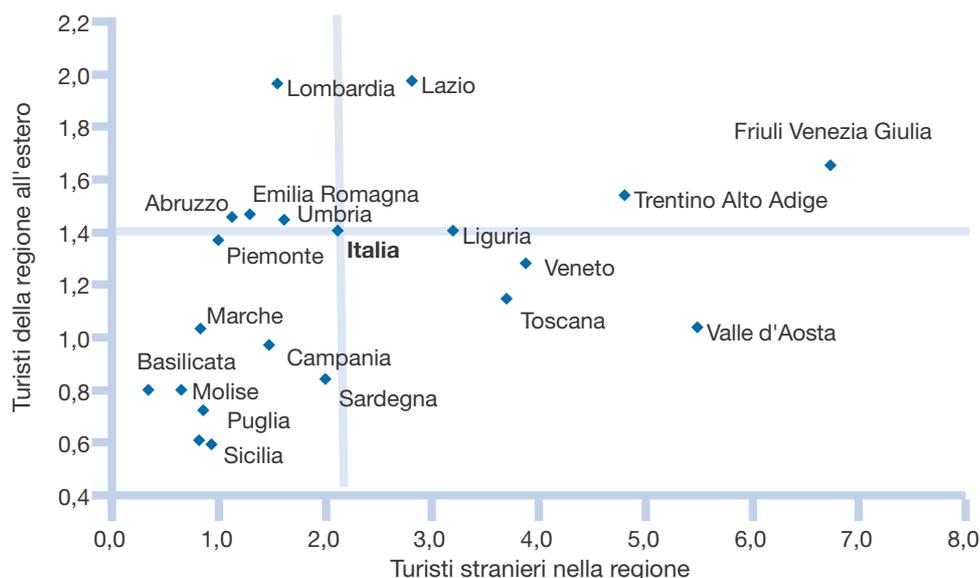
Nel 2003 la bilancia turistica nazionale fa riscontrare un surplus in diminuzione (a 9,4 miliardi di euro rispetto ai 10,4 nel 2002). Analogamente al 2002 si è registrata una diminuzione degli introiti (-2,1%) e un aumento degli esborsi (+2,4%), sebbene più contenuto rispetto a due anni fa. Secondo l'indagine sul turismo internazionale a cura dell'Ufficio italiano dei cambi<sup>(1)</sup>, il numero dei viaggiatori in entrata nel Paese è diminuito dello 0,9%, così come si sono anche contratte le spese pro capite (-1,2%).

Il numero di viaggiatori in uscita è cresciuto, invece, del 3%, anche se con una lieve diminuzione nella spesa procapite (-0,6%). Le spese per motivi di vacanza sono aumentate soprattutto verso i Paesi dell'America Latina, la Svizzera, i nuovi membri dell'Ue e l'Oceania, mentre sono diminuite quelle per motivi di lavoro. Le spese degli stranieri si sono ridotte, invece, per ambedue le voci, anche se la contrazione ha riguardato prevalentemente le spese dei viaggiatori per motivi di lavoro e, da un punto di vista geografico, soprattutto dalle aree esterne all'Unione europea.

Tali andamenti riflettono la debolezza della congiuntura economica e dell'apprezzamento dell'euro nello spiegare la minor capacità di attrazione dei flussi di turismo estero, mentre la maggior tenuta dei consumi ha consentito una certa espansione del turismo internazionale in uscita, per il quale il valore dell'euro può aver costituito un elemento favorevole.

Si ricorda che il Piemonte si caratterizza nel contesto nazionale per una minor incidenza della spesa legata all'afflusso di turisti stranieri, pari all'1% del Pil regionale a fronte di un valore superiore al doppio a livello nazionale, mentre la spesa dei piemontesi per viaggi all'estero non si discosta sostanzialmente dalla media nazionale.

### Spesa per viaggi all'estero in % del Pil nelle regioni italiane



Fonte: elaborazioni su dati Uic, Indagine sul turismo internazionale dell'Italia

In Piemonte, contrariamente alla dinamica nazionale, i dati dell'Uic confermano il quadro delineato dall'Osservatorio regionale, stimando un andamento espansivo dei flussi in entrata di stranieri, cresciuti in termini di spesa dell'1%, ma di ben il 17,5% per numero di viaggiatori e del 4,9% per quanto riguarda i pernottamenti. Anch'essi fanno rilevare, quindi, una situazione migliore di quella nazionale, per la quale la stessa fonte indica che la spesa è diminuita del 2,1%, i viaggiatori del 2,8% e i pernottamenti del 3,1%.

I primi sei mesi del 2004 confermerebbero, inoltre, questa ripresa piemontese, con un aumento della spesa dei turisti stranieri dell'11,9% (un valore analogo a quello nazionale, del +11,6%), mentre il numero di viaggiatori sarebbe tuttavia diminuito del 16,4% (+0,4% in Italia) di contro ad una crescita dei pernottamenti del 5,7%.

Il 2003 ha rivelato andamenti difformi per le diverse tipologie di viaggio nei movimenti in entrata. La spesa per le vacanze si è contratta del 16,3%, mentre è cresciuto il numero sia dei viaggiatori che dei pernottamenti, nonostante una diminuzione della durata media della visita.

Viceversa aumenta la spesa dei viaggi per motivi di lavoro (+5,8%), in seguito ad un sensibile incremento dei pernottamenti, ma con una diminuzione del numero di viaggiatori.

In sostanza il profilo che sembra emergere dall'evoluzione dei flussi turistici stranieri nella regione nel 2003 è quello di una sostanziale tenuta della spesa complessiva grazie ai flussi per lavoro, nonostante la loro riduzione in termini di visitatori, mentre al cospicuo aumento delle visite per vacanza si è associata una riduzione della durata della permanenza e della spesa, in parte anche dovuta ad un aumento degli escursionisti.

### Turisti stranieri in Piemonte per nazionalità Anno 2003

	Spesa <sup>(a)</sup>			Viaggiatori <sup>(b)</sup>			Pernottamenti <sup>(b)</sup>		
	valori assoluti	%	variazione 2002-2003 <sup>(c)</sup>	valori assoluti	%	variazione 2002-2003 <sup>(c)</sup>	valori assoluti	%	variazione 2002-2003 <sup>(c)</sup>
Francia	254	23,2	4,8	1.297	33,4	18,9	4.568	28,2	11,5
Germania	191	17,4	-0,6	705	18,2	27,0	2.271	14,0	-44,6
Regno Unito	92	8,4	33,0	191	4,9	23,7	1.206	7,4	75,9
Spagna	36	3,3	-0,1	109	2,8	-6,4	673	4,1	-8,7
Belgio	16	1,5	-1,8	59	1,5	31,2	174	1,1	7,4
Olanda	32	3,0	-29,0	112	2,9	10,9	573	3,5	33,7
Austria	16	1,4	-25,0	46	1,2	27,4	163	1,0	-31,6
Grecia	5	0,5	164,7	16	0,4	44,2	45	0,3	145,0
Polonia	8	0,7	27,1	19	0,5	-19,6	224	1,4	104,2
Slovenia	1	0,1	12,5	3	0,1	-79,6	11	0,1	-25,1
Ue	651	59,4	3,2	2.557	65,9	19,1	9.907	61,1	-6,4
Croazia	5	0,5	108,2	8	0,2	3,4	45	0,3	114,9
Svizzera	177	16,2	7,4	897	23,1	46,2	2.368	14,6	24,5
Altri paesi europei	84	7,7	57,8	197	5,1	56,1	2.168	13,4	85,3
Giappone	42	3,8	-5,5	32	0,8	-14,1	172	1,1	22,6
Usa	67	6,1	-33,1	86	2,2	-25,0	430	2,7	-13,4
Altri Paesi non europei	69	6,3	15,1	105	2,7	12,2	1.128	7,0	69,3
<b>Totale</b>	<b>1.095</b>	<b>100,0</b>	<b>3,7</b>	<b>3.882</b>	<b>100,0</b>	<b>23,7</b>	<b>16.219</b>	<b>100,0</b>	<b>8,2</b>

<sup>(a)</sup> dati in milioni di euro

<sup>(b)</sup> dati in migliaia

<sup>(c)</sup> le variazioni possono differire da quanto riportato nel testo poiché calcolati su dati 2002 per Paese provvisori

Fonte: Uic, Indagine sul turismo internazionale dell'Italia

La quota di viaggi per motivi di lavoro è pari al 37,9% della spesa complessiva nel 2003, presentando in Piemonte un'incidenza di poco superiore a quella rilevata nel 2002 e collocando la regione al secondo posto fra le quelle italiane per l'incidenza di questo tipo di turismo dopo la Lombardia. Secondo l'indagine dell'Ufficio italiano dei cambi, inoltre, la provenienza dei viaggiatori stranieri, in relazione alla consistenza dei pernottamenti e della relativa spesa, mette in luce una situazione differente rispetto a quella che si osservava nella rilevazione presso le strutture ricettive, che non stupisce alla luce delle diverse caratteristiche delle due rilevazioni.

In questo caso, infatti, la Francia si colloca al primo posto per livello di spesa (23,2%), ma anche dei viaggiatori (33,4%) e dei pernottamenti complessivi (28,1%).

La Germania si colloca, invece, al terzo posto con il 17,4% della spesa, il 18,2% del totale dei viaggiatori e il 14% dei pernottamenti. Segue la Svizzera con il 23,1% dei viaggiatori, il 16,2% della spesa e il 14,6% dei pernottamenti.

I turisti americani, con solo il 2,2% dei viaggiatori ed il 2,7% dei pernottamenti, coprono peraltro ben il 6,1% della spesa: uno scarto non dissimile fra volume delle presenze e spesa, a vantaggio di quest'ultima, è riferibile al turismo giapponese.

Fra i Paesi che presentano il livello maggiore di spesa per viaggiatore si trovano Usa e Giappone, i quali denotano anche un alto livello di spesa per pernottamento, che si distacca nettamente da quello per le altre nazionalità. Le posizioni più basse della graduatoria sono occupate dai francesi, i quali denotano un livello relativamente basso di pernottamenti per viaggiatore oltre ad un altrettanto basso livello di spesa per pernottamento. Una situazione, questa, che accomuna le provenienze da un'altra area confinante come la Svizzera.

#### Viaggiatori stranieri. Caratteristiche del viaggio Anno 2003

Provenienza viaggiatori	Spesa/pernottamenti (euro)	Pernottam./viaggiatori (n.)	Spesa/viaggiatore (euro)
Francia	55,6	3,5	195,6
Germania	83,9	3,2	270,3
Regno Unito	76,5	6,3	484,0
Spagna	53,6	6,2	330,3
Belgio	91,9	3,0	271,9
Olanda	56,5	5,1	298,4
Austria	96,1	3,5	336,9
Grecia	119,9	2,8	339,5
Polonia	36,5	11,9	434,1
Slovenia	69,1	4,3	300,1
Ue	65,7	3,9	254,7
Croazia	117,0	5,6	651,3
Svizzera	74,8	2,6	197,4
Altri Paesi europei	38,9	11,0	427,3
Giappone	241,5	5,4	1.297,9
Usa	154,9	5,0	774,4
Altri Paesi non europei	61,3	10,8	659,4
<b>Totale</b>	<b>67,5</b>	<b>4,2</b>	<b>282,1</b>

Fonte: Uic, Indagine sul turismo internazionale dell'Italia

L'Ufficio italiano dei cambi nell'indagine sul turismo internazionale rileva, specularmente a quanto avviene per gli ingressi di turisti stranieri, i viaggi all'estero dei residenti per regione di residenza, secondo analoghe modalità.

Nel 2002 il numero di viaggiatori piemontesi verso destinazioni estere è stato stimato in 4.195.000 di cui 1.230.000 per motivi di lavoro, pari al 29,2% del totale; in termini di spesa venivano complessivamente totalizzati 1.502.000 euro di cui 639mila riferiti ai solo viaggi per motivi di lavoro, pari al 42,5% della spesa totale.

Il 36,8% dei soggiorni all'estero non ha dato luogo ad alcun pernottamento, mentre il 33,6% ha riguardato pernottamenti in albergo, il 13,7% presso parenti o amici, il 3,8% in casa in affitto e il restante 12% in altre strutture.

Per quanto riguarda i Paesi visitati nel 2003, la prima meta in ordine di importanza è risultata ancora la Francia, verso la quale si è diretto il 38% dei visitatori (era il 46,4% del totale nel 2002) con spesa e pernottamenti che rappresentano circa il 20% del totale (il 30% circa nel 2002).

Si conferma in seconda posizione la Svizzera, con il 24% delle visite, ma con una quota molto più limitata in termini sia di pernottamenti che di spesa. Quindi si registrano altre importanti mete nell'ambito dell'Unione europea: in ordine, la Germania, la Spagna, l'Austria e il Regno Unito.

Fra le destinazioni dei viaggi dei piemontesi mantiene una posizione di rilievo la Romania, mentre sono pochi i viaggiatori verso gli Stati Uniti, anche se il livello di spesa relativo appare apprezzabile (9,7% del totale) e più elevato rispetto al 2002.

### Le principali destinazioni dei viaggi dei piemontesi Anno 2003

	Valori Assoluti			%			Rapporti		
	spesa <sup>(a)</sup>	viaggiatori <sup>(b)</sup>	pernott. <sup>(b)</sup>	spesa <sup>(a)</sup>	viaggiatori <sup>(b)</sup>	pernott. <sup>(b)</sup>	spesa/ pernott. <sup>(a)</sup>	pernott./ viaggiatori <sup>(b)</sup>	spesa/ viaggiatori <sup>(a)</sup>
Francia	315	1.594	4.668	21,0	38,0	20,6	67,5	2,9	19,8
Svizzera	92	1.006	1.112	6,1	24,0	4,9	82,6	1,1	9,1
Germania	71	191	1.034	4,7	4,6	4,6	68,8	5,4	37,2
Spagna	99	154	1.587	6,6	3,7	7,0	62,1	10,3	63,8
Romania	65	134	2.180	4,3	3,2	9,6	29,7	16,3	48,5
Austria	34	101	462	2,3	2,4	2,0	73,2	4,6	33,5
Usa	145	71	1.345	9,7	1,7	5,9	108,2	18,9	204,6
Regno Unito	58	58	1.126	3,9	1,4	5,0	51,7	19,3	100,1
Egitto	34	55	416	2,3	1,3	1,8	82,4	7,6	62,3
Brasile	27	22	527	1,8	0,5	2,3	50,6	23,8	120,6
Cuba	10	12	140	0,7	0,3	0,6	72,9	11,5	83,6
Altri Paesi europei	232	501	4.070	15,5	11,9	17,9	57,0	8,1	46,4
Altri Paesi non europei	319	295	4.030	21,3	7,0	17,8	79,2	13,6	108,1
<b>Totale</b>	<b>1.502</b>	<b>4.195</b>	<b>22.701</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>66,2</b>	<b>5,4</b>	<b>35,8</b>

<sup>(a)</sup> dati in milioni di euro

<sup>(b)</sup> dati in migliaia

Fonte: Uic, Indagine sul turismo internazionale dell'Italia

## 1.10 L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA UNIVERSITARIO

A cura di Ires Piemonte - Vittorio Ferrero

In una regione come il Piemonte, che dovrà affidare le sue prospettive ad un'economia e ad una società sempre più basate sulla conoscenza, il sistema della formazione e dell'istruzione rappresenta un elemento critico per le politiche di sviluppo regionale.

In particolare, il sistema universitario è chiamato a svolgere un ruolo determinante per l'impulso che offre al sistema regionale della ricerca e dell'innovazione e al bacino di capitale umano del Piemonte. In ambedue gli ambiti i processi di internazionalizzazione divengono sempre più rilevanti.

Un primo indicatore del grado d'internazionalizzazione del sistema universitario regionale è costituito dalla presenza di studenti stranieri. Gli Atenei regionali registrano un'incidenza di iscritti stranieri leggermente inferiore alla media nazionale: a fronte di una media nazionale di 1,8 studenti stranieri su 100 italiani iscritti, nell'anno accademico 2002-2003 l'Università di Torino presentava un valore analogo, mentre nell'Università del Piemonte Orientale e nel Politecnico di Torino si rilevava un'incidenza minore, pari rispettivamente all'1,3%, e all'1,1%.

Per quanto riguarda la provenienza degli stranieri si può osservare una prevalenza degli studenti albanesi, seguiti da greci, marocchini, rumeni e peruviani. Se si escludono gli studenti degli altri paesi dell'Unione europea, le istituzioni universitarie regionali risultano attrattive soprattutto per coloro che provengono da Paesi con un sistema dell'istruzione più debole.

La popolazione universitaria straniera dipende, ovviamente, anche dalle nazionalità presenti nei flussi immigratori regionali.

### Studenti stranieri iscritti negli Atenei piemontesi secondo le principali provenienze A.a. 2002-2003

Università di Torino		Università del Piemonte Orientale		Politecnico di Torino	
Albania	306	Albania	31	Albania	53
Grecia	134	Grecia	25	Marocco	21
Romania	64	Marocco	9	Grecia	20
Perù	55	Polonia	6	Francia	16
Marocco	45	Russia	4	Iran	11
Francia	30	Iran	3	Camerun	10
Polonia	27	Israele	3	Libano	10
Camerun	26	Romania	3	Perù	9
Iran	22	-	-	Romania	9
Bulgaria	21	-	-	Spagna	8
Germania	20	-	-	-	-
Russia	19	-	-	-	-
<b>Totale stranieri</b>	<b>1.076</b>	-	<b>108</b>	-	<b>264</b>

Fonte: Miur-Urst, Ufficio di Statistica, Indagine sull'istruzione universitaria 2003

Il livello di attrattività degli studenti stranieri esprime molto parzialmente il grado di internazionalizzazione di un sistema universitario regionale come quello piemontese, che è orientato per tradizione al sistema locale.

