

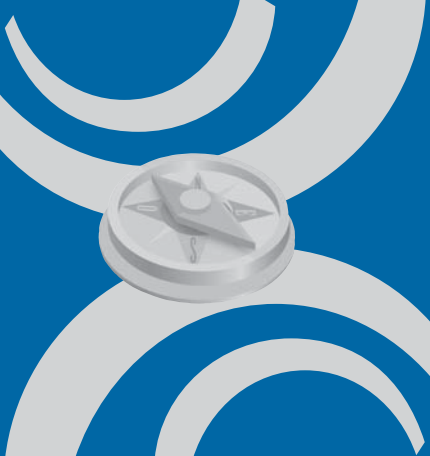
2006 RAPPORTO SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

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

UNIONCAMERE

PIEMONTE

 REGIONE
PIEMONTE



RAPPORTO SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE (2006)

Pubblicazione a cura di

Unioncamere Piemonte

Regione Piemonte

Unioncamere Piemonte

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

Regione Piemonte

Assessorato all'Università, Ricerca,
Innovazione e Internazionalizzazione
Piazza Castello, 165 - 10122 Torino
Tel. 0114321650 - Fax 0114323304

Curatori dei capitoli:

Roberto Strocchio

Coordinatore Ufficio Studi e Statistica Unioncamere Piemonte
Cap. 1.5, 2.2

Sarah Bovini

Ufficio Studi e Statistica Unioncamere Piemonte
Cap. 1.1, 1.3, 1.6, 1.7, 2.3

Elena Porta

Ufficio Studi e Statistica Unioncamere Piemonte
Cap. 1.2, 1.4, 1.8, 1.9, 2.4

Coordinamento editoriale
Relazioni Esterne
Unioncamere Piemonte

Progetto grafico
Creativa
Impresa di Comunicazione

Impaginazione
Visual Data Snc

Stampa
L'Artistica Editrice

Finito di stampare
nel mese di dicembre 2006



PRESENTAZIONE

pag. 1

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

1.1	L’internazionalizzazione del Piemonte sullo scenario internazionale e nazionale	<i>pag.</i> 2
1.2	L’import-export mercantile	8
1.3	L’import-export di servizi	24
1.4	La Bilancia tecnologica del Piemonte	31
1.5	Gli Investimenti diretti esteri in entrata e in uscita	36
1.6	Gli imprenditori stranieri in Piemonte	44
1.7	Gli stranieri in Piemonte	52
1.8	Il turismo internazionale in Piemonte	57
1.9	L’internazionalizzazione del sistema formativo	64

SEZIONE II – LE POLITICHE E LE STRATEGIE

2.1	Le politiche regionali per l’internazionalizzazione	<i>pag.</i> 71
2.2	Il Documento di Programmazione regionale Strategico-Operativa 2007-2013	72
2.3	Le strategie d’internazionalizzazione delle imprese piemontesi	76
2.4	Gli investimenti produttivi all’estero delle imprese manifatturiere piemontesi	82

SEZIONE III – CONCLUSIONI

3.1	L’indice sintetico di internazionalizzazione del Piemonte	<i>pag.</i> 86
------------	---	----------------



PRESENTAZIONE



*Il vero viaggio di scoperta
non consiste nel cercare nuove
terre, ma nell'averne nuovi occhi*

Voltaire

Quest'anno il "Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte", giunto alla sua quarta edizione, si presenta al contempo sia tradizionale che innovativo.

Tradizionale è l'impianto della ricerca, che continua a perseguire l'obiettivo di conciliare aspetti economici, sociali e istituzionali, considerati come singole sfaccettature di un fenomeno più ampio come l'internazionalizzazione. Tradizionale è anche la scelta di affiancare all'analisi sui dati statistici e aggregati una sezione dedicata alle politiche e alle strategie degli attori pubblici e privati del territorio.

Innovativo è, invece, il quadro normativo e strategico nel quale questo quarto Rapporto si inserisce. Il 2006 segna infatti un passaggio cruciale nelle politiche per l'internazionalizzazione. La scelta strategica compiuta dal legislatore regionale, con l'obiettivo di mettere a sistema e razionalizzare in un unico ente le diverse istituzioni e funzioni legate all'internazionalizzazione, si è concretizzata con la Legge regionale n. 13 del 2006.

Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte hanno fortemente creduto nella nascita di un unico soggetto in grado di proporsi in maniera efficace e convincente sui mercati internazionali: la nuova società sarà uno strumento vicino alle aziende, in particolare alle Pmi reali beneficiarie delle azioni pubbliche, uno strumento innovativo che punterà a fare del Piemonte un territorio attrattivo che sappia guardare con coraggio e intraprendenza ai mercati emergenti.



Dicembre 2006

1.1 L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE SULLO SCENARIO INTERNAZIONALE E NAZIONALE

Nonostante le previsioni di alcuni economisti, nel 2005 l'economia mondiale ha dimostrato di essere in grado di resistere agli shock energetici e ha registrato una crescita del Pil superiore alle attese. Secondo il Fondo monetario internazionale, il Prodotto interno lordo si è infatti incrementato del 3,4% in termini reali e del 4,8% a parità di potere d'acquisto. Lo sviluppo è stato inferiore rispetto a quello del 2004, ma si è confermato al di sopra della media dell'ultimo decennio. L'incremento della produzione, lo sviluppo degli scambi di beni e servizi e l'espansione degli investimenti, nonché il miglioramento del clima di fiducia di famiglie e imprese, hanno caratterizzato l'economia mondiale nel corso dell'anno.

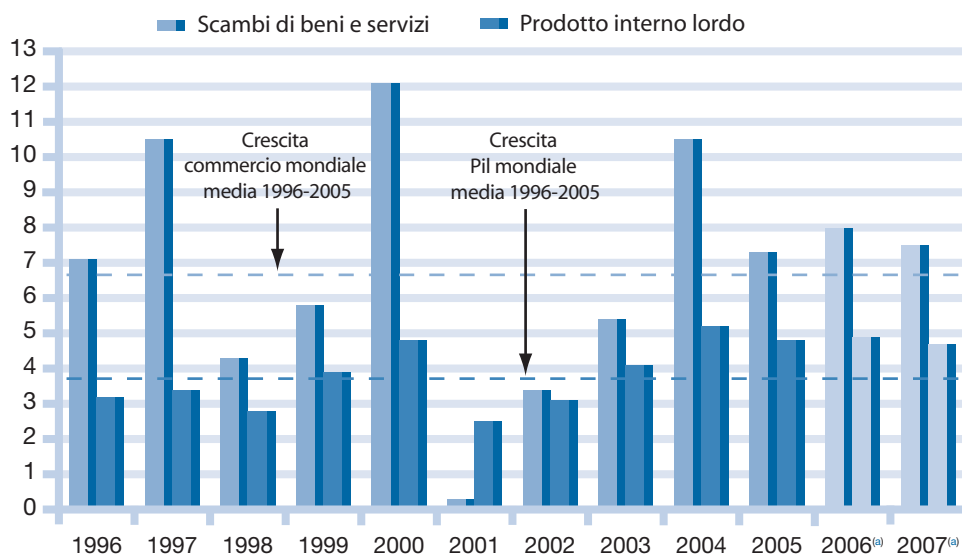
La crescita complessiva è stata trainata dalle economie asiatiche, in primo luogo cinese e quella indiana, e dai Paesi produttori di materie prime.

L'aumento della produzione complessiva si è dimostrato sostanzialmente in linea con quanto realizzato l'anno precedente, mentre il commercio mondiale di beni e servizi, sebbene in crescita, ha registrato una decelerazione più marcata: se nel 2004 l'incremento degli scambi era stato pari al 10,4%, nel 2005 la percentuale è scesa al 7,3%. Il valore si è mantenuto comunque al di sopra della media degli ultimi anni. Il rallentamento del volume degli scambi ha caratterizzato, sebbene con entità differenti, sia le economie avanzate che quelle emergenti e in via di sviluppo.

Tra i fattori che hanno influenzato l'intensità dello sviluppo dell'economia mondiale, una delle variabili più rischiose è stata l'evoluzione dei prezzi dell'energia e delle materie prime.

Negli ultimi tre anni, i prezzi dei prodotti energetici e delle materie prime non agricole sono infatti aumentati notevolmente a causa della crescita esponenziale della domanda esercitata dai Paesi emergenti. La sola richiesta di petrolio è passata dai 78 milioni di barili al giorno del 2002 agli 84 milioni del 2005. Ciò ha comportato una forte volatilità dei prezzi del greggio, la cui offerta è legata

Produzione e commercio mondiale (variazioni % dei volumi)

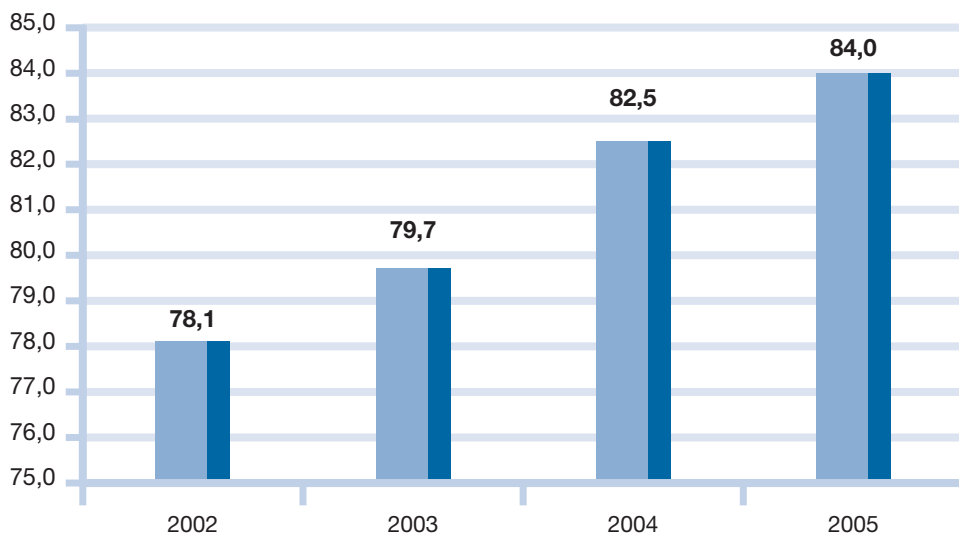


^(a) stime e previsioni

Fonte: elaborazioni Ice su dati Fondo monetario internazionale

inoltre al rischio di una potenziale interruzione delle forniture da parte di alcuni Paesi (come Iran e Nigeria), nonché all'eventualità che si presentino ulteriori turbative naturali, quali ad esempio gli uragani verificatisi nel Golfo del Messico.

Domanda mondiale di petrolio (milioni di barili al giorno)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Energy Information Administration, Official energy statistics from the US

Grazie ad un aumento della domanda e alle incertezze sui livelli dell'offerta, il prezzo del petrolio è passato dai 38 dollari in media del 2004 ai 55 dollari al barile del 2005, per salire ulteriormente nei primi mesi del 2006. Nonostante ciò, la capacità dei mercati finanziari di gestire la volatilità dei prezzi ha reso più accorte le politiche macroeconomiche. Il Pil mondiale è migliorato e l'impatto dei rincari sull'inflazione è stato circoscritto, grazie anche all'abbondanza di prodotti a basso prezzo offerta dai Paesi emergenti e dalla crescente integrazione internazionale.

Permane, tuttavia, il rischio che il prolungarsi di un'alta quotazione dei prodotti energetici produca un impatto inflazionistico ritardato.

Le previsioni delineate dal Fondo monetario internazionale per l'economia mondiale nei prossimi due anni prevedono che si riesca a far fronte alla crisi energetica e che la produzione complessiva si mantenga positiva, con un Pil a ritmi di sviluppo approssimabili, sia nel 2006 che nel 2007, al 5%. La crescita mondiale del 2005 è stato il frutto di andamenti differenziati registrati nelle varie aree del pianeta: si passa dai ritmi sostenuti dei Paesi emergenti (Cina e India), alla robusta dinamica degli Usa, alla perdita di vigore delle economie europee.

Nell'area asiatica si distingue la Cina, che vanta una crescita del +10,2%, in linea con quella manifesta nel 2004. Il buon momento dell'economia cinese si avvantaggia del circolo virtuoso export-investimenti-produzione industriale, che permette a questo Paese di imporsi sui mercati internazionali. Anche l'India, continuando a beneficiare dello sviluppo dell'export, si posiziona tra i Paesi con i ritmi di crescita più elevati (+8,5%). Il 2005 ha poi rappresentato un anno di consolidamento per il Giappone. Dopo un periodo di crisi deflazionistica, già nel 2004 si erano registrati

i segni della ripresa e l'economia giapponese era cresciuta del 2,3%. Nel 2005 lo sviluppo del Pil nipponico è salito a 2,7 punti percentuale, grazie ad una crescita più uniforme delle diverse componenti della domanda. Appaiono in aumento i dati relativi all'occupazione, i consumi delle famiglie sono in netta ripresa e gli investimenti si sono incrementati soprattutto nella prima parte dell'anno. Anche le esportazioni hanno dato un apporto positivo, grazie allo sviluppo degli scambi con gli altri Paesi del continente asiatico. Le previsioni per i prossimi due anni evidenziano crescite di poco inferiori all'8% per tutta l'area asiatica e più accentuate in Cina (+10%), anche a causa dell'aumento degli investimenti in vista degli appuntamenti olimpici del 2008.

Negli Stati Uniti, il Pil cresce del 3,2%, valore leggermente inferiore rispetto a quello del 2004. Il motore principale della crescita è la domanda interna; anche gli investimenti sono in aumento, grazie specialmente al settore dell'edilizia residenziale. Nonostante il permanere di una situazione di debolezza del dollaro rispetto all'euro, specialmente nella prima parte dell'anno, le importazioni sono cresciute del 6,2%, confermandosi come elemento essenziale per la crescita del commercio mondiale. Anche le esportazioni hanno manifestato uno sviluppo rilevante (+6,7%), ma la bilancia commerciale resta fortemente deficitaria. Le previsioni per il 2006-2007 appaiono incoraggianti, ma rimane l'ombra del caro energetico e il rischio di un forte rallentamento del mercato immobiliare, fattori che potrebbero influenzare l'andamento economico statunitense.

L'area euro ha vissuto uno sviluppo debole e discontinuo nel 2005, anche a causa dell'andamento disomogeneo dimostrato dalle diverse realtà nazionali. Complessivamente, il tasso di crescita del Prodotto interno lordo dell'area è diminuito rispetto all'anno precedente, restando, tuttavia, positivo per 1,3 punti percentuale. Lo sviluppo è stato più sostenuto nei mesi centrali dell'anno

L'economia nel mondo (tassi di variazione %)

	2004	2005	2006 ^(a)	2007 ^(a)
Prodotto interno lordo				
Mondo	5,3	4,9	5,1	4,9
<i>Economie avanzate</i>	3,2	2,6	3,1	2,7
Stati Uniti	3,9	3,2	3,4	2,9
Giappone	2,3	2,6	2,7	2,1
Germania	1,2	0,9	2,0	1,3
Francia	2,0	1,2	2,4	2,3
Italia	1,1	0,0	1,5	1,3
Gran Bretagna	3,3	1,9	2,7	2,7
Area euro	2,1	1,3	2,4	2,0
Nic	5,9	4,5	4,9	4,4
<i>Paesi emergenti e in via di sviluppo</i>	7,7	7,4	7,3	7,2
Europa centrale e dell'est	6,5	5,4	5,3	5,0
Russia	7,2	6,4	6,5	6,5
Africa	5,5	5,4	5,4	5,9
Asia	8,8	9,0	8,7	8,6
Cina	10,1	10,2	10,0	10,0
India	8,0	8,5	8,3	7,3
Medio Oriente e Turchia	5,5	5,7	5,8	5,4
America latina	5,7	4,3	4,8	4,2

^(a) previsioni

Fonte: Fmi, World Economic Outlook, settembre 2006

ed è apparso meno significativo nel I e nel IV trimestre. Tra gli indicatori in positivo figurano gli investimenti (+2,3%) e i consumi (+1,3%), mentre la domanda netta con l'estero ha apportato un contributo negativo, dovuto principalmente all'indebolimento delle esportazioni provocato anche da un euro forte rispetto al dollaro.

Tra i Paesi più importanti della Uem, la Francia (+1,2%) e la Germania (+0,9%) hanno mantenuto un tasso con il segno positivo, sebbene inferiore rispetto a quello del 2004.

L'andamento manifestato dalla Spagna (+3,4%) conferma che questo Paese sta vivendo un lungo periodo di espansione economica, mentre l'Italia ha registrato una variazione nulla del Prodotto interno lordo, dato che ci colloca sostanzialmente in una fase di crescita zero.

Tra i Paesi europei non appartenenti alla Uem, la Gran Bretagna, nonostante il calo dei consumi, concretizza una crescita del Pil, grazie al buon andamento di investimenti ed esportazioni.

L'Europa orientale continua a svilupparsi, ad eccezione della Polonia, che subisce un arresto momentaneo della crescita che l'aveva accompagnata negli anni precedenti. La Turchia, Paese candidato ad entrare nell'Unione europea, ha mantenuto un sostenuto livello di progresso (+7,4%) di poco inferiore a quello manifestato nel 2004.

Le previsioni delineate dal Fondo monetario internazionale per il 2006-2007 per tutta l'area euro sembrano orientate al mantenimento del trend positivo registrato negli ultimi due anni.

ITALIA

Dopo la temporanea ripresa segnata nel 2004 (+1,1%), il Pil italiano ha manifestato una variazione nulla, sintomo delle difficoltà ancora presenti dal lato sia della produzione, sia della domanda. Quella italiana è stata una delle peggiori performance tra i Paesi dell'Uem: solo il Portogallo ha registrato un risultato simile.

Da cosa è stata determinata la stasi del Pil italiano nel 2005? La prima componente del Prodotto interno lordo è rappresentata dai consumi nazionali, che sono aumentati dello 0,3%.

Conto economico delle risorse e degli impieghi in Italia (valori concatenati anno 2000)^(a)

	2004	2005	Variazione 2005/2004
Risorse			
Prodotto interno lordo ai prezzi di mercato	1.230.006	1.229.568	0,0%
Importazioni di beni e servizi Fob	319.426	323.776	1,4%
Totale risorse	1.549.148	1.552.877	0,2%
Impieghi			
Consumi nazionali	969.979	973.364	0,3%
<i>spesa delle famiglie residenti</i>	726.805	727.228	0,1%
<i>spesa delle Amministrazioni pubbliche e delle Isp</i>	243.100	245.988	1,2%
Investimenti fissi lordi	259.154	257.551	-0,6%
Variazione delle scorte	-	-	-
Oggetti di valore	1.546	1.576	1,9%
Esportazioni di beni e servizi Fob	312.372	313.178	0,3%
Totale impieghi	1.549.148	1.552.877	0,2%

^(a) L'utilizzo degli indici a catena comporta la perdita di additività delle componenti concatenate espresse in termini monetari: la somma dei valori concatenati delle componenti di un aggregato non è uguale al valore concatenato dell'aggregato stesso. Il concatenamento attraverso gli indici di tipo Laspeyres garantisce tuttavia la proprietà di additività per l'anno di riferimento e per l'anno seguente

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

L'andamento delle due principali voci di spesa dei consumi è stato parzialmente differente.