Più significativo è il quadro che emerge dall'insieme delle attività internazionali degli Atenei regionali, che consente di offrire al sistema locale un inserimento nelle reti transnazionali della formazione e della ricerca.

## L'UNIVERSITÀ DI TORINO

Fin dagli anni Ottanta, l'Ateneo è stato fra i primi ad aprirsi alla dimensione internazionale, con la stipula di numerosi accordi di collaborazione con altre istituzioni straniere. Nel corso degli ultimi anni tali relazioni sono costantemente cresciute, tanto che, a tutt'oggi, gli accordi esistenti fra l'Università di Torino e altri enti stranieri ammontano a 270.

La loro articolazione vede la preminenza degli accordi specifici, che hanno un carattere maggiormente operativo rispetto agli accordi quadro. Sotto il profilo temporale, la cooperazione internazionale dell'Università di Torino è aumentata in misura considerevole a partire dal 1999: tale espansione è anche collegata alla nascita dell'Isasut (International School of Advanced Studies of the University of Turin), un organismo interfacoltà che ha come obiettivo principale la promozione della didattica di III livello dell'Ateneo.

### Accordi internazionali dell'Università di Torino per nazionalità del partner e tipo di accordo Anno 2004

	Totale	Accordo Isasut	Accordo quadro	Accordo specifico	Dottorato internazionale	Laurea internazionale	Master internazionale	Protocollo aggiuntivo	Protocollo d'intesa
Europa	147	28	30	53	6	9	2	14	5
America settentr.	14	2	2	10	0	0	0	0	0
America centrale	9	0	5	3	0	0	0	3	0
America merid.	54	1	23	17	0	0	0	2	11
Medio Oriente	5	1	1	2	1	0	0	0	0
Africa	21	2	6	13	0	0	0	0	0
Asia	18	2	6	6	0	0	0	2	2
Oceania	2	0	0	2	0	0	0	0	0
<b>Totale</b>	<b>270</b>	<b>36</b>	<b>73</b>	<b>106</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>18</b>

Fonte: Università di Torino

Negli anni più recenti un impulso considerevole alla formalizzazione di nuovi rapporti di cooperazione internazionale è giunto dai programmi di internazionalizzazione del Miur. Si può riconoscere, inoltre, un'evoluzione degli accordi di cooperazione dal punto di vista qualitativo: dai tradizionali accordi bilaterali per collaborazioni per lo più di ricerca si sta passando ad accordi a rete che comprendono più partner di Paesi diversi. Si è registrata poi un'espansione degli accordi per la creazione di percorsi didattici congiunti per il rilascio del doppio titolo (italiano e straniero) oltre che di accordi specifici per lo scambio di studenti al di fuori dello schema Socrates-Erasmus.

L'Università di Torino propone sette lauree binazionali e circa 40 accordi inerenti i dottorati internazionali. Dal punto di vista della distribuzione geografica, l'area nella quale gravitano la maggior parte degli accordi è l'Europa, con una netta prevalenza delle collaborazioni con la Francia, con la quale l'Ateneo intrattiene rapporti privilegiati, ma anche con la Germania, la Polonia e la Russia. Va ricordato che l'America Latina (in particolare, Argentina e Brasile) rappresenta la seconda area di proiezione internazionale dell'Università di Torino, con circa un quinto del totale degli accordi. L'Ateneo torinese intrattiene, inoltre, intensi rapporti con le organizzazioni internazionali del sistema Onu presenti sul territorio - il Centro di formazione internazionale dell'Oil, l'Unicri, lo Staff College - attraverso lo sviluppo di numerosi corsi come l'International Trade Law Course, il Master in Gestione dello sviluppo, il Master in Diritto della proprietà intellettuale, il Corso di specializzazione in Scienze internazionali e diplomatiche, e il Corso post laurea in Cultural Projects for Development. Per quanto riguarda il programma Socrates-Erasmus relativo alla mobilità di studenti e docenti, l'Università di Torino attiva scambi con più di 400 Atenei europei: il numero di studenti in mobilità è andato costantemente crescendo, passando da 455 nel 1997-1998 ad oltre 650 nel 2003-2004. I Paesi maggiormente richiesti sono Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. Anche la mobilità in entrata riflette la struttura per Paese dei flussi in uscita, con una maggior accentuazione per i francesi e minore per gli spagnoli: è apprezzabile, inoltre, la partecipazione al programma nell'Università di Torino di studenti rumeni.

#### IL POLITECNICO DI TORINO

I programmi internazionali del Politecnico coprono attualmente aspetti tra loro molto diversificati: dai rapporti bilaterali e multilaterali con Università o istituzioni di ricerca di vari Paesi, alle attività di raccordo tra l'Ateneo e l'Unione europea su progetti di ricerca, formazione e strutturali, sino alla gestione degli scambi accademici di studenti, professori e personale dello staff. A queste attività si aggiungono quelle di valutazione dei progetti di ricerca europea e di valutazione delle strutture didattiche internazionali.

Il panorama delle relazioni internazionali dell'Ateneo ha riscontrato un rilevante sviluppo negli ultimi 15 anni. Il fitto intreccio di rapporti si concretizza, innanzitutto, con l'adesione alle maggiori reti interuniversitarie europee selezionate sulla base del grado effettivo di attivazione dell'Ateneo e dei benefici conseguibili.

Oltre all'Europa, che costituisce il riferimento principale per l'attività internazionale dell'Ateneo, il Politecnico vanta anche alcune relazioni consolidate e di rilievo con l'America Latina, come già accennato nel caso delle attività dell'associazione Columbus (vedi pag. 70).

Qui, infatti, il Politecnico di Torino ha individuato uno dei punti focali della sua attività internazionale, basata su legami storici e culturali e, più di recente, segnata da forti interessi industriali da parte del sistema produttivo piemontese. Fra le iniziative più recenti, sono stati avviati il Progetto Murst di internazionalizzazione per consolidare i percorsi formativi che danno luogo al doppio titolo e il progetto Alpip, che ha coinvolto anche il mondo socio-economico nelle relazioni interuniversitarie, fornendo i mezzi per un importante flusso di studenti latino-americani verso il Politecnico di Torino.

## **Il Politecnico nelle reti transnazionali europee**

### **Cluster**

Il consorzio Cluster (Consortium Linking Universities of Science and Technology for Education and Research), che raggruppa 11 fra le migliori Università europee nel campo tecnico-scientifico, ha deciso recentemente di invitare alcune istituzioni extraeuropee di prestigio ad entrare nel Consorzio come membri associati. Ad oggi è stata accettata la Indian Institute of Technology (IIT-Delhi).

Dai membri del consorzio, istituzioni chiave per lo sviluppo scientifico e tecnologico a livello nazionale, europeo e mondiale, arrivano laureati di alta qualità in scienze applicate e in tecnologia dell'Unione europea.

Scopo del Cluster è rafforzare le relazioni nella didattica, nella ricerca e a livello istituzionale, in particolare mediante la promozione della mobilità di docenti e studenti e lo sviluppo congiunto di cammini formativi.

La partecipazione a Cluster è di rilevanza strategica per l'Ateneo, che la considera chiave di volta della propria strategia europea.

### **Eua (ex Cre)**

L'European Universities Association costituisce il principale forum europeo per i leader universitari e rappresenta il punto di vista delle Università rispetto ai governi.

La missione dell'Eua è promuovere lo sviluppo di un sistema coerente di formazione superiore in Europa attraverso il supporto attivo e la guida dei suoi membri.

### **Time**

La Top Industrial Managers for Europe nasce nel 1988 come Icp del programma Erasmus e si trasforma nel 1996 in consorzio coordinato dall'École centrale di Parigi.

Attualmente ne fanno parte 33 Università europee, tra cui i Politecnici di Torino e Milano. La scuola si pone come scopo principale il conferimento di doppi titoli rilasciati indipendentemente dalle due istituzioni coinvolte nella mobilità degli studenti, utilizzando borse del Programma Socrates. Le istituzioni partner devono fornire istruzione universitaria di livello superiore e avere una tradizione di relazioni consolidate con il mondo industriale nei campi della formazione e della ricerca.

### **Cesaer**

La Conference of European Schools for Advanced Engineering Education and Research è una rete di scuole d'ingegneria, fondata nel 1990 per iniziativa della Leuven Network. Raggruppa 45 Università tecniche europee: per l'Italia, oltre ai Politecnici di Torino e di Milano, vi partecipa anche l'Università La Sapienza di Roma.

- segue -

#### **Columbus**

È un'associazione senza scopo di lucro i cui soci fondatori sono il Cre e l'Aula (Associazione delle Università latino-americane). Attualmente ne fanno parte 68 Università europee e latino-americane. Ha come obiettivo lo sviluppo dell'interazione tra istituzioni europee e latino-americane di alta formazione al fine di aiutare i membri ad affrontare la domanda di diversificazione e internazionalizzazione. Offre servizi di training, valutazione, fund raising, allocazione di risorse e consulenza a Università e governi.

La partecipazione a Columbus è particolarmente rilevante alla luce della strategia dell'Ateneo, che mira a stabilire rapporti sistematici con le Università dell'America Latina per attrarre i migliori studenti. L'associazione mantiene, inoltre, rapporti privilegiati con la Commissione europea, che ne rappresenta una fonte di finanziamento e costituisce uno degli interlocutori principali nei programmi comunitari di collaborazione universitaria con l'America Latina. L'attività di Columbus si svolge in stretta collaborazione con la divisione per l'educazione superiore dell'Unesco.

#### **Conics**

Il Consorzio interuniversitario per la cooperazione allo sviluppo realizza attività per la promozione dell'internazionalizzazione delle Università aderenti, contribuendo a rafforzarne i legami con i Paesi in via di sviluppo e con quelli dell'Europa centro orientale.

Conics svolge attività per conto del Ministero a beneficio dell'intero sistema universitario nazionale, stipulando convenzioni con enti nazionali ed esteri per realizzare progetti di cooperazione accademica o studi e ricerche su temi inerenti la dimensione internazionale dell'educazione superiore.

#### **Pegasus**

La rete Partnership of a European Group of Aeronautics and Space Universities, stipulata tra Università europee che offrono formazione nel campo dell'ingegneria aeronautica e aerospaziale, è stata fondata a Toulouse nel 1998 e conta oggi 20 membri appartenenti ad otto Paesi dell'Ue. Le sue attività sono focalizzate sulla formazione universitaria di II livello in ingegneria, sull'educazione permanente e la ricerca.

Per quanto riguarda altre aree geo-economiche, si può notare come, pur in assenza di una linea coordinata verso le istituzioni dell'Europa centro orientale, le Università di questi Paesi abbiano avuto un ruolo storicamente importante nelle relazioni internazionali del Politecnico di Torino.

Sono determinanti, ad esempio, gli accordi quadro con la Federazione Russa, la Repubblica Slovacca e la Romania. Nei confronti dei Paesi recentemente entrati nell'Ue, inoltre, sono stati progressivamente estesi gli strumenti comunitari di mobilità.

I rapporti con l'America del nord (Canada e Usa) riguardano soprattutto il campo della ricerca e, più raramente, la formazione di III livello: nei confronti degli Usa la mobilità studentesca è poi complicata dalle profonde differenze nei sistemi formativi, mentre è più praticata la mobilità dei docenti.

Solo recentemente, nel 2000, il Politecnico ha avviato una specifica linea d'intervento verso i Paesi non Ue del Mediterraneo (in particolare Egitto, Turchia e Israele) finalizzata a promuovere attività cooperative di ricerca e sviluppo, trasferimento tecnologico, partnership fra industria e università e di educazione permanente: le collaborazioni nell'area hanno subito, peraltro, l'inasprimento degli effetti negativi dei conflitti in Medio Oriente a partire dal 2001. Mentre non esistono significative relazioni con Atenei africani, è notevole, invece, l'attività svolta dalla Scuola di specializzazione di Architettura a favore dei Paesi in via di sviluppo nel continente africano.

Finora il Politecnico non è riuscito, invece, ad avviare azioni di sistema in Asia, sia per mancanza di sostanziali motivazioni, sia per le quasi insormontabili difficoltà linguistiche.

Tra le collaborazioni più rilevanti si segnalano quelle con il Giappone, dove continuano a svilupparsi molte relazioni nel campo della ricerca, con la Thailandia e la Cina. Potrà essere utile per il Politecnico interessare relazioni di ogni tipo con istituzioni indiane, visto l'alto livello di formazione che queste impartiscono e la familiarità con la lingua inglese. Le relazioni con l'Australia, benché molto recenti, hanno già prodotto mobilità di studenti verso il Politecnico. Le istituzioni partner, sia a Melbourne che a Sydney, offrono formazione di alto livello, sia in ingegneria che in architettura, con laboratori attrezzati e valide strutture di supporto per gli studenti.

Un altro aspetto di rilievo nei percorsi di internazionalizzazione nel campo della formazione è rappresentato dai progetti sviluppati con alcune Università di gran prestigio per la messa a punto di percorsi formativi misti che permettono di ottenere il doppio titolo.

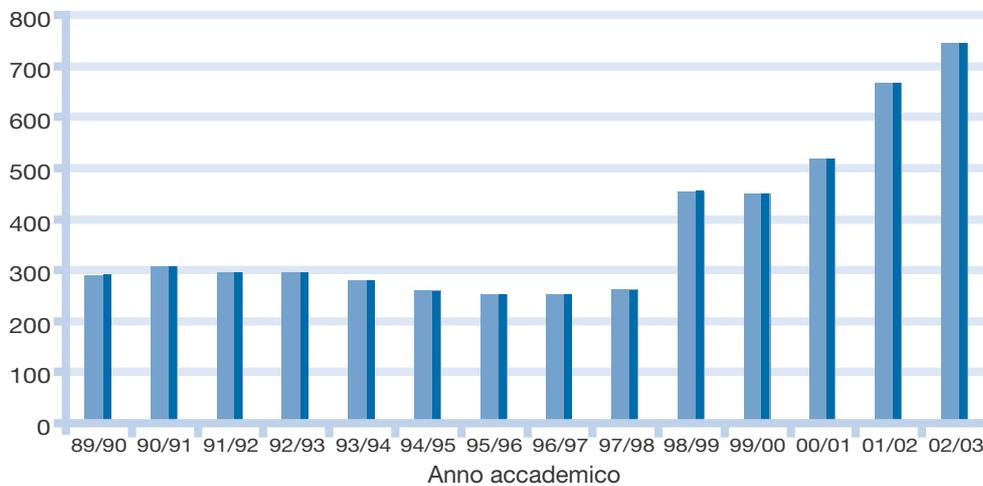
La maggior parte di tali progetti sono in ambito europeo, e si riferiscono in primo luogo alla Francia ed alla Spagna, ma riguardano anche la Svezia, la Germania, la Svizzera e il Regno Unito. Fra queste si rileva anche l'importanza delle citate esperienze con l'area sudamericana.

Per quanto riguarda i flussi in entrata legati all'acquisizione del doppio titolo, prevalgono la Spagna e la Francia, seguite da Cile e Venezuela; i flussi in uscita si dirigono in massima parte verso istituzioni universitarie francesi, seguite da quelle spagnole, svedesi e del Regno Unito.

Il Politecnico di Torino si è sempre collocato nei primi posti della graduatoria degli Atenei italiani per il numero di borse di mobilità assegnate agli studenti, che tendono ad aumentare negli anni. La mobilità coinvolge anche ricercatori e docenti sia negli schemi del programma Socrates che nei progetti visiting-professor e visiting-fellow presso Università e istituti di ricerca europei ed extraeuropei. Anche in questo caso, Francia e Spagna risultano le principali destinazioni scelte dagli studenti del Politecnico, mentre fra le aree di provenienza spiccano, accanto ai Paesi iberici, quelli latino-americani.

La politica di internazionalizzazione del Politecnico si prefigge di trasformare l'Ateneo in un polo di attrazione per la formazione internazionale, sviluppando sempre di più le attività internazionali nell'ambito delle reti accademiche e incrementando gli accordi e la mobilità con istituzioni prestigiose, in particolare quelle dei Paesi extraeuropei avanzati. Inoltre, mira a stimolare gli accordi e la mobilità con istituzioni delle aree geografiche strategiche, quali l'America Latina, il Mediterraneo, il Sud Est Asiatico e l'Europa centrale e orientale, oltre a colmare la fragilità di rapporti con le istituzioni dell'Est Europeo e dell'India. Infine, intende favorire lo sviluppo di una rete di progetti di doppio titolo per la Facoltà di Architettura.

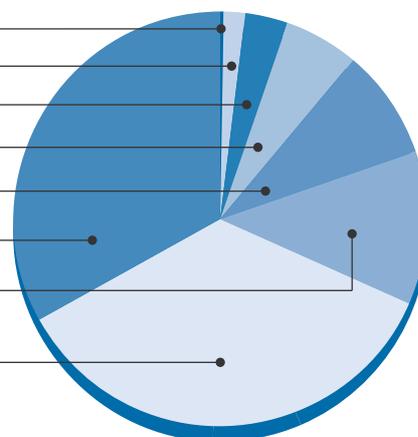
**Numero di studenti stranieri presso il Politecnico di Torino (iscritti e in mobilità)**



Fonte: Politecnico di Torino

**Studenti stranieri presso il Politecnico per area geografica di provenienza<sup>(a)</sup>  
A.a. 2002-2003**

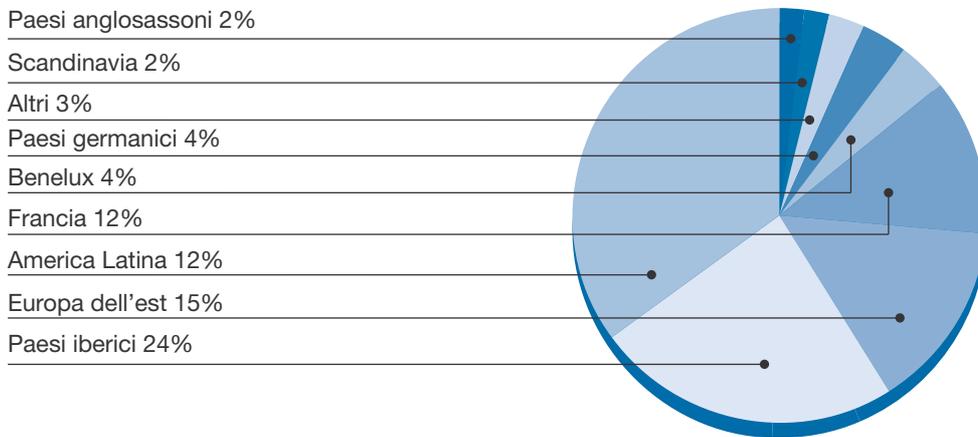
- Nord America 0%
- Ex Jugoslavia 2%
- Africa 3%
- Maghreb 6%
- Asia 9%
- America Latina 33%
- Europa centro orientale 12%
- Eu- Efta 35%



<sup>(a)</sup> iscritti e in mobilità

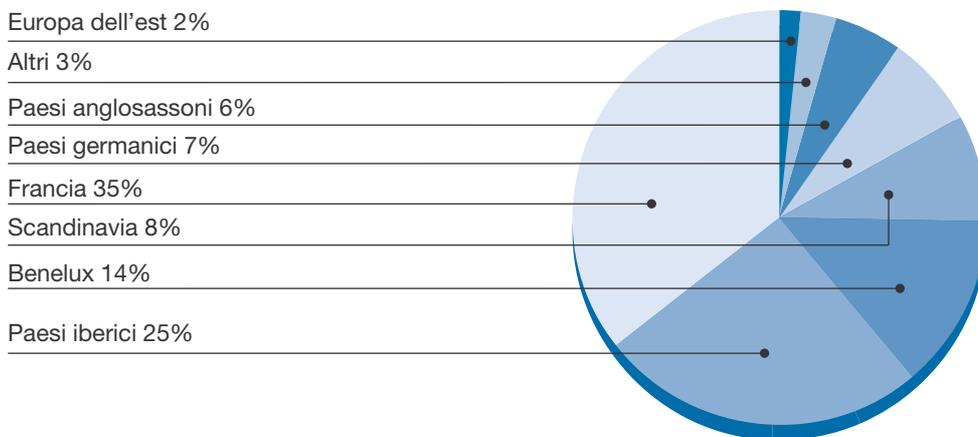
Fonte: Politecnico di Torino

**Ripartizione della mobilità di studenti in ingresso in base all'area geografica di provenienza  
A.a. 2003-2004**



Fonte: Politecnico di Torino

**Ripartizione della mobilità di studenti in uscita in base all'area geografica di destinazione  
A.a. 2003-2004**



Fonte: Politecnico di Torino

## 2.1 LE POLITICHE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA REGIONE PIEMONTE

A cura di *Franco Amato* – Direttore Programmazione Regione Piemonte

La crescente importanza dell'internazionalizzazione dell'economia ha avuto, negli ultimi anni, ampio rilievo nelle politiche della Regione Piemonte, sia per ciò che concerne l'interscambio di merci e servizi che per gli investimenti diretti esteri in entrata e gli investimenti diretti piemontesi all'estero.

In questa prospettiva il consolidamento della collocazione del sistema economico regionale nelle reti di integrazione mondiale si realizza anche grazie all'inserimento in questo processo di una più ampia base di imprese, che si affiancano alla tradizionale presenza delle aziende leader.

Alla spinta a spostare all'estero le fasi standardizzate della produzione, e quella a una maggior intensità di lavoro, corrisponde un necessario riposizionamento dei sistemi produttivi territoriali verso il rafforzamento delle funzioni di servizio: indagini di mercato, marketing, promozione, gestione delle reti produttive internazionali, organizzazione aziendale e finanziaria, ricerca e innovazione, design, formazione.

A queste condizioni, l'estensione globale delle reti di impresa, e la stessa delocalizzazione di fasi di produzione, è un processo che deve essere positivamente governato perché, per le imprese e per il sistema produttivo, è un modo determinante per essere competitive.

Risulterà così opportuno rafforzare e razionalizzare le strutture e i servizi volti a favorire il riposizionamento del sistema produttivo regionale nel mercato mondiale, sia sotto il profilo degli scambi commerciali che dell'attrazione di investimenti esteri o del sostegno alla internazionalizzazione attiva.

Tenuto conto della crescente competizione tra i territori e del venir meno, dopo il 2006, di una parte delle risorse provenienti dal Docup, sul fronte dell'internazionalizzazione si impone sia un intervento sul piano legislativo che su quello organizzativo.

Per ciò che concerne l'export, la L.r. 32/87 ha ormai 17 anni e, quindi, non è più adeguata ai grandi cambiamenti avvenuti su scala nazionale e mondiale: pertanto è necessaria una profonda rivisitazione normativa della disciplina degli interventi di promozione e internazionalizzazione.

Un nuovo strumento dovrà quindi essere configurato in modo da supportare la promozione degli investimenti di imprese, singole o associate, per la prospezione di nuovi mercati e per la definizione di nuovi canali commerciali, oltre che per la partecipazione a fiere e manifestazioni espositive, in una prospettiva di coordinamento e di integrazione regionale e nazionale, per evitare un'improduttiva frammentazione di impegni e una eccessiva proliferazione di iniziative sporadiche e di basso impatto.

Sul piano delle strutture che operano per l'internazionalizzazione sul fronte dell'interscambio sono attivi il Centro Estero Camere Commercio Piemontesi, lo Sportello Sprint e l'Ima (l'Istituto per il marketing agroalimentare che ha avviato la sua attività nei mesi scorsi) e sono in corso numerosi qualificati progetti, tra cui il "From Concept to car" per la promozione del settore automotive sui mercati internazionali. Sul fronte dell'attrattività la Regione è socio fondatore sia di Itp, Agenzia per l'attrazione degli Investimenti esteri, che di Film Commission.

In tale contesto si colloca un nuovo rapporto con l'attuale Centro Estero Camere Commercio Piemontesi, che verrà trasformato in una Società consortile denominata "Centro estero per l'internazionalizzazione", in modo da garantirle sia una maggiore flessibilità decisionale che una più elevata duttilità operativa.

Complessivamente la Regione Piemonte ritiene fondamentale la creazione di un livello di coordinamento per le imprese che intendono sviluppare il proprio export e per quelle che intendono localizzarsi all'estero.

Uno strumento conoscitivo quale il Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte, giunto alla seconda edizione, offre la necessaria messa di dati e riflessioni sulle iniziative in corso e rappresenta una base fondamentale per la definizione della strategia per l'internazionalizzazione efficace e condivisa.

### **La cooperazione allo sviluppo nella dimensione internazionale del Piemonte**

A cura di Ires Piemonte - *Vittorio Ferrero*

Nel documento della Regione Piemonte sull'attività di cooperazione internazionale 2003, si rileva come, in un quadro internazionale caratterizzato da una rapida internazionalizzazione economica e culturale, ma anche da accentuate instabilità in aree regionali vicine (Balcani, Medio Oriente e Africa centrale), l'azione specifica della cooperazione allo sviluppo della Regione Piemonte si rivolga ad alcune aree di specifico interesse:

- nella zona del Corridoio n. 5 (Ungheria, Slovenia e Balcani), per rafforzare la direttrice di sviluppo europeo più coerente con gli interessi piemontesi, in particolare nell'area dei Balcani
- nel Maghreb (Marocco e Tunisia), in vista della liberalizzazione, prevista per il 2010, degli scambi commerciali con la sponda sud del Mediterraneo e per relazionarsi con Paesi di elevato flusso migratorio verso la nostra Regione
- nel Sahel mediante un apposito Programma di sicurezza alimentare nei Paesi del Niger, Mali, Senegal e Burkina Faso
- In Russia, Cina e Corea per consolidare i rapporti con le istituzioni locali e sostenere lo sviluppo di rapporti economico-commerciali
- in Mongolia e Afghanistan con interventi di emergenza e solidarietà
- in Argentina e Brasile, Paesi nei quali è forte la presenza di immigrati piemontesi, con interventi di emergenza nel campo socio-sanitario e dello sviluppo economico.

Nello specifico, la Regione Piemonte è attualmente coinvolta in due progetti twinning dell'Ue con l'Ungheria per la realizzazione di gemellaggi fra amministrazioni ed enti degli stati membri dell'Ue e organismi omologhi dei Paesi candidati al fine di rafforzare la capacità istituzionale, amministrativa e giudiziaria dei Paesi candidati.

Essi prevedono un programma di preparazione regionale per l'attuazione della normativa, recentemente conclusa, relativa ai Fondi Strutturali e di quella comunitaria ambientale attraverso la creazione di ispettorati nazionali e regionali, in corso di realizzazione.

La Regione inoltre interviene nell'area balcanica dalla metà degli anni Novanta secondo le modalità di cooperazione decentrata, concertando proposte con le autorità del Cantone di Zenica e Doboj per rafforzare le istituzioni locali bosniache e sviluppare collaborazioni con enti e istituzioni che lavorano nel Cantone e per sostenere il sistema produttivo locale, coinvolgendo le imprese piemontesi.

- segue -

Nel 2003, inoltre, è stato sottoscritto l'“Accordo di Programma Regione Piemonte - Ministero degli Affari Esteri” per l'avvio di iniziative di cooperazione internazionale nei Paesi dei Balcani per la stabilizzazione, la ricostruzione e lo sviluppo dell'area.

L'Accordo prevede uno stanziamento del Ministero degli Esteri pari a 810mila euro per la realizzazione del Programma di interventi elaborato dalla Regione Piemonte (Programma operativo integrato) in collaborazione con enti ed istituzioni piemontesi.

In Marocco, è poi in corso un progetto di cooperazione con la Regione di Chaouia-Ouardigha nel campo dello sviluppo locale.

L'intervento riguarda le due Province di Khouribga e Benslimane e punta ad azioni di sostegno alla creazione d'impiego e creazione d'impresa (in particolare con il coinvolgimento della Provincia e del Comune di Alessandria).

Inoltre, sempre in Marocco, la Regione Piemonte partecipa ad un progetto per la formazione di quadri, lo studio di fattibilità ambientale e servizi formativi per la gestione del Parco industriale progettato dalla Regione di Rabat (nato dalla cooperazione tra la Regione francese di Rhone-Alpes e la Regione marocchina di Rabat), finalizzato a creare una area industriale quale strumento di stimolo per gli investimenti.

Nel 1997 la Regione Piemonte ha approvato il primo “Programma di sicurezza alimentare nell'area del Sahel”: da allora l'amministrazione prosegue il suo impegno nei confronti delle popolazioni del Sahel, con interventi attinenti alla sicurezza alimentare nel quadro della lotta alla povertà e, in particolare, con azioni per lo sviluppo rurale.

Le risorse finanziarie complessivamente impegnate nel periodo di attuazione del programma (1997-2003) sono state pari a circa 7,3 milioni di euro, attivando circa 15 milioni di euro di investimento. Il programma ha coinvolto circa 350 enti piemontesi, tra beneficiari di contributi e partner, mentre i progetti hanno visto il coinvolgimento operativo di 20 enti locali e la sensibilizzazione di circa 40 soggetti.

La Regione, inoltre, al fine di promuovere le azioni di cooperazione decentrata da parte dei Comuni e degli enti locali piemontesi, ha destinato una parte delle risorse all'attuazione della L.r. 67/95 per il sostegno di quelle iniziative che i Comuni e gli enti locali, singolarmente o associati tra loro, hanno autonomamente attivato al di fuori delle aree dell'intervento regionale considerate prioritarie, già destinatarie di appositi finanziamenti.

---

La Regione Piemonte persegue un piano politico diretto a promuovere ed accrescere il proprio ruolo internazionale. Le priorità delle azioni dell'ente in questo ambito possono ricondursi ai seguenti obiettivi:

- assicurare appoggio istituzionale ad imprenditori, enti ed associazioni piemontesi che sono impegnati in contatti con realtà estere
- raccordare azioni e iniziative di soggetti piemontesi diversi, in una logica di sistema
- stabilire rapporti con altre realtà regionali, anche attraverso la partecipazione a specifici programmi europei (come, ad esempio, Interreg, Twinning e Ecos Ouverture)

- segue -

- trasferire idee ed esperienze ad istituzioni locali estere per favorire processi di decentramento amministrativo e di liberalizzazione economica
- favorire flussi di investimento privati e flussi turistici da Paesi esteri verso il Piemonte
- ridurre le tensioni sociali connesse al fenomeno dell'immigrazione di cittadini extracomunitari in Piemonte
- sostenere il sistema economico produttivo ed in particolare le Pmi nel loro processo di internazionalizzazione.

### **Autotess: ampliare gli orizzonti per competere nel Nafta**

A cura del Centro Estero Camere Commercio Piemontesi - *Francesca Corsini*



La promozione del territorio piemontese sul mercato messicano si fonde con programmi di formazione rivolti a manager messicani, in un progetto che nel 2004 ha terminato la sua prima annualità: Autotess. Il nome accorpa i settori coinvolti dall'iniziativa, l'auto ed il tessile, comparti produttivi che trovano una corrispondenza nella vocazione manifatturiera di Messico e Piemonte.

Il progetto è stato ideato per fornire agli imprenditori e ai manager messicani partecipanti tecniche e strumenti finalizzati a sviluppare le competenze per un approccio efficace al mercato europeo e, viceversa, alle imprese piemontesi, per l'area Nafta. Soprattutto, il progetto è stato concepito con l'obiettivo di creare o rafforzare i contatti per la crescita del sistema Piemonte su un Paese sensibile all'interscambio con l'Italia e che, recentemente, si è attestato tra i Paesi emergenti a minore rischio per gli investimenti stranieri.

Attraverso formazione frontale, tavole rotonde e momenti di discussione, Autotess ha stimolato lo scambio di conoscenze, modelli strategici di marketing, esperienze di best practice e di problem solving in materia di commercio internazionale. Tra gli argomenti cui è stata data maggiore rilevanza si evidenziano la comunicazione interculturale, il mercato Ue, la regolamentazione degli scambi tra l'Ue ed il Nafta, con particolare attenzione ad un tema caldo del commercio internazionale, la normativa doganale.

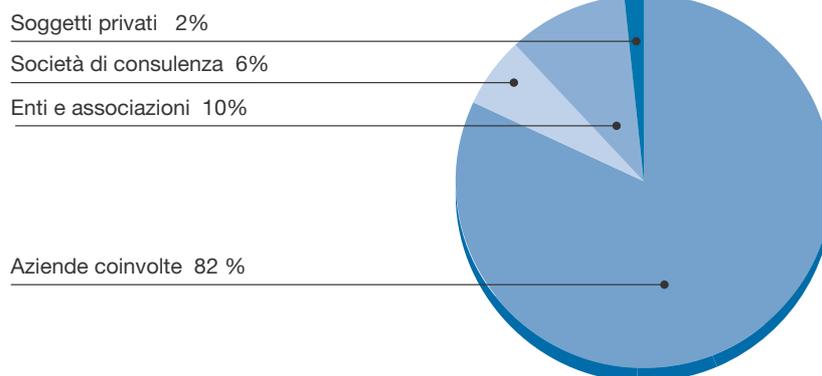
L'organizzazione parallela di eventi promozionali, workshop ed incontri bilaterali ha favorito il consolidamento di sinergie già esistenti tra Piemonte e Messico ed ha incrementato lo sviluppo di nuove relazioni.

Nell'arco di un anno sono state realizzate quattro missioni in Piemonte. La prima ha visto protagonisti funzionari messicani di enti di sviluppo locale, facilitatori delle relazioni economiche e commerciali con il Piemonte. Nelle successive sono stati invitati manager d'impresa dei settori tessile ed automobilistico. Per ciascuna missione è stato programmato un corso su misura, oltre a momenti di incontro con potenziali controparti piemontesi.

- segue -

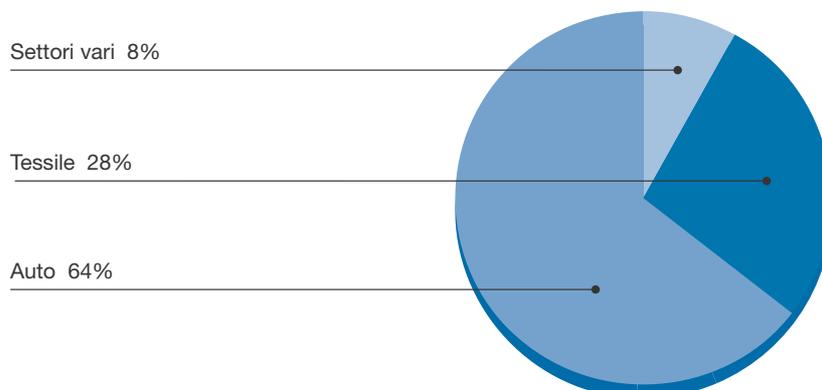
In totale hanno beneficiato dell'iniziativa 49 messicani, mentre da parte piemontese vi hanno preso parte in 113 dei quali l'82% appartenenti al mondo imprenditoriale, il 10% ad enti ed istituzioni e il 6% a società di consulenza, mentre per il 2% si è trattato di soggetti privati.

**Autotess: partecipanti piemontesi**



Autotess ha consentito di realizzare 227 contatti tra imprese italiane e messicane, con una media di 7 incontri per ciascun manager messicano. Il 64% dei colloqui ha riguardato il settore auto e il 28% il comparto tessile. Nonostante il progetto fosse rivolto a tali settori merceologici, in itinere è emersa l'esigenza di inserire nel programma anche aziende piemontesi appartenenti ad altri comparti, per le quali si sono organizzati alcuni appuntamenti con i facilitatori. L'incidenza di tali imprese è stata dell'8%.