Da un lato, la spesa delle famiglie residenti, ossia il consumo di beni e servizi (cibo, automobili, vacanze, biglietti del treno, etc.) acquistati dai residenti, è rimasta pressoché stazionaria rispetto al 2004. Dall'altro, la spesa pubblica in beni e servizi acquistati dallo Stato e/o dagli enti pubblici, è cresciuta dell'1,2% rispetto all'anno precedente. Il contributo positivo offerto complessivamente dai consumi ha fornito l'impulso sufficiente a controbilanciare l'andamento meno roseo espresso dagli investimenti e dalla domanda estera netta.

La seconda componente del Pil è rappresentata proprio dagli investimenti fissi (impianti, macchinari e abitazioni), che hanno registrato una flessione pari ad un decimo di punto percentuale.

La somma di consumi e investimenti rappresenta la spesa nazionale (spesa di beni e servizi da parte di residenti, siano essi consumatori, imprese o settore pubblico). A tale spesa va sommata la domanda estera netta (pari alle esportazioni meno le importazioni) che nel 2005 ha fornito un contributo negativo al Prodotto interno lordo.

L'arresto della crescita economica italiana nel 2005 si è inserito in un quadro di indebolimento generalizzato dell'area euro.

Le previsioni per il 2006 sono tuttavia orientate ad una ripresa del ciclo espansivo, favorito dalla vivacità della domanda mondiale e dalla conseguente crescita delle esportazioni.

IL PIEMONTE NEL MERCATO GLOBALE

Negli ultimi decenni, l'economia mondiale si è avviata lungo un percorso di forte globalizzazione, che si traduce in una crescente interdipendenza tra i mercati e le economie di Paesi differenti. Per questo motivo, per comprendere la posizione del Piemonte a livello internazionale, è utile considerare l'andamento delle principali variabili economiche regionali proprio alla luce del quadro economico complessivo delineato nei paragrafi precedenti.

In linea con il rallentamento registrato a livello europeo e con la mancanza di crescita a livello nazionale, anche il Piemonte ha registrato una battuta d'arresto dello sviluppo.

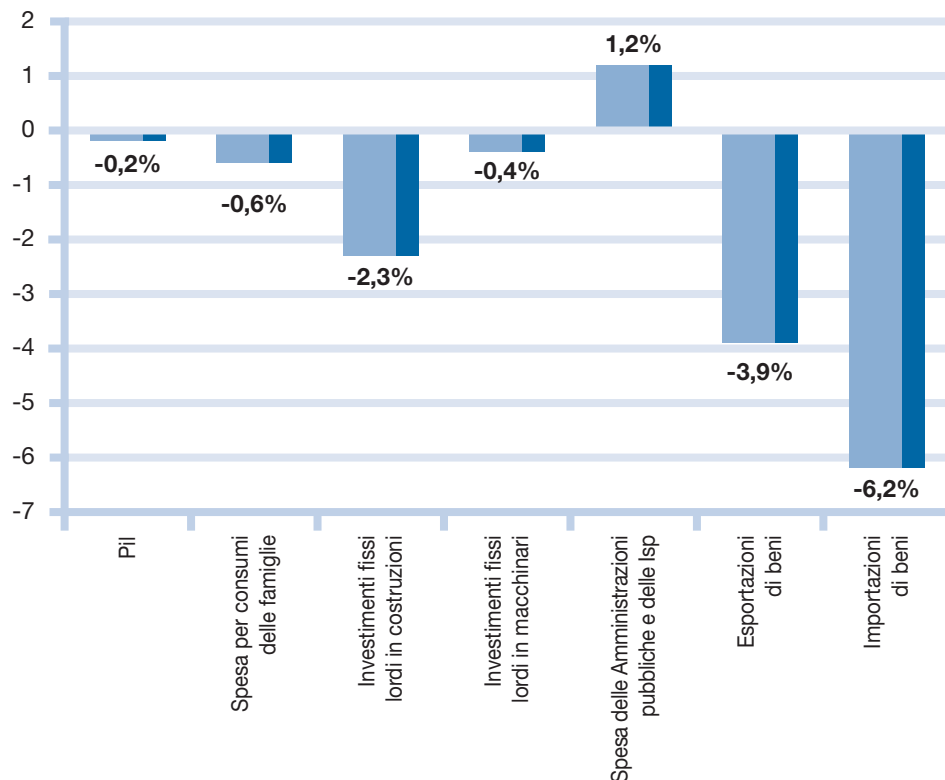
Se nel 2004 il Pil regionale era aumentato dell'1,1%, le stime per il 2005 indicano che il Prodotto interno lordo chiuderà con una flessione di qualche decimo di punto.

Tra le componenti del Pil che non hanno avuto la giusta spinta nel corso del 2005, figura la spesa delle famiglie, contrattasi nelle voci più aleatorie (divertimenti, vacanze, servizi alla persona), mentre non è diminuita in quelle meno comprimibili (abitazione, comunicazioni e trasporti).

La spesa per consumi finali della Pubblica amministrazione e delle istituzioni sociali private senza scopo di lucro è cresciuta in misura significativa, mentre gli investimenti fissi lordi hanno evidenziato una tendenza al ribasso, sia nella componente degli impianti e dei macchinari sia, in misura maggiore, in quella relativa alle costruzioni.

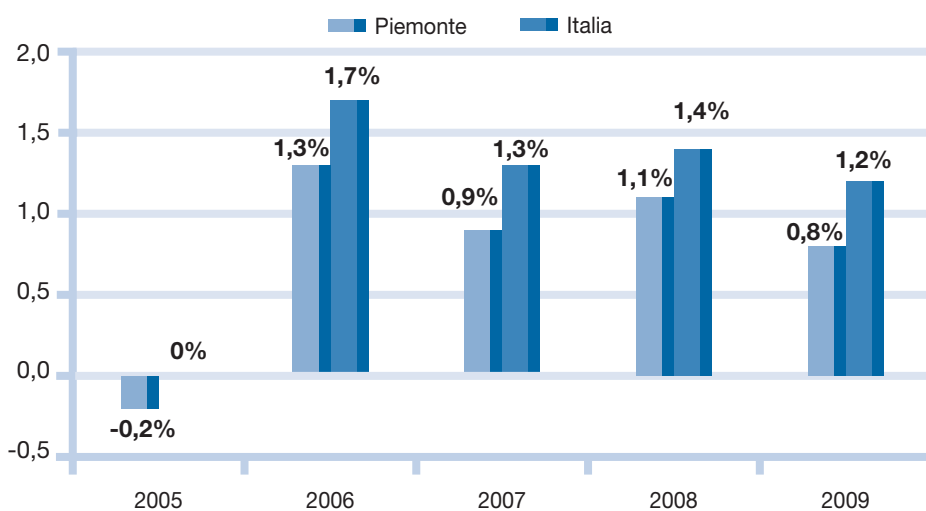
Le esportazioni, elemento determinante per la crescita della ricchezza e del grado di internazionalizzazione economica di un territorio, sono state pari a 31,8 miliardi di euro e hanno registrato una crescita del 1,6% a prezzi correnti. Considerando la variazione a prezzi costanti, la dinamica appare però decisamente meno positiva (-3,9%); lo stesso accade sul fronte delle importazioni. Questa performance conduce ad un'ulteriore riduzione della quota piemontese sul commercio mondiale, sintomo della perdita di competitività internazionale della regione.

Indicatori strutturali Anno 2005 (variazioni % su valori a prezzi costanti)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Prometeia

Prodotto interno lordo a prezzi costanti anno 1995 (tassi di variazione % annui)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Prometeia

I dati complessivi del 2005 fotografano un Piemonte che manifesta ancora qualche fragilità. I segnali che arrivano dagli ultimi mesi dell'anno inducono tuttavia a credere che nel 2006 si vivrà una fase di sviluppo e di apertura internazionale. Prometeia ipotizza una crescita della ricchezza in Piemonte pari all'1,3%, sostenuta proprio da un'espansione delle vendite all'estero (+6%).

Anche le previsioni per il triennio 2007-2009 sono incoraggianti: il Pil registrerà un incremento medio annuale pari a 1 punto percentuale, dato positivo sebbene al di sotto della media italiana. L'economia mondiale e quella europea si sono rimesse in marcia e il Piemonte deve fare lo stesso, agganciando la ripresa e cogliendo le sfide offerte dal nuovo contesto globale. Qualcosa è già cambiato negli ordinativi delle aziende, nelle cifre dell'export, nelle prospettive delineate dai consumatori e dalle imprese, nonché nella presenza di stranieri in termini di popolazione, imprenditoria e formazione. Si ha la sensazione che il sistema economico-sociale piemontese stia cambiando, uscendo progressivamente dalla crisi degli ultimi anni.

Permangono ancora fattori di criticità relativi alla capacità competitiva e all'integrazione sociale, che vanno affrontati anche attraverso politiche strategiche che sviluppino la forza del mercato interno e potenzino le risorse immateriali, ossia le capacità e le attitudini delle persone.

Risulta fondamentale cogliere le opportunità offerte dal processo di globalizzazione, ma sarà necessario riuscire a controllare i rischi che derivano da tale processo, favorendo la coesione sociale e l'integrazione, fattori fondamentali in una società che, come si rileva dalle analisi svolte in questo rapporto, è sempre più internazionale.

1.2 L'IMPORT-EXPORT MERCANTILE

Con una crescita del 13,1%, nel 2005 le esportazioni mondiali a prezzi correnti hanno raggiunto i 10.393 miliardi di dollari: si tratta di un risultato che, pur attestandosi sopra la media dei tassi di incremento degli ultimi dieci anni, ha interrotto l'accelerazione delle esportazioni in atto dal 2002. In questo contesto internazionale, la performance italiana ha realizzato uno sviluppo di 4 punti percentuale, incremento decisamente inferiore a quello sostenuto tra il 2003 e il 2004 (+ 7,5%).

In linea con il rallentamento subito dall'export nazionale, il Piemonte ha manifestato una crescita delle performance esportative pari a 1,6 punti percentuale rispetto al 2004, contro l'aumento del 3,9% registrato l'anno precedente.

Si tratta di un risultato modesto se confrontato sia con quello nazionale, sia con quello del nord ovest italiano considerato nel suo complesso (+ 5,6%): il Piemonte si conferma la quarta regione esportatrice, preceduto da Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna, e seguito da Lazio e Toscana; ma la quota detenuta sul totale delle esportazioni italiane si attesta al 10,7%, in lieve calo rispetto al 2004, quando le esportazioni piemontesi rappresentavano l'11% di quelle nazionali.

L'espansione dell'export regionale è stata inoltre più contenuta di quella del commercio internazionale: la quota sul totale delle esportazioni mondiali a prezzi correnti si è ulteriormente contratta, attestandosi allo 0,39% (-0,04 punti percentuale rispetto al 2004).

Le ragioni del modesto risultato registrato nel 2005 dalle vendite regionali oltre confine possono essere ricercate analizzandone la composizione per settori e per Paesi. Esaminando "cosa" esporta il Piemonte, emerge lo spiccato orientamento verso quei settori che, nel 2005, hanno

mostrato dinamiche di crescita modeste rispetto agli altri comparti; osservando invece “dove” esporta la nostra regione, si nota una tendenza prevalentemente eurocentrica, accompagnata dalla difficoltà delle merci regionali a penetrare in quei mercati di sbocco che presentano migliori prospettive di sviluppo.

Se le esportazioni piemontesi sono cresciute, nell'ultimo anno, dell'1,6%, attestandosi sui 31,8 miliardi di euro, un analogo andamento ha coinvolto anche le importazioni, che si sono attestate sui 23,2 miliardi di euro contro i 22,9 del 2004, per un incremento di 1 punto percentuale.

Tra le ragioni che possono giustificare l'incremento delle importazioni piemontesi, va citato il ruolo svolto dal tasso di cambio tra l'euro e le principali valute estere.

Se l'export regionale rappresenta il 10,7% di quello nazionale, sul versante import la quota detenuta dalla richiesta piemontese di merci estere costituisce il 7,6% della domanda italiana diretta all'estero, collocando il Piemonte in quarta posizione tra le regioni importatrici, preceduto da Lombardia, Veneto e Lazio, e seguito da Emilia Romagna e Toscana.

Considerando infine il commercio estero piemontese in termini di saldo, si nota come la bilancia commerciale risulti in attivo per un valore pari ad 8,6 miliardi di euro (+3,2% rispetto al saldo del 2004), a differenza di quella italiana, che risulta invece in passivo.

L'EXPORT PIEMONTESE PER PAESI

Ad una prima analisi dei dati relativi alle esportazioni piemontesi nel corso del 2005, emerge come la concentrazione geografica si sia mantenuta pressoché invariata rispetto al 2004.

Import-export in Piemonte per Paesi (dati in milioni di euro)

	2004		2005	
	import	export	import	export
Francia	4.605,75	5.590,67	4.285,19	5.564,75
Germania	4.113,07	4.579,94	4.143,33	4.757,17
Regno Unito	804,96	2.278,26	786,51	2.210,72
Spagna	1.184,89	2.558,14	1.034,29	2.671,97
Polonia	1.496,90	1.178,60	1.885,03	1.205,83
Repubblica Ceca	156,23	367,26	217,38	408,41
Altri Paesi Ue 25	3.961,77	4.430,70	3.796,43	4.561,76
Totale Paesi Ue^(a)	16.323,56	20.983,56	16.148,16	21.380,61
Romania	182,09	303,67	183,01	320,11
Russia	85,62	351,61	89,13	403,18
Turchia	690,39	995,53	806,20	940,09
Cina	998,51	524,81	1.158,44	530,01
Giappone	621,58	539,48	559,09	530,86
India	173,28	111,54	177,55	138,29
Stati Uniti	600,24	1.574,65	751,34	1.568,33
Brasile	286,01	354,47	338,19	369,96
Argentina	34,69	153,75	75,24	161,31
Nies ^(b)	246,14	700,36	244,83	735,14
Altri Paesi extra-Ue 25	2.681,74	4.663,96	2.632,97	4.690,53
Totale Paesi extra-Ue 25	6.600,28	10.273,82	7.015,96	10.387,81
Totale	22.923,84	31.257,38	23.164,12	31.768,41

^(a) per gli anni antecedenti il 2004, questo valore è stato ottenuto sommando al valore dell'Europa dei 15 i valori dei 10 Paesi che, a partire da maggio 2004, sono entrati nell'Europa unita

^(b) Singapore, Corea del Sud, Taiwan, Hong Kong

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Per calcolare il grado di concentrazione dell'export si utilizza un metodo basato su un indice sintetico, il rapporto di concentrazione di Gini, che assume valore 0 nel caso di equidistribuzione, e valore 1 nel caso di massima concentrazione. L'indice calcolato per gli oltre 210 mercati di sbocco delle merci piemontesi è risultato pari a 0,90 sia nel 2004, sia nel 2005, a testimonianza di una forte e costante concentrazione delle esportazioni su un esiguo numero di mercati. Prendendo invece in considerazione le vendite italiane oltre confine, l'indice di Gini, calcolato per gli oltre 230 mercati di sbocco delle merci nazionali, ha fornito il valore di 0,88 in entrambi gli anni considerati. Confrontando il livello di concentrazione geografica delle vendite all'estero di Piemonte e Italia, emerge quindi una certa conformità delle esportazioni piemontesi rispetto a quelle nazionali, entrambe fortemente circoscritte in termini di mercati di riferimento.

Anche nel 2005, le esportazioni piemontesi si sono dirette essenzialmente verso i Paesi Ue 25: il 67,3% dei prodotti regionali venduti sui mercati esteri rimane entro i confini dell'Unione europea, contro il 67,1% del 2004. Coerentemente con l'aumento della quota detenuta, il volume d'affari generato dall'acquisto di prodotti piemontesi da parte dei partner comunitari ha segnato, tra il 2004 e il 2005, un incremento di 1,9 punti percentuale. Si è mostrato sostanzialmente invariato, invece, l'interesse per le merci piemontesi da parte dei paesi extra-Ue 25: la quota detenuta dalle relative esportazioni è passata dal 32,9% del 2004 al 32,7% dell'ultimo anno, con un aumento, in termini di valore, pari a poco più di un punto percentuale.

A livello nazionale, la dipendenza delle esportazioni dai partner comunitari risulta meno marcata: il 58,6% delle merci esportate dall'Italia nel corso del 2005 è diretto a Paesi dell'area Ue 25, contro un 41,4% diretto a partner extracomunitari.

Il principale mercato di sbocco per l'export piemontese è rappresentato, anche nel 2005, dalla Francia, i cui acquisti di prodotti regionali si attestano poco al di sopra dei 5,5 miliardi di euro, denotando una flessione di mezzo punto percentuale rispetto al 2004.

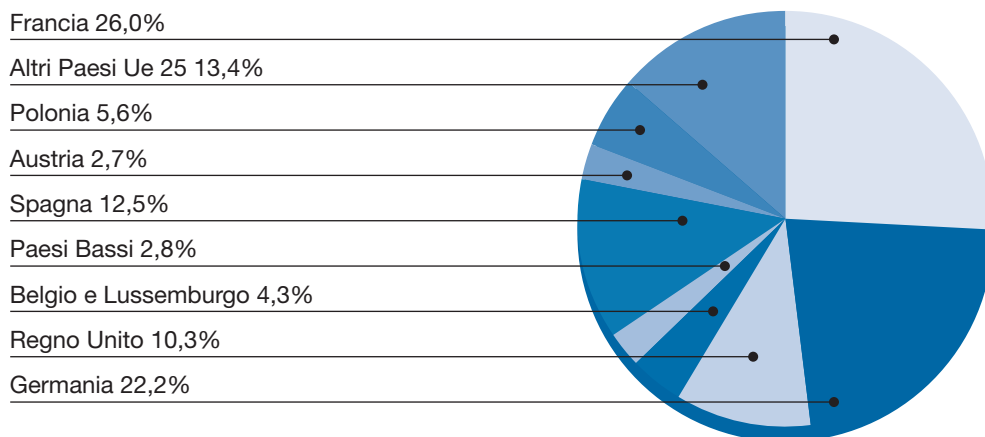
Mentre nel 2004 le esportazioni locali verso il partner francese costituivano il 17,9% dell'export regionale e il 26,6% delle vendite piemontesi verso i partner comunitari, oggi queste percentuali si attestano rispettivamente al 17,5% e 26%, a testimonianza di una scarsa dinamicità piemontese sul mercato francese. L'interesse della Francia è diretto principalmente verso i mezzi di trasporto, le macchine e apparecchi meccanici e i metalli.