**Autotess: settori delle aziende piemontesi**



- segue -

Anche alla luce degli esiti positivi conseguiti, il progetto proseguirà nei prossimi due anni. Rispetto all'obiettivo di promozione del territorio, Autotess si è infatti dimostrato efficace, tanto che si possono già segnalare alcuni casi concreti di collaborazione cui ha dato origine:

- una ditta torinese del tessile abbigliamento ha importato bottoni
- un'impresa vercellese del settore tessile e una torinese del comparto auto, nel mese di luglio, hanno realizzato una missione esplorativa in Messico finalizzata ad incontri d'affari con aziende locali, sulla base di un'agenda di appuntamenti definita tramite i funzionari facilitatori messicani conosciuti in Piemonte
- una società automobilistica torinese sta definendo possibili accordi di collaborazione con una grande impresa messicana
- una società cuneese della subfornitura meccanica ha approfondito contatti già esistenti in Messico facilitando i propri flussi commerciali, che si sono poi concretizzati in una prima esportazione in loco
- sono in fase avanzata contatti per l'importazione di cioccolato e di vaniglia da parte di una società torinese del settore dolciario.

---

*Avviato ufficialmente il 3 giugno 2003, cofinanziato da Regione Piemonte e Ice nell'ambito dell'Accordo di programma con il Ministero per le Attività Produttive, Autotess è il risultato di una collaborazione tra Centro Estero Camere Commercio Piemontesi, Consorzio Piemontese di Formazione, uffici Ice di Città del Messico e di Torino e Bancomext.*

## 2.2 LE STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI PIEMONTESI

A cura di Unioncamere Piemonte - Sarah Bovini

Internazionalizzazione ed esportazioni vengono ancora considerate sinonimi per la maggior parte delle Pmi piemontesi: questo è quanto emerge da "Il volto delle Pmi che vanno all'estero", indagine realizzata da Unioncamere Piemonte e dalle otto Camere di commercio regionali con il coordinamento tecnico del Centro Estero Camere Commercio Piemontesi e la collaborazione di Confindustria Piemonte.

Questo studio costituisce il passaggio fondamentale di un progetto che mira ad identificare la natura delle esigenze aziendali in tema di internazionalizzazione e a collegarle a possibili risposte. Il campione intervistato per l'indagine consiste in oltre 400 imprese, riconducibili a circa 40 tipologie produttive e settori merceologici, che hanno fornito una serie di osservazioni, pareri e suggerimenti estremamente utili.

L'analisi e l'interpretazione che ne derivano rappresentano un contributo fondamentale al fine di offrire una chiave di lettura pratica che stimoli i processi interni e la domanda di servizi da parte delle imprese al fine di accrescere il proprio valore competitivo sui mercati esteri.

#### LA STRUTTURA

Il primo dato che emerge dall'analisi mostra come quasi tutte le imprese, ormai, siano fortemente orientate alle esportazioni e puntino sulle vendite oltreconfine per far crescere il fatturato: oltre il 75% delle aziende intervistate segnala, infatti, che nel corso del 2003 la propria quota export è aumentata o rimasta stabile, mentre solo il 24% ne dichiara una diminuzione.

Anche le aspettative per il biennio 2004-2005 sono orientate all'ottimismo: il 62,8% del campione prevede una crescita, il 29,6% si pronuncia per una sostanziale stabilità e un esiguo 7,7 % si attende una flessione.

Analizzando le aree del mondo con cui operano attualmente le aziende piemontesi e quelle che potrebbero diventare interessanti in futuro, emergono alcune conferme: l'Unione europea continua a rappresentare il primo territorio di riferimento per l'export delle Pmi, mentre paiono sempre più appetibili l'Est europeo e la Russia.

Alla luce del contesto internazionale è sorprendente, invece, l'interesse dimostrato per l'area mediorientale e per il mercato indiano: rispettivamente, più del 34% e del 19% delle imprese dichiara, infatti, di volere penetrare in questi territori entro i prossimi due anni.

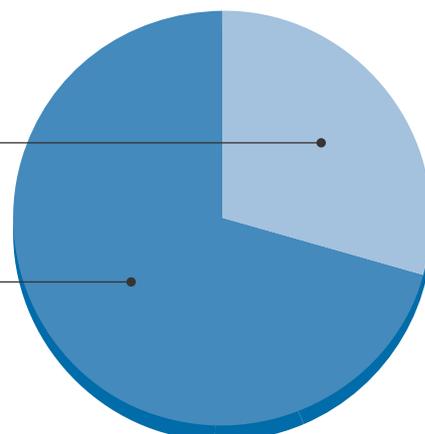
Sul fronte dell'importazione i mercati dominanti sono l'Unione europea e il Nord America (47,8% degli intervistati): sembrerebbe, quindi, che l'approvvigionamento di beni ad alto valore aggiunto domini sull'acquisto di beni e servizi a basso costo (Cina ed Estremo Oriente 17,1%).

Se da un lato appare evidente che la maggior parte delle Pmi piemontesi percepisce l'importanza di rivolgersi ai mercati internazionali e, quindi, esporta o prevede di farlo, dall'altro emerge una carenza organizzativa al loro interno: più del 70% delle aziende intervistate non possiede, infatti, un ufficio export ed il 40% non ha un responsabile export. Questi dati vanno comunque considerati anche alla luce delle caratteristiche dimensionali del campione.

#### L'azienda ha un ufficio export?

Sì 29,6%

No 70,4 %

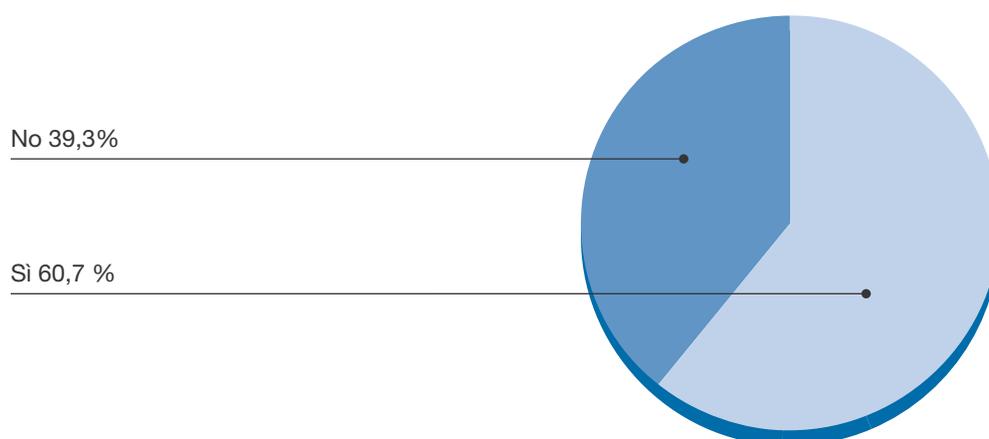


Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

Le funzioni relative alla vendita oltreconfine vengono in gran parte esercitate da chi svolge altre attività all'interno dell'azienda: per l'87% delle imprese la pianificazione per l'estero rientra, infatti, in quella generale.

Si sono rilevate, inoltre, alcune resistenze da parte degli imprenditori nei confronti dei sistemi di qualità certificata: il 54,8% del campione non adotta, infatti, alcuna certificazione, forse a causa di una certa diffidenza nei confronti di procedure che vengono percepite come mera burocratizzazione.

### C'è un responsabile export?



Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

La penetrazione nei mercati esteri viene ricondotta di solito alla semplice ricerca di clienti, agenti e importatori, non lasciando intravedere segnali di cambiamento nelle strategie di internazionalizzazione: nella maggior parte delle realtà aziendali, infatti, all'export non si aggiunge una politica volta ad investire direttamente sui mercati internazionali.

L'85% degli imprenditori intervistati ha segnalato di non avere ancora realizzato investimenti diretti all'estero e, tra questi, solo l'8% prevede di farlo nel 2005.

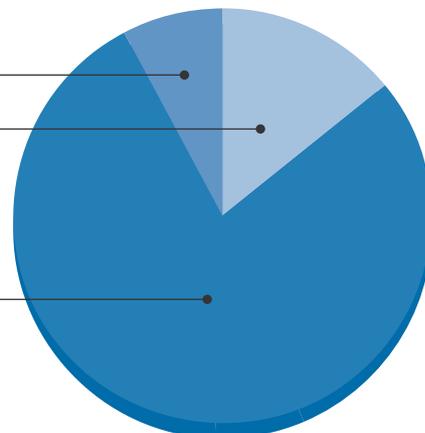
Anche la delocalizzazione produttiva è prevista, per ora, solo dal 9,5% delle Pmi intervistate: il dato risulta ancor meno incoraggiante alla luce del fatto che il 50% di coloro che potrebbero decidere di delocalizzare lo farebbe solo per ridurre i costi e non per attivare strategie di sviluppo e penetrazione su territori ad alto potenziale.

### L'azienda ha effettuato investimenti all'estero?

No, ma sono in programma nel 2005 7,8%

Sì 14,2%

No 78,0 %

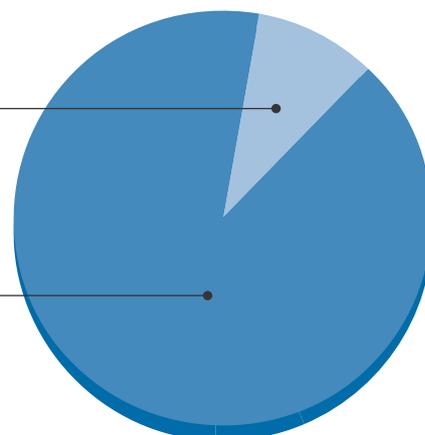


Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

### Aziende che potrebbero scegliere la delocalizzazione produttiva

Sì 9,5%

No 90,5 %



Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

In Piemonte l'approccio all'internazionalizzazione fondato sulla pianificazione accurata rimane, quindi, ancora marginale (16,5% del campione) e, di conseguenza, appare elevato il numero delle aziende che si muovono con un approccio di tipo tattico.

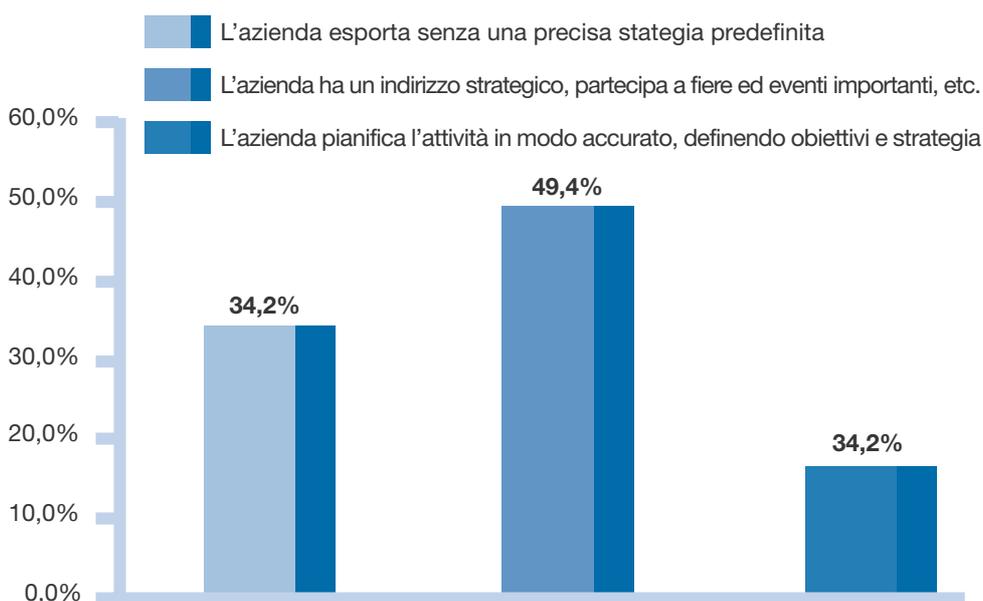
Questo approccio può in parte spiegare gli ostacoli principali sentiti dalle Pmi piemontesi (di tipo legale, amministrativo, fiscale e doganale, oltre che nella ricerca dei partner), che sembrano confermare come le difficoltà aumentino laddove le aziende sono meno attrezzate sia dal punto di vista dell'organizzazione che dei metodi per affrontare i mercati. A ciò si aggiunge il fatto che oltre il 42% delle imprese intervistate non penetra direttamente sui mercati internazionali, ma utilizza degli intermediari, limitando così la possibilità delle imprese di realizzare strategie competitive senza subire forti pressioni in termini di prezzo.

## Elementi a favore della delocalizzazione produttiva

	Totale	%
Riduzione dei costi di produzione	90	31,5
Penetrazione e migliore radicamento in nuovi mercati	67	23,4
Benefici fiscali	31	10,8
Riduzione dei costi di trasporto e logistici	29	10,1
Accordi con imprese straniere per attività di produzione e ricerca	22	7,7
Superamento di barriere legali all'ingresso in un mercato	19	6,6
Migliore accesso a materie prime o altri fattori produttivi	14	4,9
Assenza di manodopera in Italia	5	1,7
Acquisizione di know-how complementare	2	0,7
Acquisizione di commesse e assistenza tecnica in loco	2	0,7
Altro	5	1,7
<b>Totale</b>	<b>286</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

## Modalità di approccio



Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

## GLI OSTACOLI

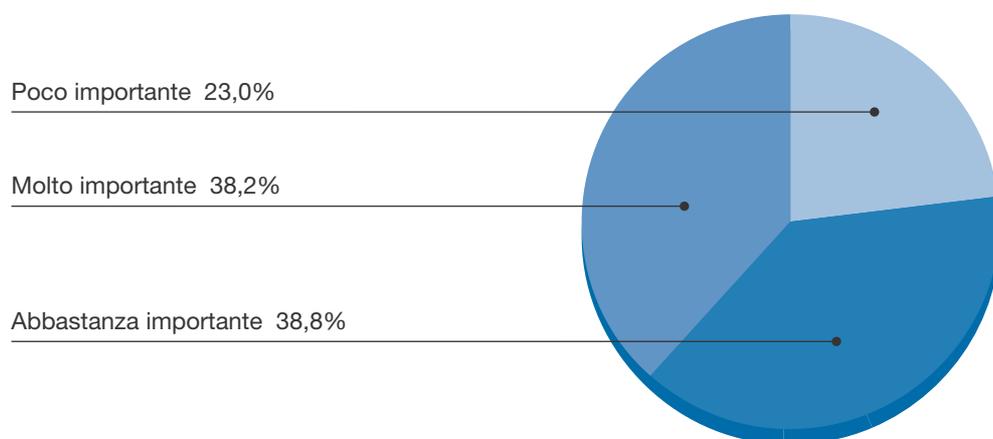
Alle difficoltà create dalla crescente concorrenza internazionale sui prezzi, dal sensibile incremento del livello qualitativo delle produzioni, dalla preoccupazione per il fenomeno dell'imitazione dei prodotti e, soprattutto, dalla mancanza di una struttura adeguata all'interno delle imprese volta a superare queste problematiche e a sostenere l'internazionalizzazione, si aggiunge la persistente percezione del rischio nei confronti delle attività con l'estero.

La maggior parte delle aziende si limita ad esportare i propri prodotti, senza investire direttamente all'estero, per lo più verso l'area europea: il 77% degli intervistati giudica determinante, infatti, il rischio Paese. Questo giudizio è indice del fatto che le Pmi non hanno sempre il controllo delle loro attività verso l'estero e che percepiscono, quindi, come significativi i rischi di qualunque natura. Il rischio legato al credito, importante per il 90,3% del campione, merita una riflessione ulteriore perché può innescare un meccanismo a catena: siccome l'azienda non ha organizzazione all'estero e i costi non le permettono l'assicurazione del rischio, limita di conseguenza la propria spinta di vendita. E così facendo non può investire sull'organizzazione all'estero, né sugli strumenti per la copertura dei rischi.

Sintomo della volontà di uscire da questa logica è la previsione, da parte delle imprese intervistate, di utilizzare in misura più significativa gli strumenti di copertura del rischio (+4,3% per il rischio Paese e +12,8% per il rischio credito)

Alcuni di questi ostacoli all'internazionalizzazione potrebbero essere governati meglio, se non superati, attraverso una più efficace organizzazione dei processi aziendali. Colpisce, ad esempio, come la maggior parte delle Pmi non effettui ancora un'analisi sistematica delle concorrenze, anche se il tema del confronto competitivo inizia ad essere percepito come rilevante.

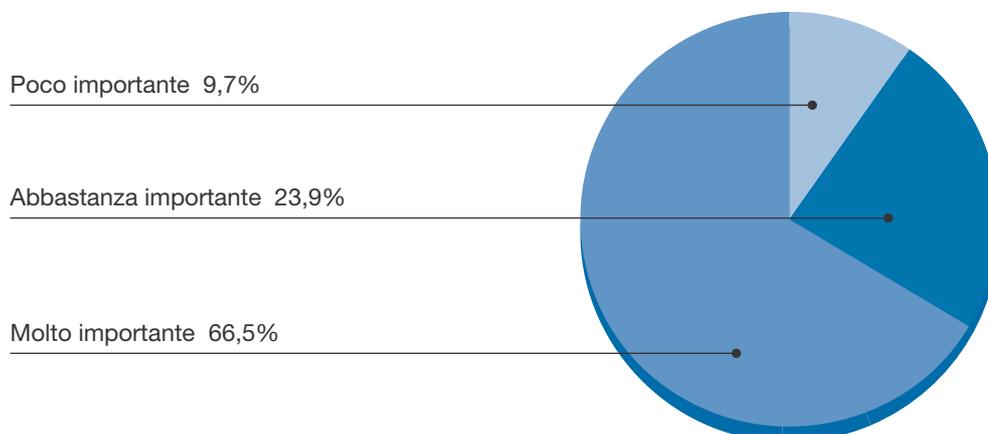
#### Valutazione dei rischi legati all'attività di esportazione. Rischio Paese



Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

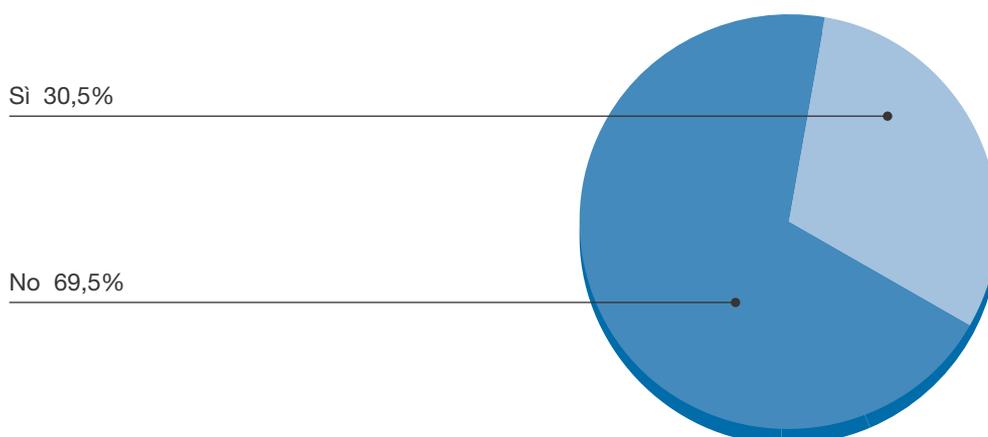
Complessivamente si nota anche un utilizzo non coordinato delle leve di costruzione dell'offerta: il 77,9% delle imprese intervistate ha un piano di comunicazione, ma i canali promozionali utilizzati (cataloghi e fiere) sono quelli tipici di una penetrazione abbastanza superficiale dei mercati; il 42,2% utilizza come canali distributivi importatori e intermediari vari, ma meno del 43% delle aziende ritiene di poter utilizzare Internet come strumento di promozione delle vendite. Infine, quasi il 40% delle imprese utilizza sistemi informatici parzialmente o altamente personalizzati, ma il 79% degli intervistati non ritiene di dover adattare i prodotti ai mercati.

### Valutazione dei rischi legati all'attività di esportazione. Rischio credito



Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

### Aziende che adottano metodi e strumenti di valutazione sistematica della concorrenza



Fonte: Il volto delle Pmi che vanno all'estero

### PRINCIPALI STRATEGIE COMPETITIVE PER I MERCATI ESTERI

La dimensione internazionale è diventata ormai fondamentale per lo sviluppo della Pmi: risulta particolarmente importante, quindi, analizzare le principali strategie messe in atto dalle aziende piemontesi per conquistare i mercati internazionali.

In primo luogo, le aziende cercano di differenziarsi dai concorrenti sui mercati esteri puntando sull'immagine aziendale attraverso la promozione del proprio marchio. A seconda della realtà che vive l'impresa, il rafforzamento dell'immagine è finalizzato a creare l'idea di esclusività (prestigio), innovazione (ricerca tecnologica), moda (tendenze recenti), o difesa dei valori legati ai mercati di riferimento (difesa dell'ambiente).

Una seconda strategia vuole proporre prodotti di elevata qualità, puntando principalmente su un rafforzamento dei processi di ricerca e sviluppo. Una scelta impegnativa, questa, poiché impone all'azienda di rinnovare continuamente i propri prodotti per mantenersi sempre un passo avanti rispetto ai concorrenti.

Specializzare l'offerta su segmenti di mercato specifici, occupando nicchie: è questa una terza strategia per difendersi dalla concorrenza dei produttori a basso costo, che si orientano su mercati che assicurino elevati volumi. Un'elevata specializzazione, infatti, rende più difficili eventuali tentativi di imitazione, in quanto riprodurre prodotti di nicchia richiede più tempo e maggiori risorse. Le aziende, inoltre, puntano frequentemente sull'offerta di prodotti e soluzioni personalizzate (il 26,2%). Spesso la possibilità da parte del cliente estero di ottenere delle modifiche al prodotto in base alle proprie richieste rappresenta una strategia vincente.

Un altro modello strategico propone un'elevata flessibilità produttiva ed una velocità di risposta di livello superiore. Proprio la rapidità di risposta diventa elemento di differenziazione per l'impresa e uno strumento per battere la concorrenza.

Adottare un approccio diretto con il mercato estero, saltando il livello del distributore tradizionale, è poi una soluzione che permette alle imprese di posizionare i propri prodotti sui mercati internazionali ad un prezzo più competitivo.

Contattando direttamente i clienti, inoltre, è possibile individuare quali sono le esigenze più sentite. A fronte di questi vantaggi aumentano, però, i problemi dal punto di vista logistico (spedizioni a clienti diversi, costi di magazzino) e amministrativo-fiscali (aumento di rischi di insolvenza).

Un'ultima strategia può essere quella di cercare di abbattere i costi di produzione: le imprese effettuano investimenti che permettano di aumentare l'efficienza produttiva, attraverso accordi per la fornitura di componenti acquistati da produttori a basso costo o realizzando joint ventures con produttori operanti in Pvs per avviare produzioni all'estero.

## 2.3 ANTENNE PIEMONTE: PER LO SVILUPPO INTERNAZIONALE DI IMPRESE E ISTITUZIONI

Le Antenne sono strutture operative, create con il sostegno della Regione Piemonte e l'esperienza del Centro Estero Camere Commercio Piemontesi, che si propongono di favorire la presenza di istituzioni ed imprese piemontesi nel mondo attraverso servizi mirati.

Le Antenne permettono la rapida raccolta di contatti e notizie di prima mano su numerose aree: Cina, Corea, Argentina, Brasile, Bosnia-Serbia, Russia e Bielorussia.

Gli obiettivi delle Antenne sono:

- favorire l'internazionalizzazione dell'immagine della Regione Piemonte
- fornire appoggio istituzionale a imprenditori, enti e associazioni piemontesi
- garantire sostegno alle imprese nel loro processo di internazionalizzazione
- aiutare il trasferimento di punti di eccellenza e modelli collaudati piemontesi a istituzioni locali estere per favorire processi di sviluppo

- favorire accordi di cooperazione tra soggetti omologhi piemontesi e locali (enti locali, Università, Ong, ecc.) in una logica di sistema
- intraprendere iniziative a favore degli emigrati piemontesi sul posto.

Tali obiettivi vengono perseguiti attraverso servizi che comprendono: ricerca di contatti commerciali, individuazione di partner per collaborazioni industriali, prospezioni generali sul mercato, informazioni a carattere economico, normativo e tecnologico e organizzazione di eventi promozionali (incoming e outgoing).

Il progetto Antenne Piemonte beneficia del supporto economico della Regione Piemonte - Settore Affari Internazionali e Comunitari e del Docup 2000-2006.

### CINA - DAL 1996 A PECHINO, A CHENGDU (PROVINCIA DEL SICHUAN), A NANCHINO (PROVINCIA DEL JIANGSU) E AD HANGZHOU (PROVINCIA DEL ZHEJIANG)

#### Cina Anno 2003

	N.
Richieste di imprese piemontesi per la Cina	114
Risposte di imprese cinesi	90
Richieste di imprese cinesi per il Piemonte	2
Risposte di imprese piemontesi	1

#### Cina Anno 2004 (gennaio-luglio)

	N.
Richieste di imprese piemontesi per la Cina	152
Risposte di imprese cinesi	241
Richieste di imprese cinesi per il Piemonte	3
Risposte di imprese piemontesi	1

*Settori merceologici:* agroalimentare, ambiente, architettura, auto, componentistica Am Oem, gioielleria, macchinari, macchine per l'edilizia, minuteria, subfornitura, tessile abbigliamento.

#### Tipologia di collaborazione

	N.
Import-export	8
Informazione generale	97
Distribuzione e agenzia	27
Collaborazione industriale e Jv	20

## COREA DEL SUD - DAL 1993 A SEOUL E DAL 2000 A CHUNGBUK

### Anno 2003

	N.
Richieste di imprese piemontesi per la Corea	51
Risposte di imprese coreane	252
Richieste di imprese coreane per il Piemonte	3
Risposte di imprese piemontesi	3

### Anno 2004 (gennaio-luglio)

	N.
Richieste di imprese piemontesi per la Corea	69
Risposte di imprese coreane	200

*Settori merceologici:* alimentare, ambiente, cartotecnica, casa arredo, casalinghi, componentistica Am Oem, cosmesi, gioielleria, gomma e plastica, Ict, macchine per l'edilizia, macchine utensili, packaging, subfornitura, tessile, vini ed alcolici.

### Tipologia di collaborazione

	N.
Import-export	88
Informazione generale	1
Joint venture	5
Collaborazione industriale	26

## ARGENTINA E BRASILE - DAL 1994 IN ARGENTINA A BUENOS AIRES E DAL 2001 IN BRASILE A BELO HORIZONTE

### Argentina Anno 2003

	N.
Richieste di imprese piemontesi per l'Argentina	16
Risposte di imprese argentine	19
Richieste di imprese argentine per il Piemonte	42
Risposte di imprese piemontesi	85

### Argentina Anno 2004 (gennaio-luglio)

	N.
Richieste di imprese piemontesi per l'Argentina	20
Risposte di imprese argentine	38
Richieste di imprese argentine per il Piemonte	9
Risposte di imprese piemontesi	12

*Settori merceologici:* alimentare, ambiente, casa arredo, casalinghi, chimico, edilizia, macchinario, meccanico ed elettrico, metalmeccanico, sicurezza, rubinetteria e valvolame, tessile, vini ed alcolici.

### Tipologia di collaborazione

	N.
Import-export	7
Informazione generale	3
Joint venture	1
Accordi di distribuzione o rappresentanza	9

### Brasile Anno 2003

	N.
Richieste di imprese piemontesi per il Brasile	102
Risposte di imprese brasiliane	115
Richieste di imprese brasiliane per il Piemonte	20
Risposte di imprese piemontesi	114

### Brasile Anno 2004 (gennaio-luglio)

	N.
Richieste di imprese piemontesi per il Brasile	30
Risposte di imprese brasiliane	44
Richieste di imprese brasiliane per il Piemonte	20
Risposte di imprese piemontesi	103

*Settori merceologici:* agroalimentare, auto, automazione, casa arredo, casalingo, chimico, macchinario, meccanico ed elettrico, metalmeccanico, profumi, vini.

#### Tipologia di collaborazione

	N.
Import-export	13
Informazione generale	2
Trasferimento know how	1
Accordi di distribuzione o rappresentanza	14

#### BOSNIA E SERBIA - DAL 1997 A ZENICA E DAL 1999 A BELGRADO

##### Bosnia e Serbia Anno 2003

	N.
Richieste di imprese piemontesi per Bosnia e Serbia	20
Risposte di imprese bosniache e serbe	10

##### Bosnia e Serbia Anno 2004 (gennaio-luglio)

	N.
Richieste di imprese piemontesi per Bosnia e Serbia	17
Risposte di imprese bosniache e serbe	10

*Settori merceologici:* auto, componentistica Am Oem, elettronica, macchine movimentazione, metalmeccanico, tessile, trading e consorzi, vini.

#### Tipologia di collaborazione

	N.
Import-export	10
Informazione generale	2
Collaborazione industriale	5

## RUSSIA - DAL 2003 A MOSCA

### Russia Anno 2003

	N.
Richieste di imprese piemontesi per Russia	28
Risposte di imprese russe	150

### Russia Anno 2004 (gennaio-luglio)

	N.
Richieste di imprese piemontesi per Russia	59
Risposte di imprese russe	121

*Settori merceologici:* abbigliamento, agroalimentare e vini, arredamento, articoli tecnici in gomma, casa edilizia, componentistica auto, cosmesi, elettronica-elettrotecnica, gioielleria, illuminazione, macchinari (per edilizia, alimentari, agricoli), minuteria metallica, produzione di sistemi oleodinamici e impianti movimentazione, pubblicità, sicurezza industriale, sistemi frenanti, subfornitura, tessile, valvolame.

### Tipologia di collaborazione

	N.
Import export	82
Informazione generale	5

## BIELORUSSIA - DA GIUGNO 2004 A MINSK

La Regione Piemonte ha reso operativa una nuova Antenna sperimentale con l'obiettivo di intensificare l'attività in Bielorussia. Attualmente, le attività sono finalizzate alla promozione di collaborazione internazionale (interventi di carattere sociale e umanitario). In futuro potrebbero anche essere sviluppate alcune linee di azione di carattere imprenditoriale.



**Actia Italia Srl**  
C.so Unione Sovietica, 612/3/c  
Torino (To)  
[www.actia.com](http://www.actia.com)

Anno di inizio dell'attività  
2000  
Addetti 2004  
20

## CASE STUDY "A"

A cura di Itp - Investimenti Torino Piemonte - *Giuliana Zanoletti*

### ACTIA NEL MONDO

Actia è un gruppo internazionale composto da imprese specializzate nell'elettronica e diagnostica per autoveicoli. Come partner dei maggiori Oem a livello mondiale, Actia ha grande esperienza in product design, test di funzionamento, sviluppo software, produzione, assemblaggio del prodotto finale. È nata in Francia nel 1986, come management buy-out da Renix, una joint-venture tra Renault e Bendix Electronics, creata nel 1978 per ideare e produrre moduli di controllo elettronico per il mercato automotive. All'interno di Renix, Actia era il dipartimento prodotti speciali, focalizzato sulle applicazioni per veicoli commerciali, come camion e autobus.

Oggi Actia è presente con 21 filiali in 15 paesi e ha 1.558 dipendenti, di cui 650 in Francia.

### ACTIA IN PIEMONTE

Actia Italia, con sede a Torino, opera nel settore automotive e si occupa in particolare della diagnosi e elettronica di bordo. Ha avviato la propria attività a Torino nel 2000 con due persone.

Oggi ha 20 dipendenti diretti e interessanti prospettive di crescita.

A Torino hanno sede le direzioni commerciale, amministrativa e tecnica.

Fino a pochissimo tempo fa Actia Italia è stata fondamentale un'unità commerciale per il mercato italiano, dove ha tuttora come clienti il gruppo Fiat per il 60% e altri clienti minori (gestori flotte, officine, aziende di trasporto) per il restante 40%. La nuova strategia di Actia in Piemonte si basa su due punti chiave: l'ampliamento della base clienti, con conseguente riduzione del peso di Fiat, e la creazione di valore aggiunto attraverso lo sviluppo del prodotto, riducendo la dipendenza dalla casa madre, finora assoluta. Infatti, Actia ha investito in attività di R&S per sviluppare, insieme ad un'altra società del gruppo - Aixia di Aix les Bains - un nuovo prodotto innovativo per la gestione del fleet management, avvalendosi di aziende di media dimensione dell'area torinese. Invece, a livello gruppo è stato sviluppato un prodotto, già in linea con le nuove normative europee appena entrate in vigore: si tratta del cronotachigrafo digitale SmartTach di nuova generazione.

Un accordo quadro con un prestigioso costruttore italiano garantisce da ora continuità all'azienda fino al 2014 e le permette di programmare le attività future con una discreta solidità.

Actia Italia prevede infatti di ampliare la struttura torinese, con l'assunzione di nuovi addetti con profili sia tecnici che commerciali.



## CASE STUDY "B"

A cura di Centro Estero Camere Commercio Piemontesi - *Francesca Corsini*

Nome noto nel mondo dei tessuti per la sua storia fatta di passione e dedizione, il Lanificio Carlo Barbera & C., nato nel 1950, oggi è sinonimo di qualità, raggiunta con anni di esperienza, grazie soprattutto alla particolare cura nella fase di studio e di produzione dei tessuti.

A Pianezze Biellese, ad esempio, i filati si conservano all'interno di un magazzino scavato nella roccia, in modo da mantenerli ad una temperatura costante di 18° e ad un livello di umidità ideale. Gli stessi confezionisti più famosi nel mondo riconoscono nell'estrema cura della realizzazione dei tessuti Carlo Barbera una garanzia di qualità.

Come naturale conseguenza dell'eleganza, Luciano Barbera, uno dei figli del presidente e fondatore del lanificio, è arrivato alla creazione di una linea di abbigliamento uomo-donna che porta il suo nome: una linea, realizzata con i tessuti Carlo Barbera, che trasmette la filosofia del marchio e la sua impronta stilistica, un vero total look, simbolo di eleganza nel mondo.

Lo stile dei tessuti e degli abiti è infatti rappresentativo di un made in Italy riconosciuto ed apprezzato sui mercati internazionali. Non a caso Carlo Barbera & C. e Luciano Barbera esportano i loro prodotti grazie ad una rete di distribuzione efficiente che, avviata sul territorio europeo, si è gradualmente strutturata ed espansa nell'arco di un decennio verso Stati Uniti, Canada, Giappone, Corea del Sud e altri mercati asiatici. Negli Stati Uniti, in particolare, entrambi i marchi hanno trovato un terreno fertile, tanto da spingere le aziende ad affrontare il progetto di insediamento di una filiale a New York, oggi punto di riferimento consolidato.

Per il futuro la Carlo Barbera & C. guarda con interesse ai mercati emergenti della Russia e della Cina, ma sempre secondo una strategia di internazionalizzazione basata esclusivamente sull'export, nella convinzione che le collezioni di tessuti Carlo Barbera possano essere prodotte solo in Piemonte, dove sono nate. Esse infatti traducono un concetto di "boutique artigianale", con le migliori materie prime tra lane e cachemire, dove la filosofia produttiva si basa su una ricerca estrema di qualità che rende l'abito un bene prezioso e durevole sinonimo di stile, gusto, ed anima dell'eleganza made in Italy.

### IL CASO DI SUCCESSO

Nel 1992 Carlo Barbera & C. ha aperto una filiale negli Stati Uniti, a New York, per la promozione, vendita e distribuzione dei propri tessuti e dell'abbigliamento uomo-donna firmato Luciano Barbera. La decisione è maturata alla fine degli anni '80 grazie alla forte ricettività del mercato americano, che tuttavia presentava alcune difficoltà logistiche.