In seconda posizione tra i Paesi importatori di merci piemontesi si colloca, anche nel 2005, la Germania: gli acquisti tedeschi di prodotti regionali, che ammontano a poco più di 4,7 miliardi di euro (+3,9% sul 2004), rappresentano il 15% delle vendite locali all'estero. A differenza di quanto osservato per la Francia, la rilevanza del mercato tedesco tra i Paesi importatori si è mostrata in crescita, tra il 2004 e il 2005. Le merci piemontesi maggiormente richieste dagli acquirenti tedeschi convergono ai comparti dei mezzi di trasporto, della meccanica e dei metalli.

La terza posizione della graduatoria è occupata dalla Spagna, con una dinamica nettamente positiva: +4,4% in termini di valore di merci importate, con un aumento dell'incidenza delle esportazioni piemontesi verso questo Paese, passata dall'8,2% all'8,4%.

Le importazioni spagnole di prodotti regionali costituiscono inoltre il 12,5% di quelle dell'intera Ue 25. Tra i comparti piemontesi oggetto di interesse del mercato spagnolo si segnalano i mezzi di trasporto, la meccanica e i metalli.

Composizione dell'export piemontese verso i Paesi Ue 25 Anno 2005



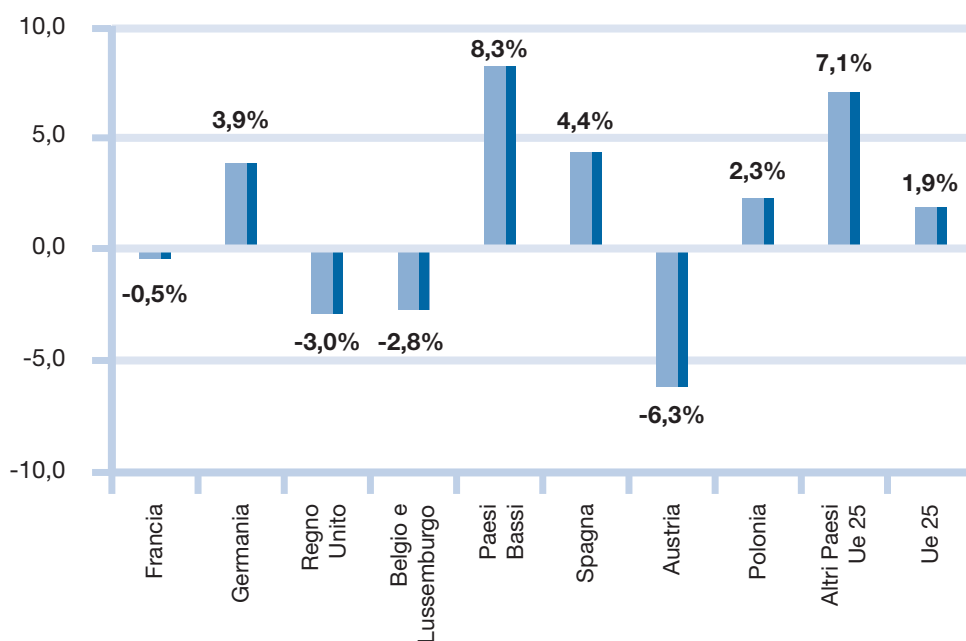
Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Le importazioni britanniche di prodotti piemontesi, pari a 2,2 miliardi di euro, collocano il Regno Unito al quarto posto tra i Paesi che, nel 2005, hanno mostrato il maggiore interesse per i prodotti locali; il trend che le ha caratterizzate è stato tuttavia negativo (-3% rispetto al 2004). Gli acquisti inglesi sono diretti ai mezzi di trasporto, macchine e apparecchi meccanici e alimentari.

Segue la Polonia: gli acquisti polacchi di prodotti piemontesi hanno superato, nel 2005, gli 1,2 miliardi di euro (+2,3% sul 2004) e costituiscono il 5,6% dell'export verso l'Ue 25 e il 3,8% del totale.

Quasi un prodotto su due che varca il confine piemontese con destinazione polacca appartiene alla filiera autoveicolare; seguono le richieste di apparecchi meccanici e di macchine elettriche.

Esportazioni verso i Paesi Ue 25 (variazioni % 2005/2004)

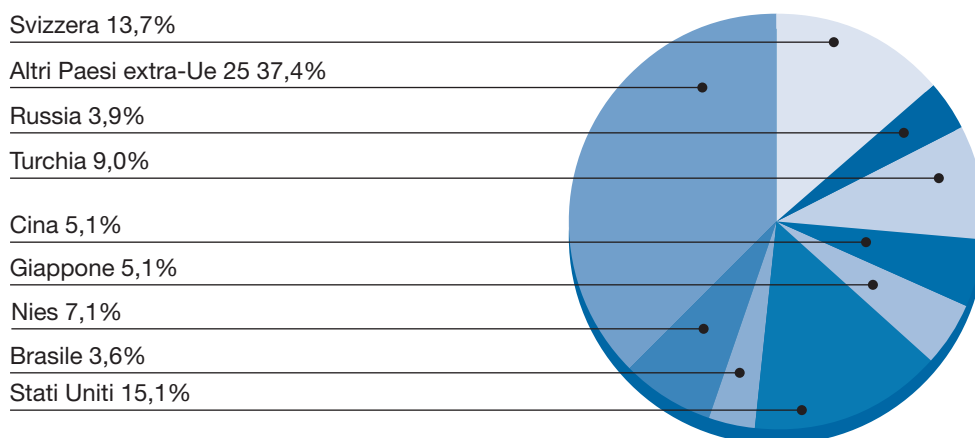


Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Il volume d'affari generato dalle esportazioni sui mercati extra-Ue 25 si attesta, nel 2005, sui 10,4 miliardi di euro (+1,1% sul 2004).

Il principale mercato di sbocco extracomunitario per le merci piemontesi è rappresentato dagli Usa: gli acquisti statunitensi ammontano a poco più di 1,5 miliardi di euro, e si mostrano sostanzialmente stabili rispetto al 2004 (-0,4%), dopo il trend decrescente che li aveva contraddistinti negli ultimi anni. L'incidenza di queste importazioni sull'export regionale continua, invece, a diminuire, e si attesta, nel 2005, al 4,9%. Le principali tipologie produttive verso le quali è diretto l'interesse statunitense sono i mezzi di trasporto, gli apparecchi meccanici e i prodotti dell'industria tessile. Il 13,7% dell'export verso i mercati extra-Ue e il 4,5% del totale regionale sono diretti verso la Svizzera, per un volume d'affari superiore agli 1,4 miliardi di euro (+1,8% sul 2004). Tra le merci più richieste al Piemonte figurano il coke e i prodotti petroliferi raffinati, oltre ai prodotti tessili e chimici. Nel 2005 la performance realizzata sul mercato turco è stata negativa: dopo la crescita sostenuta registrata nel 2004, gli acquisti di merci piemontesi da parte della Turchia, che interessano prevalentemente il settore dei mezzi di trasporto, seguito dai comparti della meccanica e del tessile, hanno presentato un trend decrescente (-5,6%).

Composizione dell'export piemontese verso i Paesi extra-Ue 25 Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

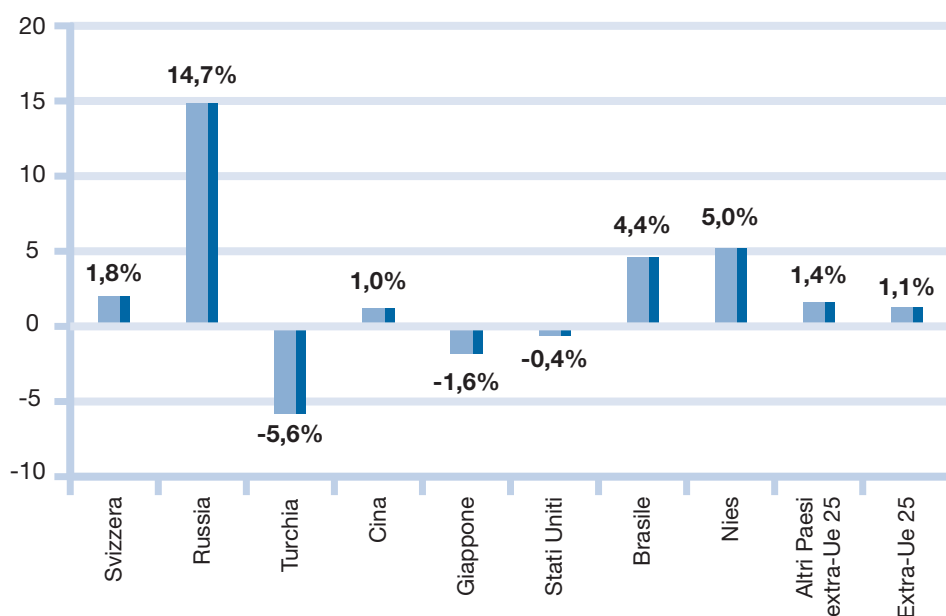
Aumenta, invece, l'interesse dei Paesi Nies per le merci piemontesi: le importazioni di Singapore, Corea del Sud, Taiwan e Hong Kong, che riguardano principalmente i prodotti delle industrie tessili, le macchine ed apparecchi meccanici e i prodotti chimici, detengono una quota del 2,2% sull'export regionale ed hanno presentato, in termini di valore, un incremento del 5% rispetto al 2004. Le performance esportative sul mercato cinese hanno proseguito il trend crescente del 2004, sebbene ad un ritmo notevolmente inferiore (+1%, contro gli oltre 20 punti percentuale realizzati nel 2004). L'importanza della Cina tra i Paesi importatori di prodotti piemontesi permane, tuttavia, su livelli marginali: la quota del mercato cinese sull'export regionale è dell'1,7%, stabile rispetto all'anno precedente. I prodotti piemontesi che incontrano le maggiori richieste da parte della Cina sono le macchine e gli apparecchi meccanici, i prodotti dell'industria tessile e dell'abbigliamento e le macchine elettriche.

Una quota pari all'1,7% dell'export regionale converge in Giappone, anche se la dinamica riscontrata nel 2005 per le esportazioni piemontesi verso questo Paese è stata negativa (-1,6 punti percentuale). Ai primi posti si collocano le richieste di prodotti tessili e dell'abbigliamento, mezzi di trasporto, prodotti chimici e fibre sintetiche.

Risultano incoraggianti i risultati ottenuti dalle esportazioni locali su due importanti mercati dell'America Latina, il Brasile (+4,4%) e l'Argentina (+4,9%), mentre appare in calo l'interesse di Nuova Zelanda e Australia per i prodotti regionali (-4,9 punti percentuale).

Merita infine di essere citato il buon risultato ottenuto dalle esportazioni piemontesi in Russia: +14,7% in termini di valore sul 2004.

Esportazioni verso i Paesi extra-Ue 25 (variazioni % 2005/2004)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

L'IMPORT PIEMONTESE PER PAESI

La concentrazione geografica delle importazioni piemontesi, calcolata tramite l'indice di Gini, è risultata pari a 0,92 sia nel 2004, sia nel 2005. Il 72,7% delle importazioni locali proviene da soli dieci Paesi: è chiaro, quindi, come anche le importazioni regionali siano fortemente circoscritte in termini di mercati di riferimento. Confrontando la concentrazione delle importazioni locali con quella degli acquisti nazionali all'estero (valore del rapporto di concentrazione di Gini pari a 0,88), si rileva una sostanziale analogia tra Piemonte e Italia.

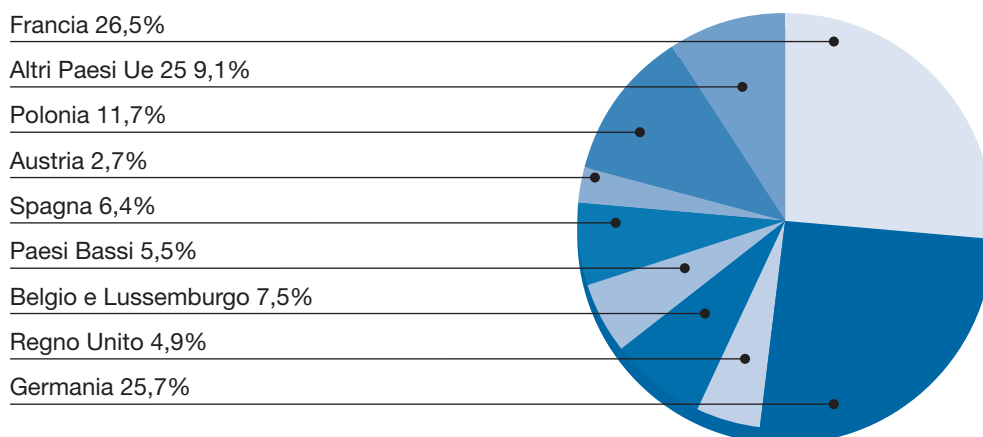
L'interesse piemontese è orientato prevalentemente verso le merci offerte dai Paesi dell'Ue 25: nel 2005, il 69,7% delle importazioni regionali è giunto dai mercati comunitari, contro il 30,3% di provenienza extra-Ue 25. Nonostante lo spiccato orientamento eurocentrico, nel 2005 l'import piemontese dai Paesi comunitari è calato (-1,1% in termini di valore delle merci importate,

che si attesta sui 16,1 miliardi di euro); per contro, sono aumentati gli acquisti regionali dai Paesi extracomunitari (+ 6,3%, per un valore di circa 7 miliardi di euro).

Francia e Germania si confermano, anche sul fronte degli acquisti regionali nel bacino dell'Ue 25, i principali partner commerciali del Piemonte. Nel 2005, il peso di questi mercati sull'import complessivo è stato rispettivamente del 18,5% e 17,9%, con dinamiche contrastanti: mentre le importazioni dalla Francia sono diminuite, in termini di valore, di ben 7 punti percentuale, il trend dell'import dalla Germania è stato positivo (+ 0,7%). L'interesse piemontese per i prodotti francesi e tedeschi è diretto innanzitutto ai mezzi di trasporto, metalli e prodotti chimici.

La bilancia commerciale piemontese, nel caso specifico dell'interscambio con Francia e Germania, è saldamente in attivo per valori rispettivamente pari a 1.279,6 e 613,9 milioni di euro.

Composizione dell'import piemontese dai Paesi Ue 25 Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

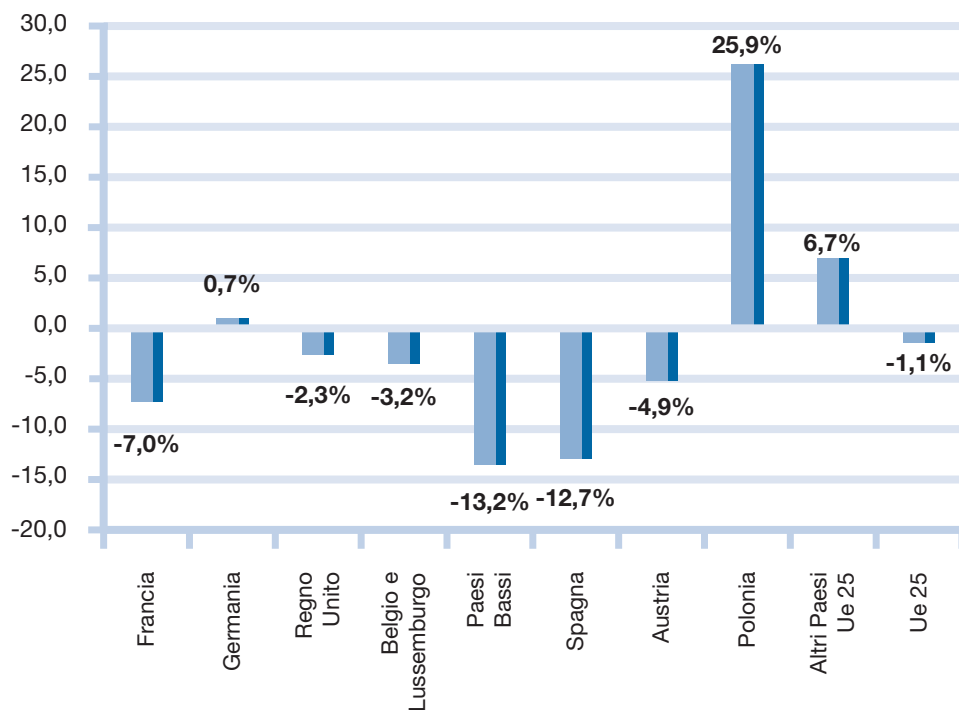
L'8,1% delle importazioni regionali giunge dalla Polonia: nel 2005, la richiesta piemontese di merci polacche, diretta quasi esclusivamente ai mezzi di trasporto, ha vissuto un incremento di quasi 26 punti percentuale, a testimonianza della sempre maggiore attenzione regionale nei confronti di questo mercato. Il saldo tra esportazioni ed importazioni è negativo per un valore di 679,2 milioni di euro. Tra le cause dell'intensificarsi dei rapporti tra Piemonte e Polonia va citato il ruolo svolto dagli investimenti effettuati in questo Paese dall'automotive regionale: la maggior parte delle autovetture prodotte in Polonia è infatti destinata all'esportazione verso il Piemonte.

Scorrendo la graduatoria dei Paesi comunitari che incontrano le preferenze piemontesi, si ritrovano, in quarta posizione, Belgio e Lussemburgo, le cui vendite dirette al Piemonte costituiscono il 5,3% delle importazioni complessive e il 7,5% di quelle che giungono dall'area Ue 25.

Nel corso del 2005, l'interesse regionale per le merci di queste economie, orientato in larga parte verso i prodotti chimici e i metalli, ha registrato una contrazione del 3,2% in termini di valore.

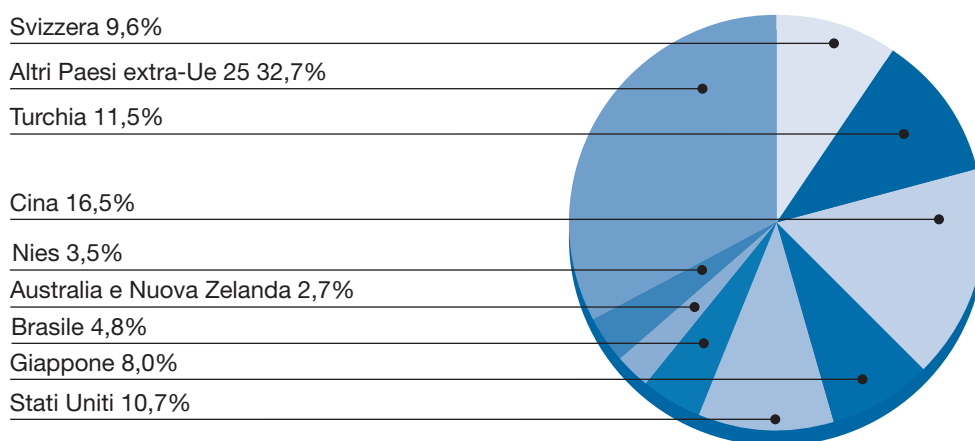
La Spagna detiene una fetta pari al 4,4% delle importazioni piemontesi. La richiesta locale di merci spagnole ha subito una flessione del 12,7% rispetto al 2004 e si è diretta soprattutto verso i mezzi di trasporto, i prodotti chimici e le fibre sintetiche.