Prima dell'apertura della filiale, le vendite venivano gestite da personale italiano che si recava periodicamente a New York, dove presentava la collezione e dialogava con i clienti utilizzando una suite in albergo. La distribuzione veniva coordinata direttamente dall'Italia, così come avviene tuttora. Per affermarsi su questo mercato era però imperativo avere in loco un ufficio che seguisse e promuovesse il marchio Barbera. È infatti risaputo che il buyer americano apprezza chi gli mette a disposizione strutture e persone che possano seguirlo nel migliore dei modi. L'assistenza in loco, la possibilità di avere sul territorio una struttura e del personale con cui dialogare senza problemi di lingua, distanze e fusi orari, giocano dunque un ruolo fondamentale.

Per soddisfare appieno la domanda di questa piazza ricca, particolarmente sensibile allo stile italiano, nel 1991 Carlo Barbera & C. ha così deciso di avviare operativamente l'azione di insediamento della filiale, e nell'arco di un anno ha potuto collocarsi al centro di Manhattan, in una



**Carlo Barbera & C. Spa**  
Frazione Pianezze  
Callabiana (Bi)  
[www.carlobarbera.it](http://www.carlobarbera.it)

*Anno di inizio dell'attività*  
1950  
*Fatturato 2003*  
12.000.000 euro  
*Addetti 2003*  
142  
*Esportazioni sul fatturato*  
45%



posizione prestigiosa e strategica. Era importante che l'ufficio fosse centrale, comodo da raggiungere per tutti i buyer del fashion system e, allo stesso tempo, avesse anche caratteristiche di immagine e rappresentanza. La giusta ubicazione, ancora oggi nel Crown Building sulla Fifth Avenue, è stata subito individuata. La gestione della sede è affidata a Maide Barbera, figlia di Luciano Barbera, e a suo marito Michal Sestak, coadiuvati da altre tre persone americane, formate attraverso un periodo di stage nelle aziende (lanificio e confezione) in Italia. Il personale torna in Italia almeno un paio di volte l'anno per discutere con la direzione i risultati e le nuove strategie.

Il costo dell'apertura della filiale statunitense ha richiesto un investimento molto alto, da stimarsi in circa 2.000.000 di dollari, di cui 1.500.000 finanziati a tasso agevolato dalla legge 394. I piccoli ostacoli di tipo burocratico e legislativo sono stati rapidamente e positivamente superati grazie all'appoggio di un studio specializzato nella consulenza dei processi di internazionalizzazione del tessile-abbigliamento.

La scelta si è rivelata vincente. In 14 anni di attività il numero di clienti negli Stati Uniti e in Canada è passato da 30 a 100, il fatturato da 3.500.000 di dollari a 12.000.000. L'immagine si è rafforzata al punto che oggi Barbera è presente in tutti i punti vendita più prestigiosi ed il marchio è considerato dal consumatore americano di fascia alta fra i primi 10 italiani più blasonati. I tessuti Carlo Barbera sono molto apprezzati negli Stati Uniti e questa è una delle chiavi di successo anche dei capi Luciano Barbera, che utilizzano prevalentemente questi tessuti.

Negli Stati Uniti Barbera ormai sta servendo tutti i confezionisti uomo di fascia alta e dunque in questa direzione sono pochi i margini per un'ulteriore crescita. Diverso il discorso per la confezione donna, che registra ancora ampi spazi. Attraverso la filiale, infatti, l'azienda sta prendendo contatto con designer e buyer dei più noti marchi americani (Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Calvin Klein etc.) con i quali sviluppare tessuti in esclusiva per l'abbigliamento donna.

## CASE STUDY "C"

A cura di Itp - Investimenti Torino Piemonte - *Giuliana Zanoletti*

### PHILIPS NEL MONDO

La Royal Philips Electronics Olanda è una delle principali aziende di elettronica del mondo e la più grande d'Europa, con un fatturato 2003 di 29 miliardi di euro. Philips, 165.300 dipendenti distribuiti in oltre 60 Paesi, è quotata sulle principali borse internazionali, tra cui New York, Londra, Francoforte e Amsterdam. Decima nell'elenco Fortune delle aziende di elettronica più importanti, Royal Philips Electronics è attiva in oltre 60 settori, dall'elettronica di consumo agli elettrodomestici, dai sistemi di sicurezza ai semiconduttori. L'azienda produce più di 2,4 miliardi di lampade incandescenti e 30 milioni di cinescopi all'anno. Ogni anno 2,5 milioni di procedure cardiologiche (esami e interventi) con attrezzature a raggi X vengono effettuate con l'aiuto della tecnologia Philips. Il 60% dei telefoni contiene componenti Philips. Il 30% degli uffici di tutto il mondo viene illuminato con lampade Philips Lighting, così come il 65% dei più importanti aeroporti, il 55% degli stadi di calcio e il 30% degli ospedali.

### PHILIPS IN PIEMONTE

L'impianto Philips Lighting di Alpiignano è il centro di produzione e competenza mondiale Philips per lampadine a incasso e per uso domestico (frigoriferi, cappe, forni, forni a microonde, illuminazione generica, macchine da cucire, disinfezione). L'azienda, particolarmente attiva sul mercato europeo nei segmenti Oem (elettrodomestici, cappe e forni a microonde), professional (ingrosso) e consumer (dettaglio), esporta in 60 Paesi in tutto il mondo. Il Centro di Competenza di Alpiignano, ricco di esperienza e know-how, sviluppa soluzioni per l'illuminazione customizzate sulle richieste dei clienti e dei designer ed effettua test in diverse situazioni. I dieci clienti principali del segmento Oem sono Bjb, Whirlpool, Elica Group, Samsung, Bshg, Sharp, Faber, Electrolux, Vs, Turboair. Philips Lighting Alpiignano customizza il prodotto, tra gli altri, per Osram e Carrefour. Philips Lighting Alpiignano è stata costituita nel 2002, ma ha una lunga storia alle spalle: nasce infatti dall'impresa fondata nel 1885 da Alessandro Cruto, pioniere italiano della produzione di lampadine, che fu poi acquistata nel 1910 da Edison e nel 1928 da Philips. Rinominata Philips Lighting Alpiignano nel 1995, l'azienda si è focalizzata sulla produzione di lampade tubolari per il "bianco" e, da allora, ad oggi, la produzione dello stabilimento è raddoppiata.

Philips Lighting Alpiignano, con 20 milioni di euro di fatturato, occupa oggi 130 persone e produce 70 milioni di pezzi. Il nuovo piano aziendale quadriennale 2004-2007 per il segmento Domestic Appliances e per l'impianto industriale ha già raggiunto alcuni importanti risultati, come ad esempio la razionalizzazione dell'area produttiva e l'avvio di una nuova linea di imballo lampade, che migliorerà in modo significativo la competitività dello stabilimento di Alpiignano.

La nuova linea consente, infatti, di imballare una vasta gamma di lampade tubolari e, attraverso un sistema elettronico di gestione, di testarle e misurarne il consumo, garantendo così una qualità di prodotto sempre più elevata. È stato inoltre adottato un nuovo metodo di gestione delle linee di produzione che vede lavorare le stesse persone sulla stessa linea, con conseguente miglioramento in termini di tempi, efficienza e coinvolgimento degli addetti. L'azienda, secondo la filosofia del gruppo, valorizza molto le risorse umane, è impegnata sulla formazione e favorisce l'incontro con i gruppi di lavoro di altri Paesi. In accordo con i sindacati, i dipendenti hanno una partecipazione agli utili e quindi un vantaggio economico, se vengono raggiunti gli obiettivi fissati. Oltre che sulla formazione, sono previsti grandi investimenti anche in nuove linee e nuove attrezzature.

# PHILIPS

**Philips Lighting Alpiignano Srl**  
Strada Statale 24, km 12.6  
Alpiignano (To)  
[www.philips.com](http://www.philips.com)

*Anno di inizio dell'attività*  
2002

*Fatturato 2003*  
20.000.000 euro

*Addetti 2004*  
130





**Prima Industrie Spa**  
Via Antonelli, 32  
Collegno (To)  
[www.primaindustrie.com](http://www.primaindustrie.com)

*Anno di inizio dell'attività*  
1977  
*Fatturato 2003*  
62.583.000 euro  
*Addetti 2003*  
224  
*Esportazioni sul fatturato*  
69%



## CASE STUDY "D"

A cura di Centro Estero Camere Commercio Piemontesi - *Francesca Corsini*

Prima Industrie è tra i leader mondiali in uno dei settori a più alto tasso di sviluppo degli ultimi anni: le macchine laser. Flessibilità, qualità e produttività di questi nuovi mezzi di produzione trovano infatti, ogni giorno, nuove applicazioni industriali. L'azienda progetta, produce e commercializza macchine laser ad alta potenza per il taglio, la saldatura e il trattamento di superficie di componenti tridimensionali (3D) e piani (2D).

Nata per operare nel campo dell'ingegneria e della ricerca, la società negli anni '80 sviluppa una serie vincente di prodotti hi-tech nei settori della robotica laser, robotica di misura e di saldatura. A partire dall'inizio degli anni '90, intraprende un graduale percorso di perfezionamento che la condurrà ad operare e a crescere soprattutto nel campo delle macchine laser.

La prima applicazione laser risale al 1979, con una macchina-robot di lavorazione tridimensionale di grandi pezzi stampati a profonda imbutitura. In questo segmento, nel giro di pochi anni, assume la leadership a livello mondiale.

Una posizione che si consolida progressivamente, introducendo con continuità nuovi prodotti: dalle macchine Optimo e Rapido, a centinaia nel mondo, fino a Domino, nato nel 1999.

Nel 1992, sfruttando il consolidato know-how nel segmento 3D, Prima Industrie entra nel più vasto settore delle macchine laser bidimensionali. Nel 1996 nasce Platino, una macchina 2D fortemente innovativa, prodotta oggi in molte decine di esemplari ogni anno.

Attualmente Prima Industrie guida un gruppo con circa 450 dipendenti, che comprende Prima Electronics Spa (controlli numerici, servo azionamenti e prodotti speciali) in Italia e Prima North America Inc. (sistemi e sorgenti laser CO2 e Nd:YAG) negli Stati Uniti.

Il fatturato medio consolidato del gruppo, 95 milioni di euro nel 2003, ha registrato dal 1998 un incremento annuo medio del 15%.

Per la tipologia di prodotto, Prima Industrie ha sempre operato anche al di fuori dell'Italia: inizialmente in Europa, per poi gradualmente spostarsi nei mercati extraeuropei, ma la forte crescita strutturale e di presenza nello scacchiere internazionale, con importanti investimenti strategici, è iniziata nel 1999. Oggi Prima Industrie esporta oltre i due terzi del proprio prodotto, principalmente sulla piazza europea e in Nord America. La sua presenza internazionale si struttura attraverso un sistema di filiali e distributori (Usa, Francia, Germania, Gran Bretagna, Spagna, Svizzera e Svezia) e di agenti e centri di assistenza in altri 30 Paesi europei ed extraeuropei.

Mentre per le macchine 3D l'internazionalizzazione di Prima Industrie si basa sostanzialmente sulla tradizionale esportazione, per il prodotto 2D l'impresa ha dovuto seguire tattiche diverse. Questo settore infatti è più competitivo e richiede una strategia di totale o parziale produzione locale in mercati extraeuropei, particolarmente distanti o concorrenziali come l'Asia. Qui infatti Prima Industrie ha costituito tre joint venture, che garantiscono un'ottima copertura del mercato. In Cina: la Shenyang Prima Ltd., per la produzione e commercializzazione della linea di prodotto Platino, e la più recente Shanghai Unity Prima Laser Machinery Co. Ltd., per la fabbricazione e vendita della macchina Domino. In Giappone: Snk Prima Ltd., per la produzione e la vendita di prodotti di alta gamma.

Per il futuro Prima Industrie guarda ancora ai mercati asiatici, alla Cina, dove intende consolidare ulteriormente la propria presenza, ed agli altri Paesi dove oggi è presente solo marginalmente, come Giappone, Corea, Asean.

## IL CASO DI SUCCESSO

La Cina da alcuni anni rappresenta il mercato con il maggior tasso di crescita nel settore di attività di Prima Industrie, per questo l'impresa piemontese nel 1994 vi ha avviato una attività commerciale. Questa presenza nell'arco di un decennio è cresciuta e, con un parco installato di macchine che supera la metà di quelle presenti, in Cina Prima Industrie è presto diventata leader nelle macchine laser 3D.

Nel settore 2D invece, nonostante una joint venture costituita all'inizio del 2000, fino alla fine del 2003 l'azienda registrava ancora una presenza marginale, con meno di 10 unità all'anno vendute, in un mercato che oggi supera le 150. Proprio nel 2003 infatti, con l'obiettivo di consentire al gruppo di assumere un ruolo primario anche nel settore 2D, Prima Industrie ha firmato una seconda joint venture nel gigante asiatico.

La costituzione della joint venture ha richiesto un anno di tempo per tutte le fasi preliminari alla firma, avvenuta nell'autunno 2003, cui sono seguiti 8 mesi per completare le pratiche burocratiche necessarie a raggiungere la piena operatività dell'azienda.

Insieme ad un gruppo di ingegneri e manager cinesi, già esperti e presenti nel mercato cinese con una precedente società, e di altri soci di capitale, è stata data vita ad una nuova sede a Shanghai, denominata Shanghai Unity Prima. In questo processo di espansione Prima Industrie ha contribuito finanziariamente e con la propria tecnologia, mentre i partner cinesi hanno portato gli asset della precedente azienda.

Oggi, grazie a questa operazione Prima Industrie, con le sue società, è in grado di coprire quasi la metà del mercato 2D cinese.

Raggiungere questo obiettivo non è stato banale: comunicare con i partner cinesi comporta sempre delle difficoltà, soprattutto per le barriere di tipo linguistico e culturale, oltretutto per la distanza geografica; per il superamento di tali problematiche, l'esperienza decennale maturata gradualmente da Prima Industrie ha giocato un ruolo decisivo. Inoltre, costituire la joint venture utilizzando il trasferimento di asset dalla precedente società cinese si è rivelato più lungo e complesso del previsto. Una joint venture internazionale deve infatti sottostare a direttive del mercato mondiale e la società cinese non era ancora abituata ad operare in tale contesto, con regole precise in termini di contabilità e gestione. Si è pertanto reso necessario formarla ed assisterla affinché potesse lavorare nella condivisione e nel rispetto delle normative internazionali.

Il risultato positivo di questa iniziativa non si è fatto attendere: nei primi 7 mesi del 2004 Shanghai Unity Prima ha venduto 58 macchine 2D. Considerando che Prima Industrie nello stesso periodo ha venduto 11 macchine nel mercato cinese (sia 3D che 2D) e che entro la fine dell'anno in corso si prevede per il mercato cinese un valore globale di circa 170 macchine, questi numeri collocano senza dubbio l'azienda come leader indiscusso nell'area.

## CASE STUDY "E"

A cura del Centro Estero Camere Commercio Piemontesi - *Francesca Corsini*



**Sicme Motori Spa**  
Strada del Francese, 126-130  
Torino  
www.sicmemotori.com

Anno di inizio dell'attività  
1967  
Fatturato 2003  
15.079.000 euro  
Addetti 2003  
98  
Esportazioni sul fatturato  
48%

La Sicme Motori Spa, fra le realtà più importanti in Europa nel campo delle motorizzazioni dei moderni azionamenti industriali, da 35 anni progetta e costruisce motori elettrici studiati e sviluppati per le fasce medie ed alte di potenza (da 0,5 a 2500 Kw). Nel 1996, in aggiunta alla produzione tradizionale, si è affiancata quella di una serie di motori a corrente alternata quadra per uso industriale, ideata per alimentazione da inverter vettoriale, fino a 1000 Kw di potenza, e nel 2002 è stata realizzata una innovativa serie di motori e generatori sincroni a magneti permanenti. Nuovi prodotti sono in continua elaborazione e sviluppo, anche frutto della collaborazione con il Politecnico di Torino, per offrire al mercato soluzioni sempre più moderne ed efficienti nella produzione di motori elettrici per applicazioni industriali e per impianti di risalita, generatori elettrici anche per applicazioni eoliche.

L'organizzazione aziendale si basa sui principi della Lean Production e della Learning Organisation, e fa ampio uso di sistemi informatici integrati. Tutte le fasi di lavorazione sono registrate mediante un moderno sistema di lettura laser dei codici a barre, che caratterizzano le fasi di lavorazione e montaggio, grazie al quale è possibile avere sempre sotto controllo lo stato di avanzamento delle commesse.

Il sistema informatico, tramite password, consente anche l'accesso dei clienti che lo desiderano a tutte le informazioni riguardanti l'avanzamento dei propri ordini. I clienti comprendono principalmente costruttori di impianti di produzione per i settori industriali: metallurgia, plastica, gomma, sollevamento, miniere, cartiere, stampa, nonché impianti di risalita e generatori di energia.

All'inizio degli anni '70 la Sicme Motori si è affacciata sui mercati esteri ed ha intrapreso un programma di sviluppo delle vendite in alcuni Paesi europei. Nell'arco di 30 anni l'azienda ha consolidato ed esteso il proprio processo di internazionalizzazione, creando unità di vendita nei principali Paesi industrializzati e joint venture, anche produttive, in alcuni Paesi emergenti, quali Russia, Cina, India.

L'attuale organizzazione commerciale permette all'azienda di essere presente praticamente ovunque nel mondo: Francia, Spagna, Inghilterra, Austria, Germania, Russia, Sud Africa, Emirati Arabi Uniti, Turchia, Taiwan, Cina, Stati Uniti, Corea del Sud, India, Australia.

Sicme Motori esporta direttamente il 50% del suo volume d'affari, ma l'export complessivo raggiunge anche l'85-90%. In particolare, la quota dell'export è del 15-20 % in Asia (Emirati Arabi Uniti, India, Kuwait, Malesia, Filippine, Cina, Singapore, Taiwan, Thailandia, Indonesia).