Importazioni dai Paesi Ue 25 (variazioni % 2005/2004)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Composizione dell'import piemontese dai Paesi extra-Ue 25 Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Il principale Paese di riferimento per gli acquisti extracomunitari del Piemonte, e il quinto nella graduatoria generale, è la Cina: il 5% delle importazioni regionali e il 16,5% di quelle provenienti dall'area extra-Ue 25 giunge, infatti, da questo Paese. L'interesse piemontese per il mercato cinese è in costante aumento e, nel 2005, il valore delle merci importate dalla Cina è stato superiore di ben 16 punti percentuale rispetto all'anno precedente.

Tra i prodotti cinesi che suscitano il maggior interesse piemontese figurano quelli delle industrie tessili e dell'abbigliamento: la quota è pari al 20,5%, +31,8% sul 2004 in termini di valore, in seguito allo smantellamento dell'accordo multifibre che imponeva delle limitazioni all'acquisto di prodotti tessili cinesi. Consistenti anche gli acquisti di macchine elettriche (il 19,1%). Il saldo tra export e import, nel caso dell'interscambio con la Cina, è negativo (-628,4 milioni di euro).

Gli acquisti di prodotti turchi e statunitensi costituiscono rispettivamente il 3,5% e il 3,2% delle importazioni locali e l'11,5% e il 10,7% della richiesta regionale di merci extracomunitarie.

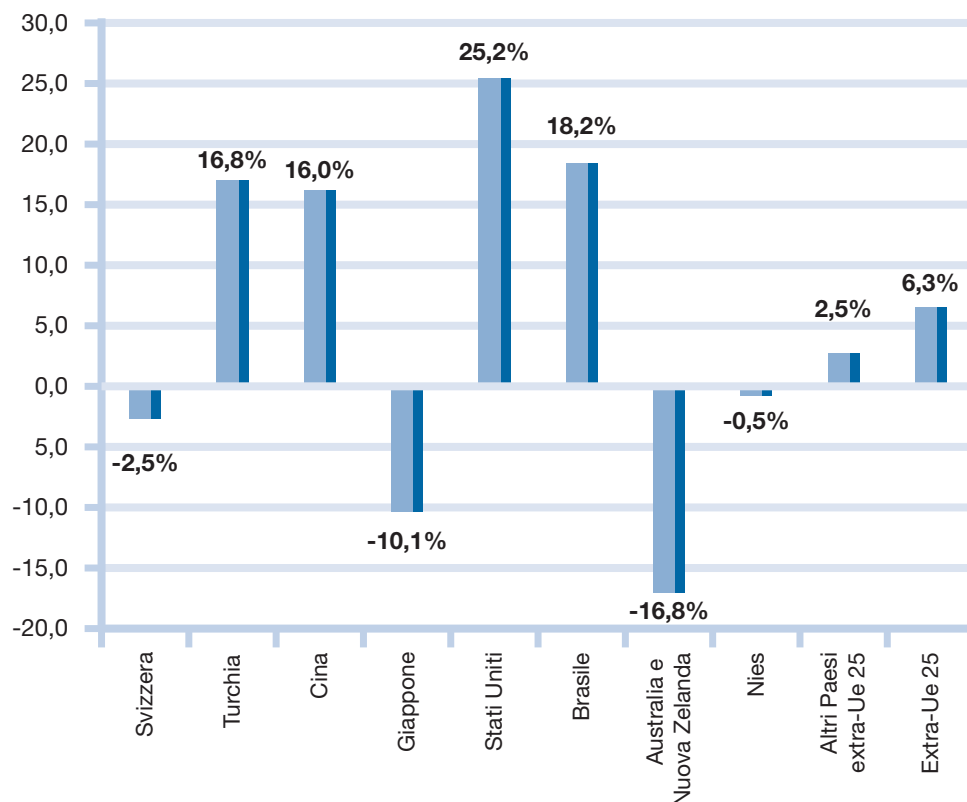
Se l'interesse piemontese per le merci turche e statunitensi ha mostrato, nel 2005, una dinamica simile, crescendo rispettivamente di 16,8 e 25,2 punti percentuale rispetto al 2004, differente è la composizione degli acquisti sui due mercati.

Tra le merci più richieste alla Turchia si segnalano i mezzi di trasporto, i prodotti dell'agricoltura, delle industrie tessili e dell'abbigliamento, mentre l'interesse per le merci statunitensi è diretto principalmente ai mezzi di trasporto, alle macchine elettriche e agli apparecchi meccanici.

La bilancia commerciale piemontese è saldamente in attivo, sia relativamente all'interscambio con la Turchia, sia in relazione agli scambi commerciali con gli Stati Uniti.

Il 2,9% dell'approvvigionamento piemontese di prodotti esteri giunge poi dalla Svizzera, mentre il 2,4% proviene dal Giappone; si tratta di due mercati che, nel corso del 2005, hanno vissuto

Importazioni dai Paesi extra-Ue 25 (variazioni % 2005/2004)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

una contrazione delle rispettive esportazioni in Piemonte. Dalla Svizzera si acquistano soprattutto prodotti chimici, metalli e macchine elettriche, mentre le preferenze per i prodotti giapponesi si dirigono principalmente verso mezzi di trasporto, apparecchi meccanici e prodotti chimici. Meritano, infine, un accenno l'incremento di oltre il 18% delle importazioni provenienti dal Brasile e, per contro, la flessione di quasi 17 punti percentuale della richiesta piemontese diretta verso Australia e Nuova Zelanda.

L'IMPORT-EXPORT PIEMONTESE PER PRODOTTI

Anche nel 2005 le esportazioni piemontesi si sono concentrate in modo significativo su alcune tipologie produttive: calcolando il grado di concentrazione settoriale dell'export attraverso l'indice di Gini, si ottengono infatti i valori di 0,61 e 0,60 rispettivamente per il 2004 e il 2005.

Import-export in Piemonte per prodotti (dati in milioni di euro)

	2004		2005	
	import	export	import	export
Prodotti dell'agricoltura, della caccia e della silvicoltura	1.320,81	214,54	1.376,67	222,94
Prodotti della pesca e della piscicoltura	10,11	0,87	11,81	0,92
Minerali energetici e non energetici	608,80	34,28	564,35	36,36
Prodotti trasformati e manufatti	20.935,14	30.988,87	21.111,95	31.473,19
<i>prodotti alimentari, bevande e tabacco</i>	1.460,87	2.389,76	1.153,59	2.437,39
<i>prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento</i>	1.467,05	2.884,33	1.441,28	2.831,99
<i>cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari</i>	269,37	235,40	286,32	259,08
<i>legno e prodotti in legno</i>	279,86	103,72	285,29	99,84
<i>pasta da carta, carta e prodotti di carta;</i> <i>prodotti dell'editoria e della stampa</i>	768,35	1.008,20	759,83	965,26
<i>coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari</i>	97,35	248,63	97,56	393,95
<i>prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali</i>	2.222,66	2.027,31	2.365,12	2.082,80
<i>articoli in gomma e materie plastiche</i>	953,60	1.863,64	931,88	1.956,37
<i>prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi</i>	267,18	479,42	284,81	447,52
<i>metalli e prodotti in metallo</i>	2.522,80	2.433,65	2.694,89	2.603,05
<i>macchine e apparecchi meccanici</i>	2.630,68	6.397,24	2.513,86	6.402,06
<i>macchine elettriche ed apparecchiature elettriche,</i> <i>elettroniche ed ottiche</i>	2.249,50	2.157,62	2.451,80	2.152,50
<i>mezzi di trasporto</i>	5.113,01	7.825,21	5.199,45	7.899,30
<i>altri prodotti delle industrie manifatturiere</i>	632,84	934,73	646,26	942,01
Energia elettrica, gas e acqua	18,55	0,00	56,20	9,02
Prodotti delle attività informatiche, professionali ed imprenditoriali	14,75	5,02	14,91	4,74
Prodotti di altri servizi pubblici, sociali e personali	6,97	3,71	22,48	18,26
Merci varie	8,70	10,09	5,75	2,99
Totale	22.923,84	31.257,38	23.164,12	31.768,41

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Esaminando la composizione della domanda di prodotti locali proveniente dall'estero, si evince come le esportazioni dei primi cinque settori in ordine di importanza (mezzi di trasporto, macchine e apparecchi meccanici, tessile e abbigliamento, metalli e alimentari) rappresentino nel 2005 ben il 69,8% delle vendite oltre confine complessive, contro il 70,2% detenuto nel 2004.

Confrontando la concentrazione settoriale delle esportazioni piemontesi con quella dell'export nazionale, si nota come la seconda sia inferiore alla prima: il calcolo del rapporto di Gini, effettuato per le esportazioni italiane negli anni 2004 e 2005, ha fornito i valori di 0,46 e 0,47, dimostrando come le vendite italiane oltre confine siano maggiormente equidistribuite tra le varie tipologie produttive rispetto a quelle locali.

Il settore dei mezzi di trasporto si conferma, anche nel 2005, il comparto principale per le vendite piemontesi oltre il confine nazionale. Il volume di affari generato da queste esportazioni si attesta sui 7,9 miliardi di euro, contro i poco più di 7,8 del 2004, denotando così una variazione positiva di circa 1 punto percentuale. La quota detenuta da queste stesse esportazioni sul totale regionale risulta pari al 24,9%.

Le diverse tipologie produttive di cui si compone il settore dei mezzi di trasporto hanno mostrato, nel 2005, andamenti differenti: mentre le esportazioni di parti e accessori per autoveicoli, che da sole rappresentano il 13,1% del totale piemontese, hanno vissuto uno sviluppo di 5,7 punti percentuale, le vendite di autoveicoli, che costituiscono l'8,5% dell'export, hanno registrato una flessione del 7,7%.

Oltre il 74% dei mezzi di trasporto che, nel 2005, varca il confine regionale, è diretto verso i Paesi dell'Unione europea e, in particolare, alla Francia, che ne assorbe il 17%, sebbene la dinamica del mercato francese nell'ultimo anno sia stata negativa (-2,5% sul 2004).

Il secondo partner comunitario del Piemonte, in quanto a quota detenuta dell'export di mezzi di trasporto, è rappresentato dalla Germania, che nel 2005 ne assorbe il 16,3%: al contrario di quanto osservato per la Francia, la dinamica mostrata dal mercato tedesco è stata nettamente positiva, con un aumento del volume di affari pari al 5,9% rispetto al 2004.

Spagna, Regno Unito e Polonia hanno rappresentato, anche nel 2005, tre importanti acquirenti di mezzi di trasporto piemontesi, assorbendo rispettivamente il 10,4%, l'8,9% e il 6,8%. Se le dinamiche presentate dai mercati della Gran Bretagna e della Polonia sono risultate negative (rispettivamente -8,6% e -8,9% sul 2004), il trend dell'export verso la Spagna si è mostrato decisamente in crescita (+7,3%).

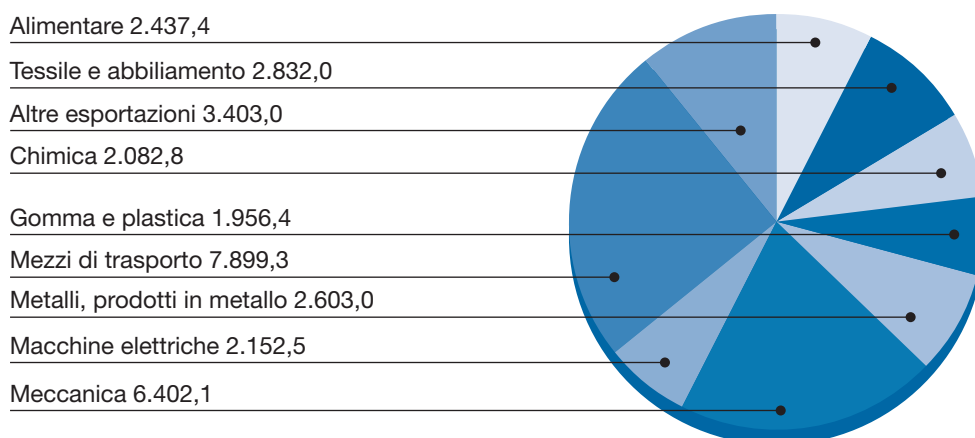
Tra i Paesi extra-Ue si segnalano la Turchia e gli Stati Uniti, con variazioni rispettivamente pari a -6 e + 33% punti percentuale: quest'ultimo dato evidenzia la netta ripresa della richiesta statunitense. I mezzi di trasporto piemontesi stentano invece a penetrare nei mercati giapponese e cinese, dove le esportazioni regionali rappresentano rispettivamente l'1,3% e lo 0,5% dell'export locale di queste merci.

Il secondo settore di rilevanza per le esportazioni regionali è quello della meccanica, le cui vendite oltre il confine nazionale hanno costituito, nel 2005, il 20,2% del totale piemontese.

Il volume d'affari generato è di circa 6,4 miliardi di euro, sostanzialmente invariato rispetto al 2004. Nonostante la dinamica essenzialmente stabile mostrata da questo comparto, le varie tipologie produttive di cui esso si compone sono state caratterizzate da andamenti differenti: se le esportazioni di macchine per la produzione di energia meccanica e di altre macchine di impiego generale, che costituiscono rispettivamente l'8,8% e il 3,5% delle vendite regionali oltre confine, hanno mostrato una dinamica positiva (+4% e +0,2% rispetto al 2004), la richiesta estera convergente alla tipologia delle altre macchine per impieghi speciali, che rappresenta il 4,9% dell'export locale, ha registrato una flessione di 0,8 punti percentuale.

Il 62,5% dei prodotti meccanici piemontesi esportati è diretto ai Paesi dell'Ue 25: tra i partner comunitari, spiccano la Germania, la Francia e la Spagna, mentre il principale acquirente extracomunitario di prodotti meccanici piemontesi è rappresentato dagli Stati Uniti. Mentre le esportazioni dirette a Germania e Francia, che costituiscono rispettivamente il 15,1% e il 14,2% dell'export di questi prodotti, hanno mostrato una flessione pari a 5,5 e 2,4 punti percentuale rispetto al 2004, la dinamica mostrata da Spagna e Stati Uniti è stata positiva (+4,1% e +0,6%). È poi da segnalare come le esportazioni dirette in Cina abbiano registrato, nel corso del 2005, un trend crescente (+5,2% in termini di volume di affari generato).

Composizione settoriale delle esportazioni (dati in milioni di euro) Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

In terza posizione si ritrovano, anche nel 2005, le esportazioni convergenti alle industrie tessili e dell'abbigliamento, la cui quota sull'export regionale è pari all'8,9%, in calo rispetto al 2004, quando pesavano per il 9,2%. A conferma della perdita di importanza di questa tipologia produttiva sull'export locale, anche la variazione nel volume d'affari generato da queste vendite, pari a 2,8 miliardi di euro nel 2005, è negativa (-1,8% rispetto al 2004): questi dati confermano la crisi che il comparto sta attraversando negli ultimi anni.

Considerando le diverse tipologie produttive, si evidenzia come l'export di prodotti delle industrie tessili abbia registrato una contrazione del 2,3% rispetto al 2004, quasi esclusivamente imputabile alla variazione percentuale negativa di quasi 10 punti che ha caratterizzato le vendite all'estero di filati. La flessione di cui sono state protagoniste le esportazioni di articoli di abbigliamento, che costituiscono il 2,4% del totale regionale, è stata più contenuta: -0,4% sul 2004.

Il 50,6% dei prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento che, nel 2005, hanno oltrepassato il confine piemontese è diretto verso i Paesi dell'area Ue 25, con un calo di circa l'1%.

Tra i principali mercati di sbocco si segnalano la Francia e la Germania, che assorbono rispettivamente il 12,2% e l'11,4% delle esportazioni regionali del comparto tessile.

L'interesse francese e tedesco per questi prodotti piemontesi risulta tuttavia in calo, con flessioni rispettivamente pari al 7,5% e 2,3% rispetto al 2004.

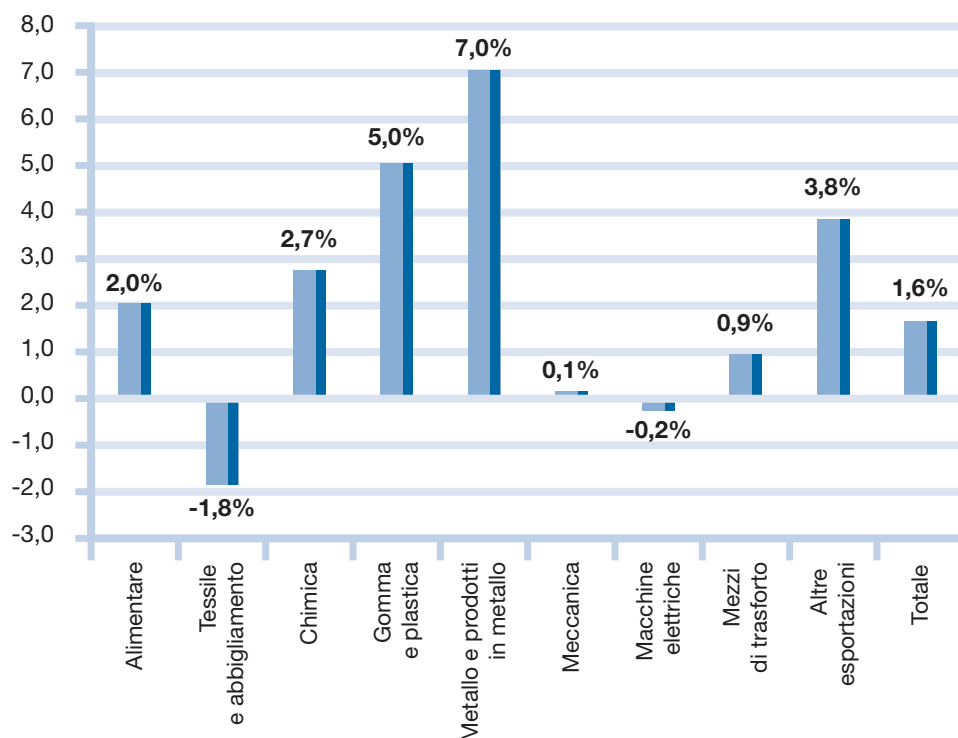
Importanti acquirenti di questa tipologia produttiva locale sono poi i Paesi Nies, che assorbono complessivamente l'8,9% delle esportazioni regionali.

Il quarto settore per l'export locale è quello dei metalli: la vendita oltre confine di questi prodotti rappresenta, nel 2005, l'8,2% delle esportazioni regionali. La dinamica presentata da questo comparto nel 2005 è stata nettamente positiva, con un volume di affari di 2,6 miliardi di euro contro i 2,4 dell'anno precedente e una variazione positiva di 7 punti percentuale.

È interessante notare come quasi tutte le tipologie produttive di cui si compone questo comparto abbiano registrato trend crescenti; si segnalano, in particolare, le variazioni positive di 9,2 e 4,1 punti percentuale dei prodotti della metallurgia e dei prodotti in metallo.

Le esportazioni di metalli sono fortemente concentrate nei paesi dell'Unione europea: oltre il 77% è diretto infatti a partner comunitari. Tra i principali acquirenti, vanno citati la Francia, con una quota del 25,8%, la Germania, con il 16,6% e la Spagna (11%), tutti con dinamiche in crescita nel corso del 2005. Il Paese extra-Ue 25 che mostra il maggiore interesse nei confronti di questa tipologia produttiva è la Svizzera, che assorbe il 3% delle esportazioni regionali; il volume di affari generato dall'export diretto a questo Paese è però diminuito di quasi 8 punti percentuale rispetto al 2004.

Andamento delle esportazioni per settori (variazioni % 2005/2004)

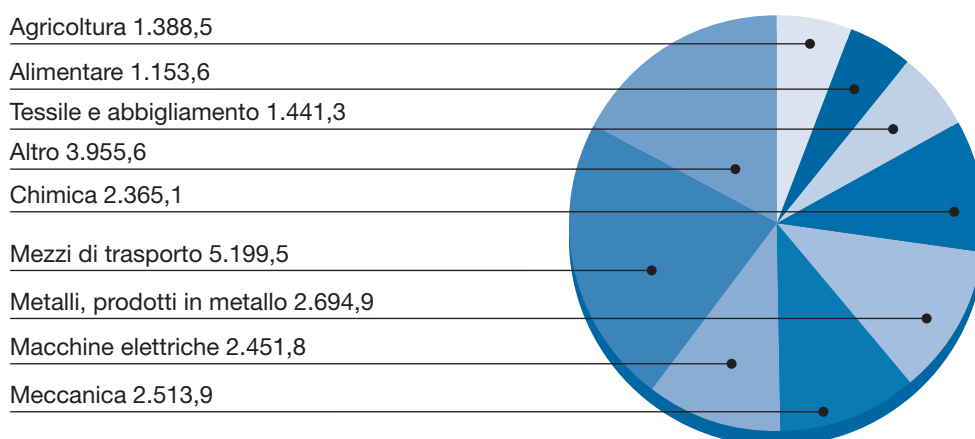


Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Al quinto posto nel totale export, con una quota pari al 7,7%, si colloca il comparto dei prodotti alimentari, le cui esportazioni sono cresciute, nel 2005, del 2%, raggiungendo e superando i 2,4 miliardi di euro. A trainare la crescita delle vendite all'estero sono state le bevande piemontesi, tra le quali occupa una posizione di spicco la produzione vitivinicola locale: la richiesta di questi prodotti rappresenta il 2,9% di quella convergente all'intero settore ed è cresciuta, tra il 2004 e il 2005, di oltre 10 punti percentuale. Da segnalare, per contro, la contrazione del 5,1% subita dalle esportazioni di altri prodotti alimentari.

I maggiori acquirenti si ritrovano, ancora una volta, tra i Paesi dell'Ue, con una quota del 74,9%. I principali mercati di sbocco comunitari sono quello francese e quello tedesco, che assorbono rispettivamente il 21,2% e il 15,2% delle esportazioni regionali, entrambi con dinamiche positive. Tra i Paesi extra-Ue maggiormente interessati alla produzione alimentare piemontese spiccano gli Usa con una quota del 6%, in flessione di 1,6 punti percentuale tra il 2004 e il 2005.

Composizione settoriale delle importazioni Anno 2005 (dati in milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

L'import piemontese è caratterizzato da una minore concentrazione settoriale rispetto all'export: il rapporto di concentrazione di Gini per gli anni 2004 e 2005 è infatti pari a 0,52.

Anche in questo caso, le importazioni nazionali risultano maggiormente equidistribuite tra i diversi comparti rispetto a quelle locali: il calcolo dell'indice di Gini per le importazioni italiane ha fornito infatti i valori di 0,47 e 0,48 rispettivamente per il 2004 e il 2005.

I settori maggiormente interessati dalla domanda piemontese rivolta all'estero sono, nel 2005, i mezzi di trasporto, i metalli, la meccanica, le macchine elettriche e i prodotti chimici, che nel complesso generano il 65,7% delle importazioni regionali.

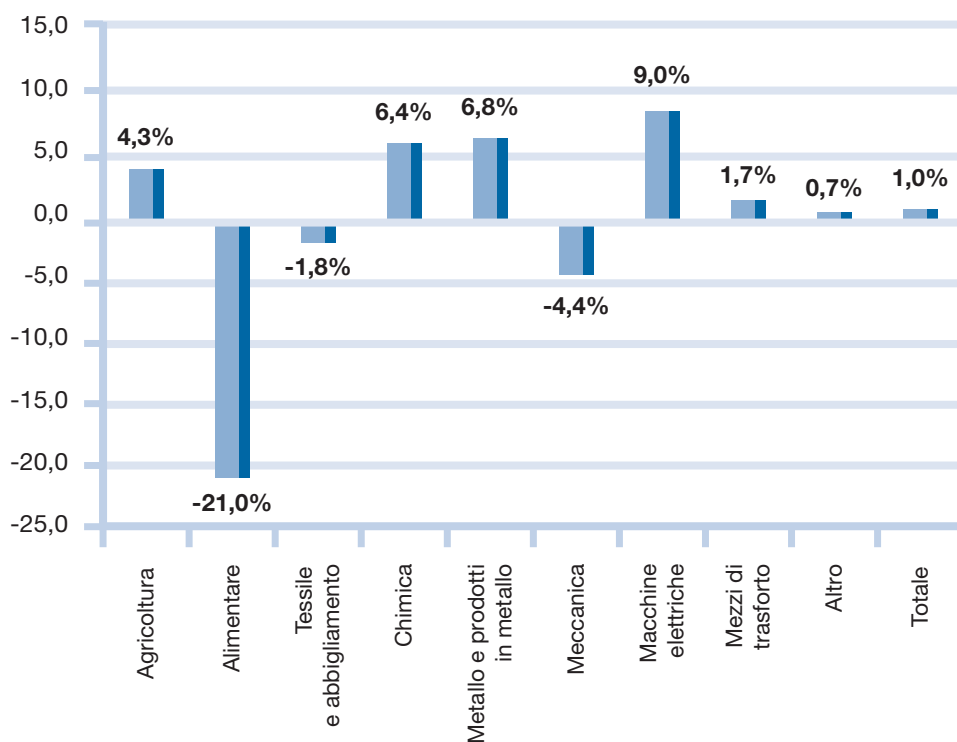
Le importazioni di mezzi di trasporto sono cresciute, nel corso del 2005, di 1,7 punti percentuale, mentre l'incidenza sul totale è passata dal 22,3 al 22,4%.

La richiesta piemontese diretta al comparto dei metalli rappresenta invece l'11,6% del totale regionale; in termini di valore, è cresciuta del 6,8%. Nel 2005, l'interesse piemontese per la meccanica è sceso al terzo posto per incidenza sul totale (10,9%) e le relative importazioni hanno

subito una flessione di 4,4 punti percentuale. In deciso aumento, invece, le importazioni di prodotti chimici, la cui quota sul totale locale si attesta, nel 2005, al 10,2%.

Tra gli altri comparti si rilevano le contrazioni subite dalle importazioni di prodotti tessili (-1,8%) e alimentari (-21%), e, per contro, l'incremento del 4,3% presentato dalla domanda piemontese rivolta ai prodotti delle agricolture estere.

Andamento delle importazioni per settori (variazioni % 2005/2004)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Osservando infine la bilancia commerciale dei comparti protagonisti degli scambi tra il Piemonte e il resto del mondo, emerge come, mentre il saldo tra esportazioni ed importazioni è positivo per i prodotti alimentari, i mezzi di trasporto, la meccanica e la filiera tessile, la bilancia commerciale si mostra invece in passivo per i prodotti chimici, oltre che per i metalli e le macchine elettriche.

L'export piemontese nel primo semestre del 2006: anticipazioni

Nel primo semestre del 2006, le esportazioni piemontesi hanno raggiunto quota 17.192 milioni di euro, segnando una variazione tendenziale positiva di 9,9 punti percentuale rispetto allo stesso periodo del 2005, quando il volume di affari generato si attestava sui 15.650 milioni di euro. Si tratta di un dato senza dubbio favorevole: pur risultando di poco inferiore alla media nazionale (+10,6%), la performance piemontese appare in linea con i risultati ottenuti da Lombardia (+10,2%) ed Emilia Romagna (+10,3%) e superiore allo sviluppo dell'export vissuto dal Veneto (+8,2%).

Il Piemonte si conferma quindi, nel primo semestre 2006, la quarta regione esportatrice, con un'incidenza del 10,9% a livello nazionale.

Tra le varie tipologie produttive, i mezzi di trasporto si confermano il principale comparto per le vendite locali oltre confine, con una quota del 25,2% e una crescita tendenziale del +10,2%; al secondo posto, con un'incidenza del 20,2%, si ritrovano le macchine e gli apparecchi meccanici, le cui esportazioni hanno registrato un incremento del 9,3%. Con un peso dell'8,9%, il comparto dei metalli supera il tessile (8,6%), realizzando una crescita di 14,7 punti percentuale a fronte di una performance più contenuta della filiera tessile (+3%), ennesimo segnale di una difficoltà legata ad una competizione internazionale sempre più agguerrita. Sono in crescita i trend mostrati dai comparti elettronico ed alimentare: la variazione delle esportazioni rispetto al primo semestre del 2005 è rispettivamente del +19,7% e +10,8%.

Disaggregando il dato per Paesi di destinazione delle merci, si evince come la crescita complessiva del primo semestre abbia coinvolto sia le esportazioni verso l'area Ue 25 (+8,2%), sia quelle verso i mercati extra-Ue 25 (+13,5%).

Sono positive le performance realizzate sui principali mercati di sbocco comunitari delle merci piemontesi: l'export verso Francia e Germania, i principali partner piemontesi, si è incrementato rispettivamente di 4,5 e 9 punti percentuale. Sono crescenti anche i trend delle vendite sui mercati spagnolo (+8,4%) ed inglese (+4,5%).

Tra Paesi extra-Ue 25, si segnalano i risultati positivi sui mercati di Stati Uniti (+13,7%), Svizzera (+14,7%) e Turchia (+18,5%). Sono invece contrastanti i trend riscontrati nel continente asiatico: mentre l'interesse della Cina e dei Nies per le merci piemontesi risulta in ascesa (rispettivamente +22,2% e +18,6% sul primo semestre 2005), si mostra in flessione il dato sul mercato giapponese (-13%).

In forte crescita anche l'export verso l'America Latina: Brasile e Argentina hanno infatti aumentato gli acquisti di prodotti piemontesi rispettivamente del +10,6% e del +21,9%.

1.3 L'IMPORT-EXPORT DI SERVIZI

La terziarizzazione delle economie dei Paesi avanzati è una tendenza di lungo periodo che trova le proprie radici nei cambiamenti strutturali della domanda complessiva, sulla quale il consumo di servizi esercita un peso sempre più rilevante. Negli ultimi decenni, il progresso tecnologico e la crescente integrazione delle imprese, i nuovi modelli di consumo e i mutamenti demografici hanno indotto un forte sviluppo della richiesta di servizi da parte sia del tessuto produttivo che degli individui. La crescita quantitativa e la differenziazione qualitativa del consumo da parte delle famiglie e delle imprese ha quindi provocato una continua espansione dell'offerta prodotta dal settore dei servizi. La terziarizzazione delle economie avanzate si è a sua volta tradotta in una crescente importanza del settore sia in termini di occupazione che di valore aggiunto: nell'Unione europea, oltre i due terzi del Pil e dei posti di lavoro hanno origine all'interno del settore servizi. Le attività del terziario sono sempre più importanti per la crescita della ricchezza di un territorio, e il Piemonte non fa eccezione. Se nel 1995 i servizi generavano il 60,7% del valore aggiunto piemontese, questa percentuale sale al 67,4% 10 anni dopo.

Anche in termini di occupati, il settore ha esercitato, negli ultimi anni, un peso determinante per la creazione di nuovi posti di lavoro, compensando parzialmente il calo occupazionale registrato nell'agricoltura e nell'industria: i lavoratori occupati nel terziario piemontese sono cresciuti, infatti, di oltre 20 punti percentuale nell'arco dell'ultimo decennio.

Alla progressiva terziarizzazione dell'economia non ha fatto seguito, tuttavia, una parallela terziarizzazione del commercio internazionale, che continua a trovare la propria componente principale nell'interscambio di merci. Nel 2005, il commercio mondiale di merci ha generato, infatti, un volume d'affare pari a 10.121 miliardi di dollari contro i 2.415 miliardi dei servizi a livello globale.

Il mercato dei servizi risulta tradizionalmente meno integrato di quello dei beni a causa dei diversi regimi di regolazione nazionale che hanno reso più difficile il processo di apertura degli scambi. In questo contesto, la liberalizzazione dell'accesso al mercato dei servizi dei diversi Paesi, oggetto a partire dal 2000 di negoziati multilaterali a seguito dell'istituzione del Gats (General Agreement on Trade in Services), può contribuire al potenziamento dell'interscambio internazionale del terziario. In base ai dati dell'Organizzazione mondiale del Commercio, nel 2005 la crescita dell'economia internazionale è stata del 3,3%, valore leggermente inferiore rispetto a quello registrato nel 2004. Allo sviluppo della ricchezza mondiale hanno contribuito sia l'export di prodotti (+13% sul 2004) sia quello di servizi, cresciuto di 11 punti percentuale.

Tra le diverse categorie del settore terziario (trasporti, viaggi ed altri servizi commerciali), si sono registrati, nel corso del 2005, tassi di crescita uniformi che vanno dal +10% dei viaggi ai +12 punti percentuale dei trasporti.

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 di servizi con l'estero. Nello specifico, le esportazioni comprendono tutti i servizi prestati da unità residenti a unità non residenti in Italia, che originano dei crediti verso l'estero, mentre le importazioni includono tutti quei servizi resi da unità non residenti a unità 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 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.

L'interscambio di servizi ha mantenuto dinamiche differenti nelle diverse aree geografiche. Rispetto ad un incremento medio dell'export di servizi di 11 punti percentuale a livello mondiale, hanno registrato crescita maggiori i Paesi asiatici (+20%), che detengono una quota complessiva del 22,5%, e quelli dell'America centro meridionale, anch'essi con una variazione tendenziale del +20% ma con un peso molto meno rilevante (2,8%) sul totale dell'interscambio commerciale di servizi. Tra le aree con i ritmi di espansione più elevati figurano anche la Comunità di Stati Indipendenti che sviluppa le vendite di servizi di 20 punti percentuale.

Il Nord America ha invece realizzato un incremento dell'export (+10%) di poco inferiore alla media mondiale, performance che ha condotto ad una leggera flessione della quota dell'area, passata dai 18 punti percentuale del 2004 ai 17,4 del 2005.

L'Europa detiene la quota maggiore (il 51,1%) dell'export di servizi commerciali, quantificabile in 1.233 milioni di dollari sui 2.415 mondiali. Pur avendo registrato una dinamica espansiva (+7%), la minore crescita rispetto ad alcune regioni più dinamiche ha comportato una flessione di 2 punti percentuale della quota detenuta rispetto all'anno precedente. Tra i Paesi europei si sono distinti quelli dell'Europa sud orientale con un'espansione del 15%, ma si confermano attori principali del mercato di servizi Germania, Francia, Regno Unito e Italia. Per il Regno Unito, primo Paese europeo per esportazione di servizi, il 2005 non è stato un anno positivo (-1% l'export rispetto al 2004); Francia e Germania sono cresciute rispettivamente del 4% e del 7% mentre l'Italia ha incrementato le vendite di 13 punti percentuale.

Osservando la graduatoria dei principali Paesi esportatori di servizi, tra i cambiamenti maggiormente significativi si sottolinea il passaggio dell'India dalla sedicesima alla decima posizione e la crescita della quota della Cina dal 2,8% del 2004 al 3,4%. Le prime cinque posizioni restano invariate rispetto all'anno precedente e l'Italia mantiene il sesto posto sia nella graduatoria dei maggiori esportatori che in quella dei principali importatori di servizi commerciali.

Interscambio mondiale di servizi commerciali per macro regioni

	Esportazioni			Importazioni		
	valore 2005 ^(a)	quota 2005	variazione 2005/2004	valore 2005 ^(a)	quota 2005	variazione 2005/2004
Mondo	2.415	100,0%	11%	2.361	100,0%	11%
America del nord	420	17,4%	10%	373	15,8%	10%
America centrale e meridionale	68	2,8%	20%	70	3,0%	22%
Europa	1.233	51,1%	7%	1.119	47,4%	9%
<i>Unione europea</i>	1.104	45,7%	7%	1.034	43,8%	8%
Germania	143	5,9%	7%	199	8,4%	8%
Francia	114	4,7%	4%	103	4,4%	5%
Regno Unito	183	7,6%	-1%	150	6,4%	6%
Italia	93	3,9%	13%	92	3,9%	7%
<i>Altri Paesi dell'Europa occidentale</i>	77	3,2%	12%	57	2,4%	10%
<i>Svizzera</i>	45	1,9%	9%	25	1,1%	9%
<i>Europa sud orientale</i>	52	2,2%	15%	29	1,2%	18%
Csi	40	1,7%	20%	58	2,5%	25%
Africa	57	2,4%	12%	66	2,8%	16%
Medio Oriente	54	2,2%	12%	80	3,4%	19%
Asia	543	22,5%	19%	595	25,2%	16%

^(a) dati in milioni di dollari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Wto

I primi venti esportatori mondiali di servizi commerciali

Graduatoria 2005	Paesi	Valore (in milioni di dollari)	Quota 2005	Variazione 2005
1	Stati Uniti	353,3	14,6%	10,0%
2	Regno Unito	183,4	7,6%	-1,0%
3	Germania	142,9	5,9%	7,0%
4	Francia	113,7	4,7%	4,0%
5	Giappone	106,6	4,4%	12,0%
6	Italia	93,4	3,9%	13,0%
7	Spagna	91,2	3,8%	8,0%
8	Cina	81,2	3,4%	n.d.
9	Paesi Bassi	75,0	3,1%	4,0%
10	India	67,6	2,8%	n.d.
11	Hong Kong, Cina	60,3	2,5%	11,0%
12	Irlanda	54,7	2,3%	5,0%
13	Austria	53,8	2,2%	11,0%
14	Belgio	53,4	2,2%	6,0%
15	Canada	50,6	2,1%	9,0%
16	Svizzera	45,2	1,9%	9,0%
17	Singapore	45,1	1,9%	10,0%
18	Corea del Sud	43,5	1,8%	9,0%
19	Svezia	42,8	1,8%	12,0%
20	Lussemburgo	39,6	1,6%	20,0%
	Totale	1.795,0	74,3%	-
	Mondo	2.415,0	100,0%	11,0%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Wto

Nel 2005, le esportazioni italiane di servizi commerciali ammontano a 72,5 miliardi di euro, mentre le importazioni sono pari a 72,9 miliardi, con un saldo negativo di 359 di milioni di euro. La vendita di servizi italiani resta per il 70% all'interno dei confini europei; un terzo del restante 30% è diretto verso il mercato nord americano. Considerando le transazioni al netto dei trasporti, per i quali non sono disponibili dati a livello regionale e provinciale, il saldo import-export nazionale diventa positivo per oltre 4,7 miliardi di euro.