### IL CASO DI SUCCESSO

Il 25 marzo 2004, a Torino, Sicme Motori ha firmato l'accordo di distribuzione in Corea con la società Yonjun Corporation di Seoul. Il partner coreano, che produce principalmente motori elettrici per trazione ferroviaria, attraverso questo accordo ha aumentato la gamma di prodotti da proporre localmente, consentendo alla Sicme Motori di affermarsi su un mercato asiatico dove già esportava, ma in cui non poteva vantare una presenza consolidata. L'accordo di distribuzione include anche l'after sales service, un valore aggiunto fondamentale per i prodotti della Sicme Motori, che deve poter garantire una efficace assistenza tecnica in loco.

Fra i Paesi industrializzati la Corea del Sud era stata individuata dalla Sicme Motori come area potenziale di sviluppo per i propri prodotti industriali e per i generatori eolici.



Il tessuto industriale della penisola asiatica infatti, esprime una forte richiesta di prodotti di qualità ed un grande interesse per motori di importazione, anche a fronte di costi superiori rispetto ai prodotti locali.

Come in tutte le iniziative internazionali, le principali criticità incontrate nello sviluppo di questo progetto hanno riguardato la comprensione reciproca e le diverse modalità di approccio ai problemi, che si fanno sentire soprattutto nel caso di Paesi tanto lontani geograficamente e culturalmente. Un mercato importante, ma difficile, dove con disponibilità ed adattamento alle abitudini locali Sicme Motori ha potuto concludere positivamente le trattative e concordare obiettivi comuni; il tutto nell'arco di soli 8 mesi nel corso dei quali l'azienda torinese ha visitato un paio di volte la controparte coreana, nella quale ha riconosciuto una struttura tecnico commerciale rispondente alle proprie esigenze.

La Yonjun Corporation è stata individuata grazie alla collaborazione dell'Antenna Piemonte in Corea (struttura della Regione Piemonte gestita operativamente dal Centro Estero Camere Commercio Piemontesi), che nel novembre 2003 aveva selezionato alcune possibili controparti coreane e tra queste individuato il giusto interlocutore per la Sicme Motori, accompagnando l'azienda nelle fasi che hanno portato alla firma dell'accordo. Per gli aspetti legali e contrattuali l'azienda si è appoggiata anche ai servizi dell'Unione Industriale di Torino.

Ormai si è instaurato un rapporto continuativo di collaborazione fra i tecnici ed i commerciali delle unità torinese e coreana, ed insieme sono stati visitati alcuni importanti clienti locali, organizzati alcuni stage tecnico commerciali di formazione del personale locale ed inoltre sono state avviate le procedure per la certificazione di Sicme Motori come fornitore.

Ai risultati concreti già raggiunti si affiancano prospettive positive: in particolare, si prevede che nell'arco dei prossimi 2 o 3 anni la presenza della Sicme Motori in Corea possa evolversi ulteriormente attraverso l'avvio di un'unità produttiva per realizzare in loco parte dei prodotti industriali, che altrimenti dovrebbero essere esportati dall'Italia con costi e tempi non compatibili con le esigenze di mercato.



**ThyssenKrupp  
Tailored Blanks Srl**  
Via Druento, 40  
San Gillio (To)

[www.thyssenkrupptailoredblanks.it](http://www.thyssenkrupptailoredblanks.it)

Anno di inizio dell'attività  
2001  
Addetti 2004  
44



## CASE STUDY "F"

A cura di Itp - Investimenti Torino Piemonte - *Giuliana Zanoletti*

### IL GRUPPO TEDESCO THYSSENKRUPP

ThyssenKrupp Tailored Blanks è una società del gruppo tedesco ThyssenKrupp, controllata al 100% da ThyssenKrupp Italia. Il Gruppo è presente sulla scena internazionale, con circa 700 consociate e 191.000 dipendenti in tutto il mondo.

### THYSSENKRUPP IN PIEMONTE

L'attività principale che ThyssenKrupp svolge nello stabilimento di San Gillio, in Provincia di Torino, è la saldatura laser di lamiere piane per la produzione dei Tailored Blanks, ovvero lamiere tagliate di qualità, spessori e rivestimenti diversi, saldati insieme, che vengono impiegati soprattutto nell'industria automobilistica.

L'utilizzo dei Tailored Blanks nelle autovetture offre molti vantaggi: migliora la sicurezza, riduce i pesi, diminuisce il numero di pezzi, ottimizza le tolleranze degli elementi, migliora la resistenza alla corrosione e infine, cosa molto importante, riduce i costi. Il prodotto consente inoltre un facile recupero dei materiali nei processi di riciclaggio.

Il cliente principale di ThyssenKrupp Tailored Blanks Italia è il gruppo Fiat, ma l'azienda lavora anche per altre industrie automobilistiche del sud Europa, come PSA, Renault, Mercedes, Mazda e recentemente anche Volkswagen, Maserati e Porsche.

ThyssenKrupp ha scelto di localizzare la propria attività in Piemonte, perché tutta la regione, e la provincia di Torino in particolare, è una zona strategica per lo stampaggio e la costruzione di stampi, con una forte specializzazione.

L'azienda ha avviato l'attività nel 2001 e da allora ha ottenuto ottimi risultati, tanto che ha aperto un nuovo impianto al sud, in Basilicata, e ampliato lo stabilimento al nord, raggiungendo e superando gli obiettivi fissati. Inoltre lo stabilimento di Torino ha sviluppato, per primo all'interno del gruppo ThyssenKrupp, i tubi per le sospensioni saldati al laser anziché a filo.

ThyssenKrupp Tailored Blanks, che è bene integrata sul territorio e lavora molto con aziende locali, è cresciuta dai 15 dipendenti iniziali ai 44 addetti di oggi, un numero che sale a 50 se si aggiungono i lavoratori interinali. Altre 20 persone lavorano nell'unità produttiva di Potenza, che serve Fiat Auto.

Per il futuro, il management dello stabilimento di San Gillio ha l'obiettivo di far crescere le proprie quote di mercato in Germania, Spagna e Francia, e di vincere una sfida importante: riuscire a introdurre l'utilizzo dei Tailored Blanks non lineari e dei tubi saldati a laser nelle sospensioni delle vetture del Gruppo Fiat.

F



INVEST IN TURIN AND PIEDMONT

Itp Investimenti Torino Piemonte è la prima agenzia italiana dedicata all'attrazione di investimenti esteri, creata sul modello diffuso in Europa: struttura leggera, niente burocrazia, molta rapidità d'azione e soprattutto contatto mirato con le imprese estere potenzialmente interessate. Comunicazione, ma anche servizi di business information per gli investitori, dal mercato del lavoro alla fiscalità, agli incentivi e alle agevolazioni.

Un modello innovativo per il nostro Paese che sta dando i suoi frutti: fra il 1998 e il 2004 si sono insediate nella nostra regione oltre 70 imprese, creando circa 4.000 nuovi posti di lavoro diretti.



CENTRO ESTERO  
CAMERE COMMERCIO PIEMONTESI

Il Centro Estero Camere Commercio Piemontesi è un ente no-profit che dal 1976 opera con l'obiettivo di favorire l'internazionalizzazione del sistema economico di Piemonte e Valle d'Aosta, affiancandolo e promuovendolo nel mondo.

Sviluppata sulle esigenze del territorio, in collaborazione e su richiesta dei soci, l'attività comprende missioni economiche e di studio, accoglienza di delegazioni dall'estero, ricerche di partner, partecipazione ad eventi internazionali, workshop e corsi di formazione in commercio estero.

L'organismo, inoltre, mette a disposizione delle imprese un'equipe di esperti che fornisce un servizio gratuito di assistenza verbale per la risoluzione pratica di problemi che possono insorgere nelle trattative commerciali con l'estero.

### 3.1 L'INDICE SINTETICO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

A cura di Unioncamere Piemonte - Roberto Strocco

L'ottenimento di un unico numero che sintetizzi una tematica così ricca di sfaccettature, in grado sia di facilitare i confronti territoriali con altre regioni che di verificarne l'andamento nel tempo, ha convinto il Gruppo di lavoro che la strada intrapresa sia metodologicamente corretta e che debba proseguire nel tempo. Pur non volendo riproporre le considerazioni di base e le premesse sui pericoli e le discrezionalità per la costruzione di un indice numerico in presenza di informazioni qualitative, è necessario però ricordare che l'indice sintetico dell'internazionalizzazione del Piemonte (IseI) è stato costruito con quattro "paletti", o vincoli:

- **ufficialità dei dati:** il modello deve considerare variabili economico-statistiche di fonte ufficiale e certa e, qualora i dati derivassero da indagini campionarie, deve esistere la possibilità di valutare il piano di campionamento e di rilevazione
- **ripetibilità nel tempo:** il modello deve contenere informazioni derivanti da indagini periodiche, la cui regolarità sia sicura nel tempo. Questo vincolo tende ad escludere tutte le ricerche, seppur interessanti, che abbiano una periodicità assolutamente irregolare o una-tantum. L'ipotesi sottostante a questo vincolo è quella che l'indice deve essere costruito a intervalli periodici, per monitorare annualmente il grado di internazionalizzazione
- **confronto con altre realtà territoriali:** il modello e la scelta delle variabili deve permettere di comparare il grado di internazionalizzazione della nostra regione con quello di altre regioni italiane, nonché con l'indice nazionale, conducendo in sintesi un'analisi di benchmarking
- **semplicità:** il modello deve contenere un numero limitato di variabili, le più significative ed importanti, al fine di facilitare l'aggiornamento e, soprattutto, la comprensione e l'interpretazione.

In un'ottica di progressivo affinamento dell'indice di internazionalizzazione, allo scopo di renderlo sempre più aderente al fenomeno che si propone di sintetizzare, quest'anno il Gruppo di lavoro tecnico-scientifico ha apportato qualche modifica metodologica.

La prima, quella più rilevante, è costituita dal cambiamento di uno dei sei indici elementari. Avendo verificato che il sesto indice elementare del 2003 (meta di relazioni internazionali, espresso come percentuale di passeggeri stranieri all'aeroporto di Torino) si sovrapponeva parzialmente a quello del quinto asse (turismo internazionale, espresso come percentuale di turisti stranieri), ed in considerazione della nuova disponibilità di dati sulla formazione di studenti stranieri in Piemonte, il Gruppo di lavoro ha optato per il riallineamento dell'indice sull'internazionalizzazione reimpostando il sesto asse sulla formazione.

La seconda modifica riguarda l'aspetto numerico dell'indice. L'indice dello scorso anno aveva una precisa connotazione soprattutto in un'ottica di benchmarking con l'Italia e con le altre regioni italiane competitors. Con la metodologia usata per la costruzione dello scorso indice, potrebbe accadere che l'aumento di un singolo indice accompagnato da una variazione percentuale inferiore alla media italiana, venga penalizzato da un indice negativo. Ad esempio: un aumento dell'export piemontese ha sicuramente migliorato l'internazionalizzazione, per cui l'indice dovrebbe segnalare un aumento, ma se questa variazione positiva è risultata inferiore a quella italiana, segnalerà un risultato negativo. Pertanto, pur confermando la validità del lavoro svolto nel 2003, soprattutto in un'ottica di confronto regionale e nazionale, l'indice sintetico di internazionalizzazione è stato calcolato anche "per punti". Tale metodo, utilizzato tra l'altro nel mondo borsistico, consente nel corso degli anni di evidenziare in maniera più corretta un avanzamento-arretramento internazionale del nostro territorio, non tenendo conto dell'andamento delle altre regioni.

La terza modifica riguarda il legame che unisce i sei indici elementari per ottenere l'indice sintetico. L'anno scorso gli indici erano legati fra loro in forma lineare e avevano lo stesso peso: si poteva così utilizzare la media aritmetica degli indici. In realtà i fenomeni descritti dai sei indici hanno un impatto, di tipo sia economico sia sociale, molto differente. Basti pensare, ad esempio, al primo indice, dove vengono sintetizzati movimenti import-export di merci e servizi pari a 57 miliardi di euro rispetto al nuovo sesto asse, rappresentato da circa 1.500 studenti stranieri. L'idea di base è stata quella di effettuare un'opera di ponderazione degli indici nel momento in cui si calcola l'indice sintetico. La natura degli indici elementari non si presta, però, ad una ponderazione automatica dei valori, poichè ci sono sia dei valori espressi in euro sia valori espressi come percentuale di persone. Questi problemi metodologici sono stati risolti attraverso la costruzione di due passaggi: il primo consiste nell'ordinare i sei indici secondo una priorità decrescente, mentre il secondo permette di assegnare a ciascun indice un coefficiente via via decrescente (a intervalli costanti) con media pari a uno. Risulta chiaro che si tratta di un intervento discrezionale del Gruppo di lavoro, ma si tratta di un fattore che, come spiegato nelle premesse metodologiche nel volume dello scorso anno, è presente nella costruzione di un indice. La discrezionalità in questo caso è stata utilizzata al fine di rendere maggiormente rappresentativo l'indice sintetico rispetto al fenomeno che si propone di analizzare, il grado di internazionalizzazione del Piemonte.

La quarta modifica riguarda alcuni valori all'interno degli indici elementari. Come già ipotizzato lo scorso anno, vista la non disponibilità dei dati dell'Onml riguardo agli avviamenti al lavoro di extracomunitari, è stata sostituita questa informazione con le previsioni di assunzioni di personale extracomunitario del progetto Excelsior, il Sistema informativo per l'occupazione e la formazione di Unioncamere nazionale e Ministero del Lavoro, un'indagine facente parte del Piano statistico nazionale. Per l'indice relativo agli Ide in entrata, dal momento che i singoli flussi annuali presentano oscillazioni considerevoli e che gli investimenti effettuati nel passato sono "internazionali" anche nel presente, è parso più opportuno ragionare in termini di stock piuttosto che di flusso. L'indice sintetico dell'internazionalizzazione (IseI) si compone, quindi, di due sottocategorie e di sei indici elementari.

**Indice internazionalizzazione economica (IeI), che si suddivide in tre indici elementari:**

- propensione al commercio internazionale di merci e servizi, calcolato come somma di importazioni ed esportazioni di beni e servizi rapportati sul Pil (Prodotto interno lordo)

$$\frac{\sum (X + M)}{Y} \text{ ove } X = \text{esportazioni, } M = \text{importazioni e } Y = \text{Pil}$$

- grado di attrattività degli Investimenti esteri, calcolato come valore del flusso degli investimenti diretti esteri dal 2000 al 2003 in entrata rapportato al Pil

$$\frac{\sum Ide}{Y} \text{ ove } Ide = \text{Investimenti diretti esteri e } Y = \text{Pil}$$

- lavoro straniero, sia autonomo sia dipendente. L'indice si propone di valutare la percentuale di imprenditori stranieri (sul totale degli imprenditori) e la previsione di assunzione di lavoratori di origine extracomunitaria (sul totale delle assunzioni)

$$\frac{\text{Imprenditori stranieri}}{\text{Imprenditori totali}} ; \frac{\text{Avviamenti extracomunitari}}{\text{Avviamenti totali}}$$

**Indice di internazionalizzazione sociale (IsI), anch'esso diviso in tre indici elementari:**

- presenza della popolazione straniera. L'indice viene calcolato come percentuale di popolazione straniera su popolazione totale residente

$$\frac{\text{Popolazione straniera}}{\text{Popolazione totale}}$$

Popolazione totale

- turismo internazionale, con l'obiettivo di valutare la regione come destinazione del turismo internazionale, confrontato con quello nazionale

$$\frac{\text{Presenze turisti stranieri}}{\text{Presenze turisti totali}}$$

Presenze turisti totali

- formazione internazionale, per dimensionare il Piemonte come luogo di attività formative per studenti stranieri (come indice è stato scelto il rapporto fra studenti universitari stranieri e studenti totali di fonte Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (Murst), anno accademico 2002/2003)

$$\frac{\text{Studenti stranieri}}{\text{Studenti totali}}$$

Studenti totali

Come accennato precedentemente, quest'anno è stata compiuta un'opera di ponderazione dei vari indici elementari per ottenerne un indice sintetico maggiormente rappresentativo. Dopo aver messo gli indici elementari in un ranking di importanza decrescente, sono stati assegnati i seguenti coefficienti di ponderazione, ad intervallo costante.

**Coefficienti di ponderazione dell'indice sintetico di internazionalizzazione**

	Indice elementare
N. 1 - propensione al commercio internazionale	1,5
N. 2 - attrattività degli investimenti esteri	1,3
N. 5 - turismo internazionale	1,1
N. 4 - presenza popolazione straniera	0,9
N. 3 - il lavoro straniero	0,7
N. 6 - formazione internazionale	0,5

Fatte queste premesse, è stato calcolato in primo luogo l'indice sintetico dell'internazionalizzazione del Piemonte per punti, al fine di verificarne l'andamento nel corso del tempo. Gli indici grezzi calcolati nel rapporto dello scorso anno sono serviti come base sulla quale calcolare i punti.

I coefficienti di ponderazione, moltiplicati per 1000, sono considerati la base dei punti per l'anno 2003. L'indice dell'internazionalizzazione parte, quindi, dal 2003 con un valore di 6mila punti.

Nel 2004 l'indice dell'internazionalizzazione del Piemonte si è attestato a 6.196 punti, con una variazione del +3% rispetto all'indice calcolato lo scorso anno. Un incremento dovuto soprattutto alla componente economica, che aumenta di ben il 5%: in particolar modo, gli Ide in entrata, pur in rallentamento, ma sempre positivi, hanno spinto la crescita della parte economica dell'indice.