Osservando la disaggregazione regionale delle esportazioni del settore terziario, sempre al netto dei trasporti, emerge come il Piemonte si collochi all'ottava posizione tra le regioni italiane per export di servizi. Infatti, se per le vendite all'estero di merci il Piemonte viene superato solo dalla Lombardia, dal Veneto e dall'Emilia Romagna, per quanto riguarda i servizi anche Lazio, Campania, Liguria e Trentino Alto Adige dimostrano una capacità esportativa maggiore.

Esportazioni e importazioni di servizi delle regioni italiane Anno 2005 (dati % sul totale Italia)^(a)

Regioni	Quota export	Quota import	Quota export settore viaggi	Quota import settore viaggi
Abruzzo	0,9%	1,8%	0,4%	0,6%
Basilicata	0,3%	0,4%	0,1%	0,1%
Calabria	0,7%	0,9%	0,3%	0,2%
Campania	4,3%	4,7%	2,2%	1,4%
Emilia Romagna	4,8%	7,8%	4,6%	5,4%
Friuli Venezia Giulia	3,1%	3,0%	2,0%	1,3%
Lazio	15,9%	13,1%	15,5%	13,2%
Liguria	4,0%	2,8%	2,6%	1,4%
Lombardia	14,7%	28,7%	25,0%	28,0%
Marche	1,2%	2,1%	0,7%	0,8%
Molise	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%
Piemonte	3,9%	8,6%	3,7%	5,9%
Puglia	1,9%	2,6%	0,8%	0,8%
Sardegna	1,6%	1,5%	0,7%	0,5%
Sicilia	3,7%	2,4%	1,6%	0,8%
Toscana	11,6%	5,3%	5,6%	2,8%
Trentino Alto Adige	8,7%	3,2%	3,9%	1,7%
Umbria	1,6%	1,2%	0,7%	0,4%
Valle d'Aosta	1,1%	0,5%	0,4%	0,1%
Veneto	13,8%	9,3%	6,9%	4,6%

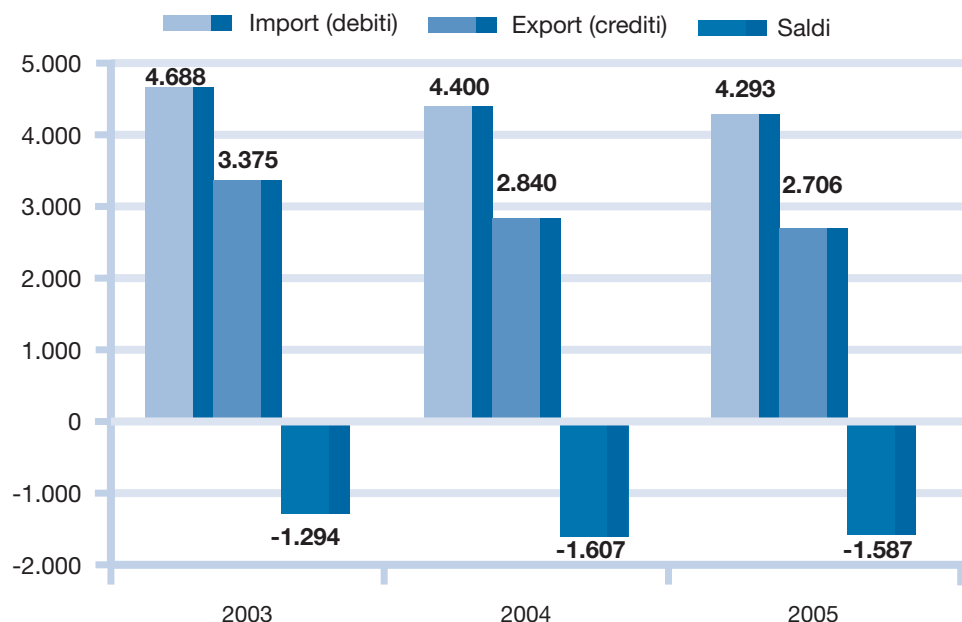
^(a) poiché per i trasporti non sono disponibili i dati per regione, i totali regionali utilizzati nel calcolo delle quote sono parziali; al denominatore è stato utilizzato il totale nazionale al netto della voce "dati non ripartibili", comprendente anche il valore del settore trasporti

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Il Piemonte contribuisce per il 3,9% all'export e per l'8,6% all'import italiano di servizi commerciali. Il valore complessivo dei crediti verso l'estero per la vendita di servizi ammonta a circa 2.706 milioni di euro, mentre quello dei debiti di residenti verso l'estero è di 4.293 milioni di euro.

A differenza di quanto accade a livello nazionale (al netto dei trasporti), il saldo piemontese permane negativo per oltre 1 miliardo e mezzo.

Import-export di servizi in Piemonte (dati in milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Anche negli anni passati, le importazioni di servizi avevano superato le esportazioni, sintomo, da un lato, di una forte richiesta di servizi da parte del mercato interno che non trova una completa risposta sul territorio e, dall'altro, di una ancor limitata capacità di vendita sui mercati esteri.

Nel 2003 il saldo negativo ammontava a 1,3 miliardi, mentre nel 2004 è salito a 1,6 miliardi e si è leggermente ridotto nel 2005. Dopo la fase espansiva degli anni 2002-2003, le esportazioni sono tornate a contrarsi, registrando un calo del 15,6% nel 2004 e uno di minor entità nel 2005 (-4,7%). Anche le importazioni, che avevano realizzato incrementi significativi fino al 2003, hanno accusato un arresto della crescita negli ultimi due anni ed hanno manifestato una flessione di 5,7 punti percentuale nel 2003 e del 2,4% nel 2005.

Da un'analisi dei dati sull'interscambio di servizi commerciali per settore, emerge come la voce prioritaria, sia per le importazioni che per le esportazioni piemontesi, sia quella dei servizi alle imprese (ad eccezione dei servizi finanziari, informatici ed assicurativi) che, nonostante la flessione rispetto all'anno precedente, continua a rappresentare il 40% degli acquisti e il 42% del totale esportato. Al secondo posto si colloca la categoria dei viaggi con il 41% dell'export e il 36% dell'import. A livello nazionale, questa voce, in forte surplus, permette di coprire i saldi negativi di tutti gli altri settori e di produrre un saldo globale positivo. Per il Piemonte, nonostante la crescita delle vendite di 4,2 punti percentuale rispetto al 2004, questo non accade: il comparto dei viaggi aumenta infatti il proprio deficit rispetto agli anni precedenti e raggiunge i -432 milioni di euro. Confrontando il dato sull'export piemontese relativo a questo settore con quello delle altre regioni italiane, si rileva tuttavia come il Piemonte abbia guadagnato ben tre posizioni rispetto al 2004, passando dalla decima alla settima.

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

	Piemonte				Italia			
	valori assoluti 2005		variazioni 2005/2004		valori assoluti 2005		variazioni 2005/2004	
	import	export	import	export	import	export	import	export
Viaggi	1.539	1.107	4,0%	4,2%	18.000	28.452	-0,7%	9,0%
Costruzioni	35	47	-6,6%	103,9%	1.756	1.784	8,6%	-18,7%
Comunicazioni	281	66	-16,9%	-36,0%	2.510	1.773	10,3%	12,3%
Assicurazioni	209	33	14,9%	105,6%	1.560	1.179	-8,4%	-15,4%
Servizi finanziari	54	89	-3,2%	31,9%	981	1.001	32,8%	-4,8%
Servizi informatici	93	29	32,7%	-19,8%	1.229	511	8,1%	24,1%
Royalties e licenze	62	187	-23,8%	112,8%	1.555	920	49,4%	10,4%
Altri servizi alle imprese	1.706	1.132	-8,2%	-20,9%	24.872	22.749	16,2%	16,0%
Servizi personali	314	17	5,6%	35,6%	1.321	611	1,9%	8,8%
Servizi per il governo	0	0	42,0%	20,9%	1.368	918	-6,7%	8,4%
Totale (esclusi i trasporti)	4.293	2.706	-2,4%	-4,7%	55.150	59.897	6,6%	10,1%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Tutte le altre voci dei servizi esercitano, singolarmente, un peso sul totale delle esportazioni e delle importazioni inferiore al 10%. Tra i comparti con un saldo positivo, figurano le costruzioni (+12 milioni di euro) e i servizi finanziari che, con un export di 88 milioni (+32% rispetto al 2004) e un valore importato di 54 milioni si mantiene in attivo per 35 milioni di euro.

Anche per le royalties e le licenze, la performance appare positiva: le esportazioni, pari a 186 milioni (il 7% del totale), superano gli acquisti per circa 125 milioni di euro.

Peggiorano, invece, i saldi dell'interscambio di servizi commerciali nei settori assicurazioni, servizi alle persone e servizi informatici. Le assicurazioni non conquistano il mercato estero e limitano il proprio export a 35 milioni di euro, con un saldo negativo di 175 milioni.

Anche i servizi alle persone non riescono a varcare con efficacia il confine e limitano le vendite a 17 milioni di euro che, rapportati ai 314 milioni in acquisto, portano il saldo a poco meno di 300 milioni di euro di deficit.

Riguardo agli altri settori, si evidenzia ancora una certa fragilità strutturale dei servizi informatici che, in qualità di servizi avanzati, meriterebbero uno sviluppo migliore.

In un'ottica provinciale, suddividendo il dato relativo all'export di servizi per territorio, emerge come Torino generi da sola il 67% delle esportazioni, quota notevolmente superiore rispetto a quelle a rilevata nel corso del 2004, quando il capoluogo regionale contribuiva con il 61% del valore esportato.

Tra le voci dei servizi commerciali più rilevanti per Torino emergono i servizi alle imprese e i viaggi che, rispettivamente con 846 e 576 milioni di euro, rappresentano il 78% delle vendite provinciali.

Tra le altre realtà territoriali emergono Cuneo (con il 10% dell'export) e il Verbano Cusio Ossola (8%).

Sul fronte delle importazioni, il capoluogo regionale pesa per il 61%, seguito anche in questo caso da Cuneo con l'11% delle vendite, mentre in terza posizione si colloca Novara con una quota pari al 7%. Anche per l'import, le voci più consistenti sono quelle relative ai servizi alle imprese, i viaggi e i servizi personali.

Esportazioni di servizi in Piemonte (crediti) per tipo di transazione e provincia Anno 2005 (dati in migliaia di euro)

	Alessandria	Asti	Biella	Cuneo	Novara	Torino	Verbania	Vercelli	Piemonte
Viaggi	64.795	32.768	40.807	110.459	76.359	575.986	178.762	27.012	1.106.948
Costruzioni	3.389	549	166	17.791	3.270	9.457	12.445	64	47.131
Comunicazioni	0	319	0	234	26	65.087	14	0	65.680
Assicurazioni	170	373	885	402	134	31.222	93	92	33.371
Servizi finanziari	226	107	774	11.560	487	74.257	1.068	15	88.494
Servizi informatici	175	114	0	462	570	26.555	694	31	28.601
Royalties e licenze	796	0	1.119	33	9.163	174.771	562	16	186.460
Altri servizi alle imprese	27.341	13.562	58.044	119.147	31.476	845.744	29.480	7.319	1.132.113
Servizi personali	59	28	22	440	135	16.055	19	0	16.758
Servizi per il governo	0	0	0	0	0	388	0	0	388
Totale (esclusi i trasporti)	96.951	47.820	101.817	260.528	121.620	1.819.522	223.137	34.549	2.705.944

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Importazioni di servizi in Piemonte (debiti) per tipo di transazione e provincia Anno 2005 (dati in migliaia di euro)

	Alessandria	Asti	Biella	Cuneo	Novara	Torino	Verbania	Vercelli	Piemonte
Viaggi	135.884	55.387	87.666	169.265	141.581	843.189	54.914	51.437	1.539.323
Costruzioni	574	189	165	8.071	462	17.433	8.134	209	35.237
Comunicazioni	132	93	916	614	118	279.079	102	8	281.062
Assicurazioni	937	115	3.761	1.401	420	200.686	1.067	74	208.461
Servizi finanziari	809	64	1.932	8.157	203	41.520	1.027	0	53.712
Servizi informatici	509	108	4.775	1.931	417	83.829	1.655	24	93.248
Royalties e licenze	963	935	1.489	5.252	1.061	51.153	967	14	61.834
Altri servizi alle imprese	45.136	25.959	118.271	279.829	174.661	998.264	49.059	14.398	1.705.577
Servizi personali	702	36	156	982	2.224	309.854	229	6	314.189
Servizi per il governo	71	0	0	0	0	0	0	0	71
Totale (esclusi i trasporti)	185.717	82.886	219.131	475.502	321.147	2.825.007	117.154	66.170	4.292.714

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

1.4 LA BILANCIA TECNOLOGICA DEL PIEMONTE

In base ai dati forniti dall'Istituto nazionale di statistica per l'anno 2004, il Piemonte si colloca tra le prime regioni italiane per attività di ricerca e sviluppo: con 4,2 addetti ogni mille abitanti e una spesa in percentuale del Pil pari ad 1,7 punti (il 12,4% del totale nazionale), il Piemonte occupa il secondo posto, dopo il Lazio, per capacità innovativa.

L'attività di ricerca piemontese trova la propria forza nel settore privato, che investe, in termini di spesa e di capitale umano, in misura quasi doppia rispetto al settore pubblico.

Il Piemonte è poi tra i capofila a livello nazionale per quanto riguarda i brevetti pubblicati dall'Epo: 89,4 brevetti per milione di abitanti, contro i 64,5 a livello italiano.

Dal quadro sin qui delineato emerge la notevole attività regionale nel campo dell'innovazione tecnologica, che si esprime anche negli scambi con l'estero di tecnologia non incorporata in beni fisici, come dimostrato dai dati della Bilancia dei pagamenti della tecnologia, diffusi annualmente dall'Ufficio italiano cambi.

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, tratti dalla Comunicazione valutaria statistica, si riferiscono a incassi e pagamenti relativi alle operazioni di importo superiore ai 12.500 euro e comprendono anche i regolamenti che avvengono al di fuori del canale bancario (assegni, banconote, movimentazione di conti all'estero, etc.) e 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: si tratta di trasferimenti di brevetti, invenzioni e know-how e dei relativi diritti di sfruttamento
- le **transazioni riguardanti la proprietà industriale**, che non fanno direttamente riferimento alla conoscenza tecnologica, ma spesso ne implicano un trasferimento: si tratta sostanzialmente di 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 all'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.

Nel 2005, il saldo globale della Bpt italiana è risultato negativo per un importo di circa 232 milioni di euro, un disavanzo in linea con l'andamento strutturalmente deficitario che si osserva da oltre un decennio, e in lieve peggioramento rispetto all'anno precedente, quando risultò pari a 168 milioni. Il saldo complessivo è il risultato di surplus registrati nei servizi di ricerca e sviluppo (301 milioni di euro) e nei servizi con contenuto tecnologico (791 milioni di euro, determinati da studi tecnici ed engineering in cui si registra un avanzo di 828 milioni), più che compensati dai disavanzi nelle transazioni in marchi di fabbrica, modelli e disegni (-521 milioni) e negli altri regolamenti per tecnologia (-731 milioni). Il commercio in tecnologia presenta, infine, un lieve deficit. Con riferimento ai flussi lordi dell'anno precedente, nel 2005, in Italia, si sono verificati aumenti sia degli incassi (+10,3%), sia dei pagamenti (+11,7%).

Incassi, pagamenti e saldi della Bpt del Piemonte e dell'Italia per tipo di servizio Anno 2005 (dati in migliaia di euro)

	Piemonte					Italia				
	incassi		pagamenti		saldi	incassi		pagamenti		saldi
	valori assoluti	valori %	valori assoluti	valori %	valori assoluti	valori assoluti	valori %	valori assoluti	valori %	valori assoluti
Commercio in tecnologia	92.412	16,9%	45.981	24,1%	46.431	393.095	11,5%	464.929	12,7%	-71.834
<i>cessioni/acquisizioni di brevetti</i>	3.815	0,7%	4.054	2,1%	-239	76.977	2,2%	60.886	1,7%	16.091
<i>diritti di sfruttamento di brevetti</i>	83.405	15,2%	36.977	19,4%	46.428	213.570	6,2%	349.968	9,6%	-136.398
<i>cessioni/acquisizioni di invenzioni</i>	278	0,1%	73	0,0%	205	1.164	0,0%	3.198	0,1%	-2.034
<i>know-how</i>	4.914	0,9%	4.877	2,6%	37	101.384	3,0%	50.877	1,4%	50.507
Transazioni in marchi di fabbrica, disegni, etc.	35.755	6,5%	31.125	16,3%	4.630	245.431	7,2%	766.597	20,9%	-521.166
<i>dir. di sfrutt. di marchi di fabbrica, modelli e disegni</i>	28.886	5,3%	29.826	15,6%	-940	149.226	4,4%	672.871	18,4%	-523.645
<i>cessioni/acquisizioni di marchi di fabbrica, modelli e disegni</i>	6.869	1,3%	1.299	0,7%	5.570	96.205	2,8%	93.726	2,6%	2.479
Servizi con contenuto tecnologico	384.406	70,2%	94.826	49,6%	289.580	1.914.678	55,8%	1.123.532	30,7%	791.146
<i>assistenza tecnica connessa a cess. e dir. di sfrutt.</i>	10.816	2,0%	19.343	10,1%	-8.527	362.282	10,6%	374.562	10,2%	-12.280
<i>studi tecnici e di engineering</i>	347.481	63,5%	50.885	26,6%	296.596	1.361.022	39,7%	533.084	14,6%	827.938
<i>formazione del personale</i>	2.208	0,4%	12.561	6,6%	-10.353	21.616	0,6%	103.585	2,8%	-81.969
<i>invio di tecnici ed esperti</i>	23.901	4,4%	12.037	6,3%	11.864	169.758	5,0%	112.301	3,1%	57.457
Servizi di Ricerca & Sviluppo	34.028	6,2%	13.636	7,1%	20.392	805.632	23,5%	504.570	13,8%	301.062
Altri regolamenti per tecnologia	907	0,2%	5.505	2,9%	-4.598	70.880	2,1%	801.731	21,9%	-730.851
Totale	547.508	100,0%	191.073	100,0%	356.435	3.429.716	100,0%	3.661.359	100,0%	-231.643

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Come accade ormai da alcuni anni, l'interscambio di tecnologie non incorporate in beni fisici non è più appannaggio delle grandi imprese: il peso delle aziende con 500 addetti e oltre è infatti passato, per gli incassi, dal 59,4% del 1996 al 31,5% del 2005, e, per i pagamenti, dal 59,2% al 34,6%. Ciò è avvenuto soprattutto a favore delle piccole imprese (fino a 19 addetti), che nello stesso periodo hanno visto più che triplicare la loro incidenza, passando dal 13,1% al 45,1% per gli incassi e dal 10,9% al 33,4% per i pagamenti.