## Il grado di internazionalizzazione del Piemonte

	2003	2004	Variazione %
Punteggio complessivo Isel	6.000	6.196	3%
Indice internazionalizzazione economica (Iel)	3.500	3.679	5%
Indice elementare n. 1 - propensione al commercio internazionale	1.500	1.502	0%
Indice elementare n. 2 - attrattività degli Investimenti Esteri	1.300	1.560	20%
Indice elementare n. 3 - il lavoro straniero	700	618	-12%
Indice internazionalizzazione sociale (IsI)	2.500	2.517	1%
Indice elementare n. 4 - presenza popolazione straniera	900	916	2%
Indice elementare n. 5 - turismo internazionale	1.100	1.100	0%
Indice elementare n. 6 - formazione internazionale	500	500	0%

Nella parte “sociale” è interessante evidenziare un aumento del 2% della percentuale di turisti stranieri, mentre per il dato del sesto asse, essendo cambiato e non disponendo dei dati progressivi, è stato proposto il medesimo valore.

Analogamente a quanto fatto lo scorso anno è stato costruito anche l'indice di internazionalizzazione nell'ottica di benchmarking, ponendo i dati italiani uguale a 100 e ricalcolando i valori del Piemonte (e quelli di altre regioni competitors) con questo parametro.

## Indice dell'internazionalizzazione del Piemonte

	Piemonte	Italia
Indice globale (IseI)	96,2	100,0
Indice internazionalizzazione economica (Iel)	94,3	100,0
Indice elementare n. 1 - propensione al commercio internazionale	112,1	100,0
merci	116,6	100,0 <sup>(a)</sup>
servizi	90,0	100,0 <sup>(b)</sup>
Indice elementare n. 2 - attrattività degli Investimenti Esteri	84,3	100,0 <sup>(c)</sup>
Indice elementare n. 3 - il lavoro straniero	98,7	100,0
imprenditori	89,6	100,0 <sup>(d)</sup>
lavoratori	107,8	100,0 <sup>(e)</sup>
Indice internazionalizzazione sociale (IsI)	96,4	100,0
Indice elementare n. 4 - presenza popolazione straniera	97,3	100,0 <sup>(f)</sup>
Indice elementare n. 5 - turismo internazionale	104,7	100,0 <sup>(g)</sup>
Indice elementare n. 6 - formazione internazionale	87,2	100,0 <sup>(h)</sup>

<sup>(a)</sup> il dato dell'export merci è aggiornato al 2003, fonte Istat, banca dati Coeweb; il dato del Pil è stimato al 2003, fonte Prometeia, *Scenari delle economie locali*, luglio 2004

<sup>(b)</sup> il dato dell'export servizi è aggiornato al 2003, fonte Uic (Ufficio italiano cambi). Il dato nazionale è stato depurato dei dati relativi ai trasporti, non ripartibili a livello regionale

<sup>(c)</sup> il dato degli Ide è aggiornato al 2003, fonte Uic, calcolato al netto dei disinvestimenti

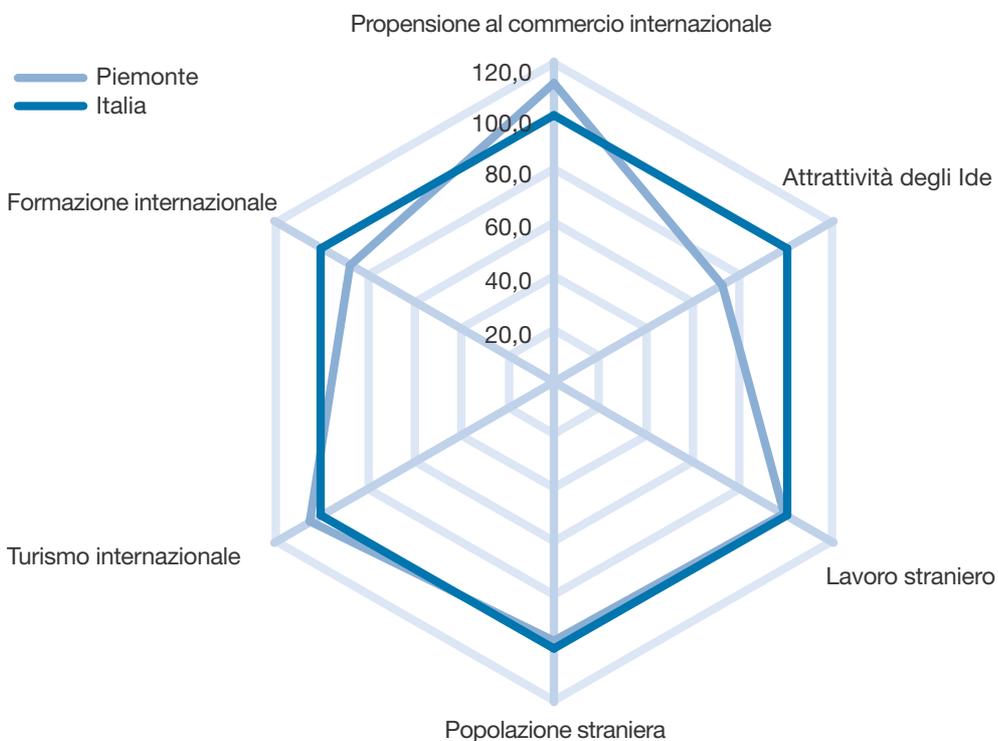
<sup>(d)</sup> il dato sugli imprenditori stranieri è aggiornato al 31.12.2003, fonte InfoCamere, banca dati Stock-view

<sup>(e)</sup> il dato sulle previsioni di assunzioni extracomunitari è di fonte Excelsior, il Sistema informativo per l'occupazione e la formazione di Unioncamere nazionale e Ministero del Lavoro

<sup>(f)</sup> il dato sulla popolazione straniera è aggiornato al 2003, fonte Istat, *Statistiche del turismo* - Anno 2003

<sup>(g)</sup> il dato sugli studenti stranieri è aggiornato all'A.a. 2002/2003, di fonte Murst

Il "diamante" dell'internazionalizzazione del Piemonte



L'indice evidenzia un minor grado di internazionalizzazione del Piemonte di circa 4 punti percentuali rispetto all'Italia, svantaggio provocato sia dalla componente sociale che da quella economica. Un risultato diametralmente opposto rispetto a quello dello scorso anno per due ordini di motivi: metodologico e di contenuti. Sotto il profilo metodologico il cambiamento nella scelta del sesto asse (quello della formazione) ha sicuramente appesantito la negatività della parte "sociale" dell'indice: la presenza di una compagine di quasi 1.500 studenti universitari stranieri nelle tre facoltà piemontesi su un totale di oltre 92mila è una percentuale decisamente inferiore rispetto alla media italiana. Sotto il profilo dei contenuti, la parte economica ha avuto una forte diminuzione soprattutto nella parte relativa all'attrattività di capitali esteri di investimento (Ide) nel secondo indice elementare. Gli Ide in entrata, come ribadito più volte, sono stati sì positivi, ma in valore relativamente (rispetto al Pil) minore rispetto all'Italia.

All'interno della parte economica emerge in maniera chiara una forte propensione all'import-export di merci fisiche (in miglioramento rispetto allo scorso anno) e all'utilizzo di lavoro extracomunitario. Registrano, invece, valori sotto la media l'interscambio con l'estero di servizi, pur in notevole miglioramento rispetto allo scorso anno, la presenza di imprenditorialità straniera e, come si è avuto modo già di evidenziare più volte, l'attrattività di capitali esteri di investimento.

## Indice dell'internazionalizzazione del Piemonte

	Piemonte	Emilia Romagna	Lombardia	Veneto	Italia
Indice globale (IseI)	96,2	84,2	152,3	110,6	100,0
Indice internazionalizzazione economica (IeI)	94,3	69,0	163,0	93,8	100,0
Indice elementare n. 1 - propensione al commercio internaz.le	112,1	102,4	162,9	134,8	100,0
merci	116,6	110,9	163,0	139,5	100,0
servizi	90,0	60,7	162,6	111,7	100,0
Indice elementare n. 2 - attrattività degli Investimenti Esteri	84,3	9,8	195,7	55,2	100,0
Indice elementare n. 3 - il lavoro straniero	98,7	106,2	112,2	107,5	100,0
imprenditori	89,6	100,7	123,1	101,7	100,0
lavoratori	107,8	111,6	101,4	113,3	100,0
Indice internazionalizzazione sociale (IsI)	96,4	125,9	123,4	134,1	100,0
Indice elementare n. 4 - presenza popolazione straniera	97,3	139,8	145,2	127,9	100,0
Indice elementare n. 5 - turismo internazionale	104,7	57,6	116,3	138,3	100,0
Indice elementare n. 6 - formazione internazionale	87,2	180,4	108,6	136,1	100,0

Sul fronte “sociale”, il Piemonte evidenzia una maggiore presenza di turismo straniero sul totale dei turisti, una percentuale lievemente inferiore alla media nazionale di stranieri residenti, e una scarsa presenza di studenti universitari stranieri.

Nel rapporto di quest’anno viene compiuta anche un’opera di benchmarking del Piemonte rispetto alle altre regioni competitors sotto il profilo dell’internazionalizzazione: calcolando l’indice di internazionalizzazione IseI per le altre regioni si ha infatti la percezione immediata di come esistano realtà molto differenziate.

In prima battuta occorre evidenziare come questo indice ha valori decisamente superiori per Lombardia e Veneto. Esistono, comunque, profonde specificità territoriali: Lombardia e Veneto hanno valori elevatissimi nella propensione all’export di merci e servizi, mentre registrano valori bassi nell’attrazione di capitali esteri. Per quanto riguarda l’indice n. 2, quello sull’attrazione degli ide, la Lombardia ha un valore indice di 195 (con Italia=100), mentre il Veneto solo il 55. In quest’ultimo caso sembrerebbe emergere l’idea di un Veneto più interessato a delocalizzare la produzione all’estero, piuttosto che non a sviluppare politiche di attrazione degli investimenti. In qualche modo collegato a questo fenomeno, il Veneto ha il più alto indice di utilizzo di lavoratori stranieri. L’Emilia Romagna appare decisamente competitiva per tutte le componenti economiche, eccezion fatta per l’afflusso di ide, che appare molto debole con un valore (rispetto al Pil) pari a circa un decimo della media italiana.

Sul fronte sociale, è bene evidenziare come in tutte e tre le regioni competitors esista una presenza di popolazione straniera più consistente, con valori nell’Emilia Romagna di densità superiori del 40% rispetto alla media italiana. Sull’indice dedicato alla formazione internazionale, l’Emilia Romagna, la Lombardia e il Veneto hanno valori superiori alla media italiana, un risultato decisamente positivo ed incoraggiante. In questo specifico campo, la fa da padrona l’Emilia Romagna che, specialmente con l’università di Bologna, ha una rilevante partecipazione studentesca straniera.



### 3.2 SPUNTI DI RIFLESSIONE CONCLUSIVI

A cura di Unioncamere Piemonte, Ires Piemonte, Itp Investimenti Torino Piemonte e Centro Estero Camere di Commercio Piemontesi

È passato un anno dalla scorsa edizione del Rapporto sull'Internazionalizzazione, ma la situazione internazionale non è migliorata. L'incertezza sul futuro, soprattutto nel campo geopolitico, appare ancora dominante. Gli attentati del 2004 di Madrid, Beslan e in molte altre parti del mondo danno l'impressione di un conflitto globale con un nemico invisibile, il terrorismo, subdolo perché non chiaramente identificabile. Questo contesto rende difficoltoso ogni tipo di scambio, sia esso relativo a merci, servizi, capitali, persone o idee.

In un panorama di incertezza, nel 2004 l'Unione europea si è ufficialmente allargata a 25 Paesi, ed ha in programma altre adesioni per i prossimi anni. Un mercato europeo molto vasto (450 milioni di abitanti e un Pil di 10mila miliardi di dollari) e, soprattutto nei Paesi di nuova adesione, molto dinamico e con prospettive di sviluppo decisamente ottimistiche. Questa nuova area potrebbe diventare, a detta di Jeremy Rifkin, "un'alternativa vincente alla vecchia e appannata utopia americana". Rifkin, in particolare, individua nell'approccio europeo all'internazionalizzazione e all'integrazione sociale due fattori vincenti in un mondo futuro sempre più denso e interconnesso. Un altro spunto di riflessione riguarda la Cina. La crescita impetuosa della Cina, soprattutto parametrata alla sua immensa dimensione, ha rotto di fatto gli equilibri economici a livello mondiale. La Cina, con un tasso di crescita dell'ordine del 40% nel solo 2003, è diventato il terzo Paese per prodotti importati e il quarto per le esportazioni. Il territorio cinese sta diventando prepotentemente l'area a livello mondiale dove si producono merci: i prodotti fatti in Cina, specialmente quelli con know how e marchio europeo, statunitense o giapponese, non sono assolutamente di livello qualitativo basso ma, al contrario, rispettano precisi standard dettati dal cliente.

Il Giappone è riuscito ad imboccare nuovamente la strada della crescita proprio nel momento in cui ha riorientato il proprio export dagli Stati Uniti alla Cina. Un legame, quello nipponico-cinese, che potrebbe essere un volano per la crescita dell'intera area asiatica. L'espansione asiatica e cinese ha provocato forti tensioni sui mercati delle materie prime: i prezzi di acciaio, gomma naturale ed energia (petrolio), causa di una forte domanda, sono notevolmente aumentati.

La vera sfida per la Cina è far crescere il proprio mercato interno: alcune "avanguardie" di consumatori cinesi, specialmente giovani, cominciano ad intravedersi, ma è ancora poco rispetto alle potenzialità e al numero di consumatori totali.

In un quadro di profonda dinamicità a livello internazionale, l'Italia e il Piemonte si sono mossi quasi al rallentatore. Il cosiddetto Made in Italy (tessile, abbigliamento, mobili, gioielli e calzature), stretto fra una concorrenza sempre più agguerrita e un livello dell'euro sfavorevole, ha perso notevoli quote di mercato a livello internazionale. In certi casi c'è stato un vero e proprio crollo, come ad esempio verso gli Stati Uniti, Paese nel quale le importazioni italiane hanno registrato una diminuzione di ben il 18%. Bisogna sottolineare le ottime performance dell'export, invece, verso i Paesi dell'Europa centro orientale, in gran parte entrati nell'Unione europea nel maggio 2004.

Il Piemonte si conferma una regione internazionale sotto molti profili: è coinvolta in progetti di cooperazione con Paesi europei ed extraeuropei, può vantare un sistema universitario che vede crescere il numero di iscritti stranieri e che intreccia le proprie attività con reti di formazione europee

e con istituti d'oltreoceano e, infine, assiste all'aumento dei turisti stranieri. La regione si muove, però, tra luci ed ombre. I buoni risultati nei paesi dell'Est europeo si contrappongono a performance negative verso i principali Paesi industrializzati e, in particolar modo, verso le economie asiatiche più dinamiche. In qualche caso il mix produttivo non aiuta (come nel tessile, in crisi a livello internazionale), in altri alcune eccellenze non sono state opportunamente sfruttate. Un esempio: nonostante le imprese piemontesi, in special modo nel torinese, abbiano un riconosciuto know how nella costruzione di beni di investimento ad uso industriale (macchine utensili, robot e macchine industriali per usi diversi), il Piemonte non è riuscito ad inserirsi nelle forniture di beni verso la Cina. In un Paese che costruisce nuove fabbriche ogni giorno, l'apporto piemontese avrebbe potuto essere quantitativamente e qualitativamente migliore.

In questo campo può agire l'operatore pubblico, creando i presupposti per un approccio ai mercati stranieri più strutturato e sinergico. Sotto questo profilo, è bene sottolineare l'importanza strategica di due aspetti, fra di loro correlati: la concentrazione delle risorse, al fine di non disperdere in mille rivoli le scarse risorse finanziarie pubbliche e la creazione di una forma di coordinamento per le iniziative all'estero.

Indirizzare risorse su singoli progetti di forte impatto deve essere il risultato di una visione strategica a medio lungo termine che impone una riflessione anche in termini di individuazione di priorità strategiche e geografiche. Ad esempio, la buona performance del Piemonte sui mercati dell'Est europeo nel 2003 non deve far dimenticare che il Piemonte ha finora investito poco su altri mercati emergenti come quelli asiatici.

La ricerca "Il volto delle Pmi piemontesi che vanno all'estero", svolta su quattrocento piccole medio imprese esportatrici, ha evidenziato, inoltre, la necessità che a livello regionale vi sia un migliore coordinamento delle azioni promozionali di tutti gli attori che operano sull'internazionalizzazione. Mai come adesso, in un clima congiunturale negativo e di risorse pubbliche sempre più scarse, occorre "fare squadra" ed evitare duplicazione e sovrapposizioni.

Dal lato delle imprese, occorre evidenziare come le strategie per l'internazionalizzazione siano spesso ancora a livello embrionale, poco strutturate, occasionali, per molti casi affidate allo stesso imprenditore. L'approccio deve essere, al contrario, professionale, informato e strutturato.

È da ricordare inoltre che, specialmente negli ultimi anni, sono sempre più numerose le aziende che cercano, affacciandosi ai mercati esteri, quelle opportunità commerciali che non sono più offerte dal mercato nazionale. Queste imprese, che mancano di esperienza e risorse sia umane che economiche, si rivolgono, più speranzose delle altre, all'esterno, per ricevere un supporto mirato e soprattutto personalizzato da parte degli enti che offrono servizi per l'export.

Occorre, quindi, lavorare anche sulla formazione, attraverso interventi in grado di rafforzare la capacità aziendale di definire una precisa strategia competitiva, supportata da un piano operativo che ne preveda le fasi di attuazione e dalla consapevolezza dei risultati organizzativi della scelta intrapresa.

L'obiettivo finale è ambizioso: aumentare la competitività del territorio attraverso l'internazionalizzazione. Lavorare in un contesto competitivo sia in termini infrastrutturali che di capacità umane rende di fatto competitiva l'impresa singola e l'insieme attraendo risorse umane qualificate e imprese internazionali, arricchendo nuovamente il territorio, innescando così una "spirale" virtuosa che porta alla crescita economica complessiva.