Per quanto concerne la ripartizione geografica, in termini di flussi lordi, la Francia si conferma il principale Paese controparte dal lato degli incassi (con il 18,6% degli incassi e il 19,1% dei pagamenti), mentre il Regno Unito rimane al primo posto per quanto riguarda i pagamenti (il 24,4%

contro il 14,6% degli incassi). In ordine di importanza, seguono la Germania, con l'11,5% degli incassi e il 13,7% dei pagamenti, e l'Olanda, con il 7% degli incassi e il 6,4% dei pagamenti.

Dall'analisi dei dati ripartiti per regione di provenienza e destinazione, anche nel 2005 si conferma il rilevante ruolo svolto dall'Italia nord occidentale in entrambe le direzioni dei flussi, con il 56,5% degli incassi e il 48,2% dei pagamenti, anche se in diminuzione rispetto all'anno precedente.

In particolare, la Lombardia rappresenta da sola il 41,1% dei pagamenti e il 37,6% degli incassi.

Il Piemonte è la terza regione italiana in quanto a quota detenuta degli incassi nazionali (il 16%), preceduta da Lombardia e Lazio, mentre è quarta per incidenza sui pagamenti (con il 5,2%), preceduta da Lombardia, Lazio e Veneto.

A differenza di quanto accade a livello nazionale, la Bpt piemontese presenta tradizionalmente un saldo positivo che, nel 2005, ammonta a più di 356 milioni di euro, con una variazione del +51,5% rispetto all'anno precedente.

Gli incassi per servizi in tecnologia, assimilabili concettualmente all'export, ammontano a 548 milioni di euro (+19,6% sul 2004), mentre i pagamenti, paragonabili all'import, sono stati pari a 191 milioni di euro (-14,2% rispetto all'anno precedente).

Incassi, pagamenti e saldi della Btp delle regioni italiane Anno 2005 (dati in migliaia di euro)

	Incassi		Pagamenti		Saldi
	valori assoluti	% su totale	valori assoluti	% su totale	
Nord ovest	1.936.103	56,5%	1.763.250	48,2%	172.853
<i>Piemonte</i>	547.508	16,0%	191.073	5,2%	356.435
<i>Valle d'Aosta</i>	1.039	0,0%	664	0,0%	375
<i>Lombardia</i>	1.289.411	37,6%	1.503.545	41,1%	-214.134
<i>Liguria</i>	98.145	2,9%	67.968	1,9%	30.177
Nord est	435.371	12,7%	614.392	16,8%	-179.021
<i>Trentino Alto Adige</i>	5.541	0,2%	34.411	0,9%	-28.870
<i>Veneto</i>	156.718	4,6%	280.396	7,7%	-123.678
<i>Friuli Venezia Giulia</i>	104.801	3,1%	140.079	3,8%	-35.278
<i>Emilia Romagna</i>	168.311	4,9%	159.506	4,4%	8.805
Centro	1.015.883	29,6%	1.234.918	33,7%	-219.035
<i>Toscana</i>	222.258	6,5%	136.970	3,7%	85.288
<i>Umbria</i>	9.068	0,3%	6.580	0,2%	2.488
<i>Marche</i>	14.301	0,4%	28.611	0,8%	-14.310
<i>Lazio</i>	765.492	22,3%	992.495	27,1%	-227.003
<i>Abruzzo</i>	4.764	0,1%	70.262	1,9%	-65.498
Sud	42.343	1,2%	48.629	1,3%	-6.286
<i>Molise</i>	351	0,0%	1.845	0,1%	-1.494
<i>Campania</i>	16.097	0,5%	9.844	0,3%	6.253
<i>Puglia</i>	7.742	0,2%	22.029	0,6%	-14.287
<i>Basilicata</i>	305	0,0%	2.150	0,1%	-1.845
<i>Calabria</i>	1.784	0,1%	1.790	0,1%	-6
<i>Sicilia</i>	8.451	0,2%	6.669	0,2%	1.782
<i>Sardegna</i>	7.613	0,2%	4.302	0,1%	3.311
Altro	16	0,0%	170	0,0%	-154
Totale	3.429.716	100,0%	3.661.359	100,0%	-231.643

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

L'incremento degli incassi non ha coinvolto tutte le componenti della Bpt: se quelli per commercio in tecnologia, transazioni in marchi di fabbrica e servizi con contenuto tecnologico sono aumentati rispettivamente del 17,5%, 113,1% e 28,4%, gli incassi per servizi di ricerca e sviluppo e per altri regolamenti in tecnologia hanno subito pesanti battute d'arresto (-43,4% e -68%).

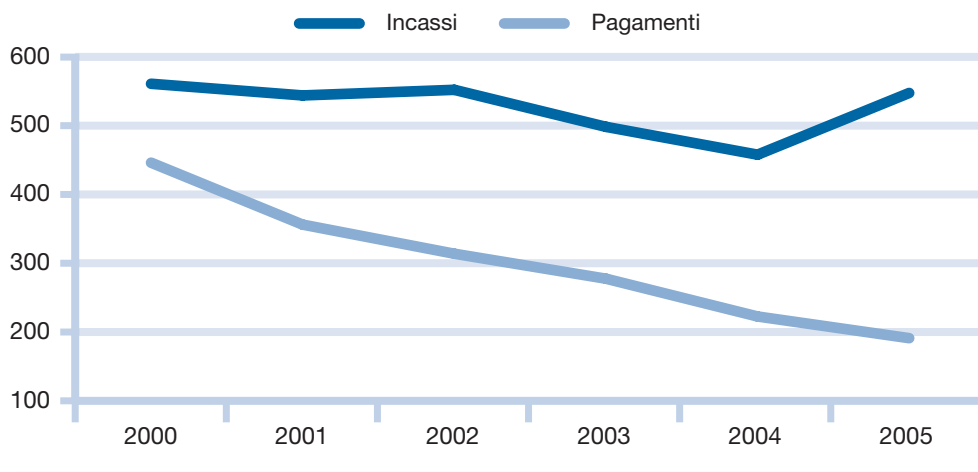
Dal lato dei pagamenti, le variazioni negative interessano le voci del commercio in tecnologia, transazioni in marchi di fabbrica, servizi con contenuto tecnologico e servizi per ricerca e sviluppo, mentre aumentano gli altri regolamenti per tecnologia.

La struttura della Bpt regionale rivela, dal lato degli incassi, la specificità piemontese dei servizi con contenuto tecnologico: con un ammontare di 384 milioni di euro, questa categoria costituisce oltre il 70% dell'export regionale di tecnologia, peso quasi del tutto attribuibile alla sottocategoria degli studi tecnici ed engineering (63,5% degli incassi totali).

È opportuno sottolineare, sempre dal lato dell'export di servizi in tecnologia, anche l'importanza della categoria del commercio in tecnologia, i cui incassi ammontano a 92 milioni di euro (il 16,9% del totale regionale) e, all'interno di questa componente, il ruolo giocato dai diritti di sfruttamento di brevetti (15,2% degli incassi della Bpt).

Dal lato dei pagamenti, assimilabili concettualmente all'import, emerge una minore concentrazione della Bpt: i servizi con contenuto tecnologico e, all'interno di questa componente, gli studi tecnici ed engineering, canalizzano rispettivamente il 49,6% e il 26,6% dei pagamenti piemontesi. Seguono le importazioni per commercio in tecnologia (il 24,1%), diritti di sfruttamento di brevetti (il 19,4%) e transazioni in marchi di fabbrica e disegni industriali (il 16,3%).

Incassi e pagamenti della Bpt del Piemonte (dati in milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Dall'analisi delle aree geografiche interessate dalle transazioni della Bpt piemontese, si evince come l'interscambio piemontese di tecnologia non incorporata in beni fisici avvenga principalmente con i Paesi dell'area Ue 25, dai quali proviene il 73,5% dei pagamenti, contro il 26,5% giunto dall'area extra-Ue 25. Verso i partner comunitari è diretto il 61,6% dei pagamenti regionali per servizi in tecnologia, a fronte del restante 38,4% destinato ai paesi extracomunitari.

Il saldo della Bpt piemontese con i Paesi dell'area Ue 25 è positivo per un ammontare di 285 milioni di euro (+23,2% rispetto al 2004), mentre l'avanzo della Bpt con i Paesi extracomunitari è pari a 72 milioni di euro.

A livello di flussi territoriali, nel 2005 aumentano sia gli incassi provenienti dall'Ue 25 (+12,9%), sia soprattutto quelli dall'area extracomunitaria (+43,2%), mentre si registra una flessione dei pagamenti in entrambe le aree di riferimento.

Incassi, pagamenti e saldi della Bpt del Piemonte e dell'Italia per area e Paese Anno 2005 (dati in migliaia di euro)

	Piemonte			Italia		
	incassi	pagamenti	saldi	incassi	pagamenti	saldi
Unione europea	402.374	117.772	284.602	2.350.804	2.743.952	-393.148
<i>Austria</i>	4.034	5.986	-1.952	21.372	33.883	-12.511
<i>Belgio</i>	22.955	5.078	17.877	249.091	41.951	207.140
<i>Lussemburgo</i>	1.738	1.072	666	40.463	95.796	-55.333
<i>Danimarca</i>	733	804	-71	29.390	17.382	12.008
<i>Finlandia</i>	1.922	695	1.227	7.706	20.035	-12.329
<i>Francia</i>	214.360	27.382	186.978	638.854	697.958	-59.104
<i>Regno Unito</i>	26.996	17.564	9.432	502.119	892.538	-390.419
<i>Grecia</i>	3.192	720	2.472	12.299	7.762	4.537
<i>Irlanda</i>	331	671	-340	36.792	53.448	-16.656
<i>Paesi Bassi</i>	14.203	9.134	5.069	240.027	232.655	7.372
<i>Portogallo</i>	522	277	245	8.772	10.772	-2.000
<i>Spagna</i>	16.202	12.154	4.048	96.216	63.546	32.670
<i>Svezia</i>	9.440	2.522	6.918	23.111	24.707	-1.596
<i>Germania</i>	79.227	30.633	48.594	394.641	502.397	-107.756
<i>Estonia</i>	0	0	0	160	433	-273
<i>Lettonia</i>	50	20	30	1.756	475	1.281
<i>Lituania</i>	0	0	0	330	174	156
<i>Polonia</i>	4.761	338	4.423	11.183	5.589	5.594
<i>Repubblica Ceca</i>	766	171	595	3.455	2.664	791
<i>Repubblica Slovacca</i>	357	101	256	2.507	1.048	1.459
<i>Ungheria</i>	102	1.693	-1.591	15.476	27.212	-11.736
<i>Slovenia</i>	438	214	224	4.714	3.825	889
<i>Cipro</i>	9	543	-534	6.735	2.272	4.463
<i>Malta</i>	36	0	36	3.635	5.430	-1.795
Paesi extra-Ue	145.134	73.301	71.833	1.078.912	917.407	161.505
<i>Brasile</i>	6.708	253	6.455	19.025	3.744	15.281
<i>Canada</i>	1.112	1.085	27	61.461	32.542	28.919
<i>Cina</i>	30.166	503	29.663	49.912	6.954	42.958
<i>Svizzera</i>	8.727	29.932	-21.205	131.157	223.880	-92.723
<i>Usa</i>	29.468	32.908	-3.440	283.665	424.797	-141.132
<i>Giappone</i>	23.910	1.179	22.731	70.355	37.697	32.658
<i>Europa dell'est</i>	2.396	3.318	-922	46.893	34.069	12.824
<i>Paesi Opec</i>	814	277	537	151.328	37.878	113.450
<i>Nies</i>	18.992	531	18.461	48.111	19.887	28.224
Altri Paesi extra-Ue	22.841	3.315	19.526	217.005	95.959	121.046
Totale mondo	547.508	191.073	356.435	3.429.716	3.661.359	-231.643

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Wto

La Francia rappresenta il partner principale dal lato degli incassi (con il 39,2%, contro il 14,2% dei pagamenti), mentre gli Stati Uniti costituiscono il primo Paese di destinazione dei pagamenti piemontesi, con una quota del 17,2%, contro il 5,4% degli incassi. Seguono, sul fronte dell'export di servizi in tecnologia, gli scambi con Germania (il 14,5% degli incassi), Cina (il 5,5%) e Usa, mentre sul versante dei pagamenti si sottolinea il ruolo svolto da Germania (con il 16%), Svizzera (15,7%) e dalla già citata Francia.

Sul fronte dell'export di servizi in tecnologia va sottolineata l'incidenza regionale sul totale degli incassi nazionali provenienti dalla Cina: con 30,2 milioni di euro, gli incassi destinati al Piemonte costituiscono oltre il 60% di quelli diretti all'Italia nel suo complesso.

Analizzando l'interscambio di tecnologia con i principali Paesi, la Bpt piemontese è quindi in avanzo verso la Francia, la Germania, il Regno Unito e la Cina, mentre è deficit verso Svizzera e Stati Uniti.

1.5 GLI INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI IN ENTRATA E IN USCITA

Il 2005 è stato un buon anno per i flussi degli Investimenti diretti esteri (Ide) a livello mondiale. Secondo i dati pubblicati dall'Unctad, l'organizzazione dell'Onu con sede a Ginevra, nel 2005 i flussi degli Ide sono stati complessivamente pari a 916 miliardi di dollari, con una variazione positiva del +29% rispetto all'anno precedente e del +64% rispetto al 2003.

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:

- l'acquisizione di partecipazioni azionarie o di altro tipo di capitale sociale che danno luogo ad una partecipazione diretta o indiretta non inferiore al 10% del capitale sociale (azioni e partecipazioni)
- il reinvestimento nell'impresa partecipata degli utili realizzati, ma non distribuiti (redditi reinvestiti)
- tutti gli altri rapporti creditorî e/o debitori tra azienda partecipata e partecipante che non rientrino nelle altre due categorie (altri capitali).

Il rapporto di investimento diretto è classificato tra le attività dell'Italia (Investimenti diretti italiani all'estero) qualora la società partecipata oggetto di investimento diretto sia residente all'estero e la partecipante in Italia.

Il rapporto di investimento diretto è classificato tra le passività italiane (Investimenti diretti esteri in Italia) qualora la società partecipata oggetto di investimento diretto sia residente in Italia e la partecipante all'estero.

Fonte: Banca d'Italia, Ufficio italiano cambi, Manuale della bilancia dei pagamenti e della posizione patrimoniale sull'estero dell'Italia, giugno 2004

I flussi verso i Paesi sviluppati sono stati pari a 542 miliardi di dollari, con una quota pari al 59% sul totale; i Paesi in via di sviluppo sono riusciti ad attrarre il 36%, mentre il restante 4% si è diretto verso la Russia e i Paesi dell'Europa centro orientale.

Lo Stato che nel 2005 ha attratto più capitali d'investimento è stato il Regno Unito, sia grazie al suo ruolo di pivot nella finanza internazionale sia all'importante fusione fra la Shell Trading inglese e la Royal Dutch Petroleum olandese. Seguono nella graduatoria gli Stati Uniti e la Cina.

Se ai dati riferiti a quest'ultima nazione si sommano quelli del territorio cinese di Hong Kong, la Cina "allargata", con i suoi 108 miliardi di dollari di Ide nel 2005, si aggiudicherebbe la seconda piazza, scavalcando 99 miliardi di dollari degli Usa.

GLI IDE ESTERI IN ITALIA E IN PIEMONTE

Nel 2005 gli Ide esteri in Italia al netto dei disinvestimenti sono stati poco superiori ai 16 miliardi di euro, contro i 14,4 dell'anno precedente. Si tratta di una variabile flusso, ovvero di risorse aggiuntive che ogni anno si sommano rispetto ad uno stock accumulato nel corso degli anni, quantificato dall'Unctad in 219 miliardi di dollari.

I flussi degli Ide sono tradizionalmente oscillanti sia per motivi intrinseci (in un contesto competitivo di livello planetario, i capitali di investimento si indirizzano infatti di volta in volta verso quei Paesi dove le condizioni sono più favorevoli), sia per motivi tecnici (quasi la totalità dell'investimento diretto - acquisizione di partecipazioni o "greenfield" - si concentra subito nel primo anno, mentre negli altri anni ci sono movimenti assolutamente residuali).

Nonostante il flusso degli Ide si mantenga positivo, la capacità del nostro Paese di attrarre capitali di investimento esteri rimane scarsa, per motivi che riguardano la struttura economica dell'Italia, la sua debolezza infrastrutturale, il suo scarso appeal fiscale, un settore della ricerca ancora troppo slegato dal mondo delle imprese e una "immagine Paese" poco incline alla produttività.

Nel 2005, l'Italia è riuscita ad intercettare solo il 2,1% degli Ide internazionali, e rimane sede di poco più del 2% dello stock di Investimenti diretti esteri complessivamente impiegati a livello mondiale negli ultimi decenni.

All'interno del territorio italiano, la distribuzione del flusso degli Ide non è omogenea, si può anzi affermare che esista una forte concentrazione. Se si considera la media quadriennale 2002-2005, utile per smorzare leggermente la naturale oscillazione dei flussi nel corso degli anni, Lombardia, Piemonte e Lazio concentrano insieme un flusso di Ide esteri netti medi pari a poco meno del 60% del totale nazionale.

Fra le regioni italiane, il Piemonte si colloca al secondo posto per flusso di Ide in entrata - dopo la Lombardia e prima del Lazio - e, guardando al quadriennio 2002-2005, detiene circa il 16% del totale nazionale, con un fortissimo aumento rispetto alla media degli anni precedenti.

La Lombardia, pur rimanendo la prima regione nel medio periodo, vede calare la propria quota sul totale nazionale, dovuta ad un dato del 2005 addirittura negativo, con i disinvestimenti esteri che hanno superato i nuovi investimenti.

Pur tenendo sempre in considerazione il fatto che i dati riferiti agli Ide sono oscillanti, il risultato del 2005 riferito al Piemonte è da considerarsi eccezionale e del tutto anomalo. Negli ultimi anni, gli Investimenti diretti esteri erano stati sempre intorno ad una media di circa 1 miliardo di euro all'anno: nel 2005 tale valore ha invece raggiunto la quota record di 6,5 miliardi.

Una variazione così incisiva richiede sia una lettura statistica più approfondita, sia una ricerca qualitativa basata sulle cronache economiche del territorio. Con riferimento al primo aspetto, tale aumento sembrerebbe essere il risultato di un'unica grossa operazione pari a 5-6 miliardi di euro proveniente dalla Francia relativamente al settore dei prodotti energetici in provincia di Torino. La lettura delle cronache economiche del territorio non offre però nessuno spunto per individuare concretamente tale importante operazione. I dati dell'Ufficio italiano cambi sono ufficiali, ma ciò non significa che non si possa essere verificato un errore di riferimento territoriale, o che sia stata assegnata al territorio torinese un'operazione pilotata da un intermediario bancario o finanziario con sede nella provincia. Non sono comunque concretamente disponibili gli elementi per poter depurare statisticamente i dati piemontesi da questa anomalia, per cui occorrerà ragionare quasi esclusivamente sulle medie quadriennali, che tendono ad attenuare leggermente tale effetto.

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

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Abruzzo	34.268	39.144	52.310	41.156	41.720
Basilicata	7.581	3.786	5.837	-121.218	-26.004
Calabria	1.933	3.442	3.391	1.215	2.495
Campania	72.308	158.932	164.510	261.391	164.285
Emilia Romagna	291.937	-1.123.305	-159.099	411.086	-144.845
Friuli Venezia Giulia	76.448	-55.571	8.175	108.423	34.369
Lazio	-220.039	3.227.738	1.696.015	1.033.785	1.434.375
Liguria	74.685	104.219	128.837	523.958	207.925
Lombardia	5.934.877	6.365.922	5.515.319	-876.771	4.234.837
Marche	65.768	42.441	83.558	52.217	60.996
Molise	-1.235	4.782	-10.509	-165.048	-43.002
Piemonte	1.459.102	831.274	1.193.626	6.503.998	2.497.000
Puglia	23.156	249	19.961	107.676	37.761
Sardegna	29.551	22.478	22.319	22.550	24.224
Sicilia	-2.958	9.762	3.348	27.524	9.419
Toscana	-289.042	-299.948	-201.816	-312.019	-275.706
Trentino Alto Adige	196.661	-43.309	130.690	170.942	113.746
Umbria	19.170	365.507	232.437	147.047	191.040
Valle d'Aosta	32.760	9.932	15.638	3.280	15.402
Veneto	456.532	532.942	382.692	498.850	467.754
Totale Italia^(a)	15.499.551	14.711.160	14.475.407	16.009.038	15.173.789

^(a) il totale include gli investimenti non ripartibili a livello regionale

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Oltre il 95% degli Ide in entrata in Piemonte proviene dai Paesi dell'Ue 15: in particolare, da Paesi Bassi e Francia (ma solo nel 2005) e, in misura minore, dal Lussemburgo, Paese pivot nello scambio di capitali internazionali. Per la Germania è interessante notare che i disinvestimenti in Piemonte hanno superato gli investimenti per circa 362 milioni di euro, annullando in pratica il dato positivo di due anni prima. I maggiori flussi extraeuropei di Ide nella regione provengono

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

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Unione europea (15 Paesi)	1.383.765	819.899	1.247.457	6.511.109	2.490.558
<i>Austria</i>	594	258	6.771	8.491	4.029
<i>Belgio</i>	7.364	5.265	6.319	9.519	7.117
<i>Danimarca</i>	7.720	-	-	201	3.961
<i>Finlandia</i>	2.000	-	1.470	-24.393	-6.974
<i>Francia</i>	-34.233	-43.753	-258.432	5.395.468	1.264.763
<i>Germania</i>	13.268	359.898	-20.745	-362.826	-2.601
<i>Grecia</i>	138	-	-	-	138
<i>Irlanda</i>	-325	-10.635	8.411	4.050	375
<i>Lussemburgo</i>	53.690	1.460.207	-631.991	599.580	370.372
<i>Paesi Bassi</i>	1.215.354	598.742	2.156.124	786.637	1.189.214
<i>Portogallo</i>	1.913	1.336	-1.015	-	745
<i>Regno Unito</i>	116.441	-1.579.102	-20.856	90.123	-348.349
<i>Spagna</i>	1.611	28.144	9.136	6.898	11.447
<i>Svezia</i>	-1.770	-461	-7.735	-2.639	-3.151
Svizzera	21.533	23.625	11.278	45.917	25.588
Stati Uniti	34.629	-18.929	10.416	-6.065	5.013
Giappone	32.144	3.966	8.779	8.188	13.269
Altri Paesi	-12.969	2.713	17.436	-55.151	-11.993
Totale mondo	1.459.102	831.274	1.290.502	6.503.998	2.521.219

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

da Svizzera e Giappone, mentre i capitali americani non sembrano aver privilegiato il territorio piemontese, almeno negli ultimi quattro anni.

Riguardo ai comparti produttivi, nel 2005 si è arrestato il forte flusso di Ide nel settore automotive, comparto nel quale il Piemonte esprime una competitività e un know-how con pochi eguali a livello internazionale. Nonostante la battuta d'arresto, la media pluriennale rimane alta (964 milioni di euro). Con un valore medio quadriennale (2002-2005) pari a 725 milioni di euro di Ide in entrata, si conferma l'importanza dei servizi finanziari, settore nel quale gli Investimenti diretti esteri sono soggetti a forti oscillazioni da un anno all'altro.

All'interno della regione, la provincia di Torino sembra il principale, se non l'unico, catalizzatore degli investimenti esteri.

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

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Prodotti dell'agricoltura, silvicoltura e pesca	10.704	4.627	3.039	-520	4.463
Prodotti energetici	4.339	-332	500	5.495.012	1.374.880
Prodotti industriali					
<i>prodotti alimentari, bevande, prodotti con tabacco</i>	468	2.462	4.201	5.516	3.162
<i>prodotti tessili, cuoio e calzature, abbigliamento</i>	1.184	14.821	13.033	85	7.281
<i>carta, articoli di carta, prodotti della stampa</i>	-13	-1.941.782	-229.137	-21.369	-548.075
<i>prodotti chimici</i>	-3.771	-19.487	-229.062	-156.902	-102.306
<i>prodotti in gomma e in plastica</i>	13.958	13.237	24.822	1.836	13.463
<i>minerali e prodotti a base di minerali non metall.</i>	33.588	6.446	1.407	1.178	10.655
<i>minerali e metalli ferrosi e non ferrosi</i>	240	36.570	5.815	15.350	14.494
<i>prodotti in metallo, esclusi veicoli di trasporto</i>	-6.160	5.227	24.007	-90.788	-16.929
<i>macchine agricole e industriali</i>	21.286	2.875	2.098	-30.119	-965
<i>macchine per ufficio, macchine per l'elaborazione</i>	787	105.177	7.147	436	28.387
<i>materiale e forniture elettriche</i>	10.914	39.337	55.912	24.462	32.656
<i>mezzi di trasporto</i>	1.611.915	505.110	1.945.471	-204.947	964.387
<i>altri prodotti industriali</i>	35.050	2.408	3.071	6.555	11.771
Edilizia e opere pubbliche	14.254	2.415	4.829	-12.290	2.302
Servizi					
<i>servizi del commercio, recuperi e riparazioni</i>	22.617	-2.093	33.805	53.003	26.833
<i>servizi degli alberghi e pubblici esercizi</i>	315		130	274	240
<i>servizi dei trasporti e connessi ai trasporti</i>	-90.133	-94.491	-87.045	-22.864	-73.633
<i>servizi delle comunicazioni</i>	-368.460	-112.904	88.581	-185.385	-144.542
<i>servizi finanziari</i>	117.714	1.786.538	-713.174	1.008.652	549.933
<i>assicurazioni</i>	-806	155.731	-144		51.594
<i>famiglie</i>	14.181	205.051	13.257	19.957	63.112
<i>altri servizi</i>	10.764	105.717	314.355	576.272	251.777
Altre attività non classificabili	4.167	8.614	3.584	20.594	9.240
Totale	1.459.102	831.274	1.290.502	6.503.998	2.521.219

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Investimenti diretti netti esteri in Piemonte per provincia^(a) (dati in migliaia di euro)

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Alessandria	12.524	24.864	-10.326	-77.107	-12.511
Asti	-601	-18.496	-65.638	-83.004	-41.935
Biella	7.032	1.215	48.874	-8.950	12.043
Cuneo	53.292	67.885	-106.039	-365.630	-87.623
Novara	9.694	5.851	20.146	11.202	11.723
Torino	1.372.905	748.242	1.399.600	7.003.776	2.631.131
Verbano Cusio Ossola	4.381	1.479	4.329	24.175	8.591
Vercelli	-125	234	-444	-464	-200
Totale Piemonte	1.459.102	831.274	1.290.502	6.503.998	2.521.219
Totale Italia	15.499.551	14.711.160	13.215.510	16.009.038	14.858.815

^(a) esclusi gli investimenti bancari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

GLI IDE DELL'ITALIA E DEL PIEMONTE ALL'ESTERO

Nel 2005, gli Investimenti diretti verso l'estero sono ammontati complessivamente a 15,7 miliardi di euro, in sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente. La bilancia degli Ide è essenzialmente in parità, con il flusso degli investimenti esteri in entrata che compensa quelli italiani in uscita.

Posto che gli Investimenti diretti all'estero contribuiscono comunque a rafforzare l'economia di un Paese, il dato 2005 rappresenta un segnale positivo, sebbene l'internazionalizzazione produttiva dell'economia italiana, misurata dal rapporto dello stock degli Ide all'estero (cioè la produzione a capitale italiano fuori dai confini nazionali) sul Pil nazionale, risulti inferiore rispetto ad altri Paesi europei. Secondo i dati Unctad, infatti, nel 2004 tale rapporto era pari al 16,6% per l'Italia, contro il 40,5% della Francia, il 34,6% della Germania, il 56,2% del Regno Unito e il 40,7% dell'Unione europea. L'Italia, quindi, tende ad essere meno proiettata verso le produzioni all'estero rispetto ai partner europei: la mancanza di un numero rilevante di grandi player nazionali e uno sviluppo economico del dopoguerra basato sulla forte dinamicità di micro-imprese localizzate ha di fatto chiuso gli orizzonti per una forte strategia di produzione italiana all'estero.

La produzione all'estero può talvolta rappresentare la classica delocalizzazione (chiusura degli stabilimenti in Italia per aprirli contestualmente in altre nazioni), ma, nella maggior parte dei casi, è incrementale rispetto a quella italiana e più mirata a penetrare nuovi mercati piuttosto che non a cercare di sfruttare vantaggi competitivi sui costi di materie prime e risorse umane.

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

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Abruzzo	53.402	26.442	98.896	82.065	65.201
Basilicata	1.441	599	1.393	5.563	2.249
Calabria	2.288	1.096	2.094	1.578	1.764
Campania	160.782	210.051	353.846	264.852	247.383
Emilia Romagna	712.928	425.695	320.290	451.236	477.537
Friuli Venezia Giulia	105.778	228.775	569	114.229	112.338
Lazio	3.332.674	1.711.544	2.969.495	1.983.167	2.499.220
Liguria	193.520	219.056	124.984	-84.591	113.242
Lombardia	4.913.762	575.185	6.865.569	10.002.788	5.589.326
Marche	91.686	22.967	64.646	41.596	55.224
Molise	74.668	64.678	3.700	-1.019	35.507
Piemonte	3.765.278	-1.077.693	1.135.129	-220.120	900.649
Puglia	11.313	34.061	51.700	166.198	65.818
Sardegna	-13.175	5.180	-5.669	1.233	-3.108
Sicilia	-6.856	-13.837	-21.045	33.082	-2.164
Toscana	142.465	114.506	64.319	231.283	138.143
Trentino Alto Adige	27.475	74.028	42.013	13.802	39.330
Umbria	-3.829	13.952	31.392	39.254	20.192
Valle d'Aosta	15.054	-582	2.687	6.625	5.946
Veneto	830.358	1.225.010	752.062	871.263	919.673
Totale Italia^(a)	16.845.754	6.914.371	15.589.654	15.721.694	13.767.868

^(a) 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

Anche per quanto riguarda gli Ide in uscita, il Piemonte si colloca fra le regioni italiane più attive e occupa il quarto posto, dopo Lombardia, Lazio e Veneto.

Il dato piemontese evidenzia un forte rallentamento nei flussi di Ide all'estero: se nel 2001 e 2002 si aggiravano sui 4 miliardi di euro all'anno, nel 2003 e nel 2005 sono stati negativi, ossia sono rientrati sul territorio, da precedenti investimenti, più capitali rispetto a quelli impiegati per nuove strategie all'estero. Si ha la sensazione che il Piemonte, di fronte ad una crisi congiunturale lunga e pesante che ha toccato i maggiori settori regionali, si sia chiuso in sé stesso, raccogliendo i capitali per iniziative in-house e agendo con oculatezza negli investimenti all'estero, che possono avere dei margini di rischio superiori.

Dal punto di vista delle aree geografiche di destinazione degli Ide piemontesi, è ancora l'Europa l'area decisamente più interessata dai flussi di investimenti e disinvestimenti.

Guardando alla media dei valori degli Ide nel triennio 2002-2004, gli investimenti netti maggiori sono diretti verso i Paesi Bassi e, in misura minore, verso la Francia, mentre si sono verificati disinvestimenti notevoli nei confronti di Regno Unito, Lussemburgo e Svizzera. Da sottolineare, anche se si tratta del solo dato riferito al 2005, che sono stati disinvestiti capitali piemontesi in discreta quantità sia dalla Germania (330 milioni di euro) sia dall'Irlanda (472 milioni di euro).

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

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Unione europea (15 Paesi)	3.353.772	-1.272.286	2.250.352	-469.211	965.657
<i>Austria</i>	5.777	5.143	69.720	-55.420	6.305
<i>Belgio</i>	82.293	16.122	8.175	8.548	28.785
<i>Danimarca</i>	88	77	665	-3.093	-566
<i>Finlandia</i>	-110	0			-55
<i>Francia</i>	80.313	11.450	213.043	333.565	159.593
<i>Germania</i>	45.005	328.887	15.787	-330.685	14.749
<i>Grecia</i>	470	1.159	299	587	629
<i>Irlanda</i>	39.289	-61.029	-2.020	-472.505	-124.066
<i>Lussemburgo</i>	2.249.303	-4.040.341	409.493	77.611	-325.984
<i>Paesi Bassi</i>	885.689	4.081.648	735.718	-50.348	1.413.177
<i>Portogallo</i>	7.158	453	5.661	1.032	3.576
<i>Regno Unito</i>	-50.498	-1.668.218	827.080	-12.725	-226.090
<i>Spagna</i>	10.058	51.099	45.484	-4.993	25.412
<i>Svezia</i>	-1.063	1.264	-78.753	39.215	-9.834
<i>Svizzera</i>	35.465	19.134	-1.222.662	69.438	-274.656
<i>Stati Uniti</i>	222.562	62.185	16.019	8.626	77.348
<i>Giappone</i>	195	20.592	-2.792	1.272	4.817
<i>Argentina</i>	11.649	244	671	710	3.319
<i>Brasile</i>	84.679	8.572	4.408	63.070	40.182
<i>Cina</i>	673	8.245	11.031	8.845	7.199
<i>Altri Paesi</i>	56.283	75.621	78.102	97.130	76.784
Totale mondo	3.765.278	-1.077.693	1.135.129	-220.120	900.649

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Al di fuori dell'Europa, appare discreto l'ammontare degli Ide piemontesi verso gli Usa e il Brasile. Non decollano ancora gli Ide della regione verso la Cina, Paese che sta monopolizzando a livello planetario la produzione di beni e di capitali d'investimento.

Dal punto di vista settoriale, è utile evidenziare come, dal lato industriale, gli investimenti produttivi all'estero riguardino maggiormente il comparto automotive, forse l'unico con una vera strategia globale di produzione e fornitura. Sul fronte dei servizi, prevalgono gli investimenti nel settore finanziario, mentre progressivi si sono registrati disinvestimenti nel settore delle comunicazioni.

Per quanto riguarda il contributo delle province piemontesi agli Ide verso l'estero, si può notare che, come per gli Investimenti diretti esteri in entrata, anche per quelli in uscita Torino conferma la propria preminenza all'interno della regione.

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

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Prodotti dell'agricoltura silvicoltura e pesca	-796	-654	-1.000	-776	-807
Prodotti energetici	112	-1.043	-10.485	-49	-2.866
Prodotti industriali					
<i>prodotti alimentari, bevande, prodotti con tabacco</i>	3.561	-61.721	-33.226	-7.510	-24.724
<i>prodotti tessili, cuoio e calzature, abbigliamento</i>	31.656	40.949	20.069	29.491	30.541
<i>carta, articoli di carta, prodotti della stampa</i>	115	12.356	11.400	2.512	6.596
<i>prodotti chimici</i>	32.665	3.136	7.308	8.594	12.926
<i>prodotti in gomma e in plastica</i>	5.467	14.284	415	10.617	7.696
<i>minerali e prodotti a base di minerali non metall.</i>	12.060	-1.034	1.512	1.733	3.568
<i>minerali e metalli ferrosi e non ferrosi</i>	435	1.673	-464	1.751	849
<i>prodotti in metallo esclusi veicoli di trasporto</i>	-166.890	41.262	-66.312	18.275	-43.416
<i>macchine agricole ed industriali</i>	42.885	7.337	7.480	-4.217	13.371
<i>macchine per ufficio, macchine per l'elaborazione</i>	-1.358.389	-155.419	985.144	827	-131.959
<i>materiale e forniture elettriche</i>	72.514	12.350	43.860	17.224	36.487
<i>mezzi di trasporto</i>	1.197.221	155.521	-163.325	113.363	325.695
<i>altri prodotti industriali</i>	55.246	52.092	-400	30.593	34.383
Edilizia e opere pubbliche	-20.380	6.143	-3.203	3.152	-3.572
Servizi					
<i>servizi del commercio recuperi e riparazioni</i>	-24.866	57.417	-5.920	40.683	16.829
<i>servizi degli alberghi e pubblici esercizi</i>	112	371	-25	452	228
<i>servizi dei trasporti e connessi ai trasporti</i>	-46.883	35.719	3.609	-18.369	-6.481
<i>servizi delle comunicazioni</i>	188.095	-6.729.768	-1.174.864	-536.029	-2.063.142
<i>servizi finanziari</i>	3.514.279	5.203.980	1.107.776	-158.565	2.416.868
<i>assicurazioni</i>	103	-132.761	-13.755	1.006	-36.352
<i>famiglie</i>	71.279	74.594	53.487	95.378	73.685
<i>altri servizi^(a)</i>	178.095	389.816	395.542	129.744	273.299
Totale	3.765.278	-1.077.693	1.135.129	-220.120	900.649

^(a) inclusi gli investimenti non classificabili

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

Investimenti diretti netti esteri piemontesi all'estero per provincia^(a) (dati in migliaia di euro)

	2002	2003	2004	2005	Media 2002-2005
Alessandria	44.240	18.780	74.253	433.243	142.629
Asti	17.715	2.933	9.843	22.281	13.193
Biella	-16.121	20.353	-5.681	49.297	11.962
Cuneo	-50.708	45.822	22.707	10.979	7.200
Novara	26.661	86.707	-13.698	38.971	34.660
Torino	3.721.413	-1.253.324	1.040.579	-780.980	681.922
Verbano Cusio Ossola	761	2.002	3.738	3.111	2.403
Vercelli	21.317	-966	3.388	2.978	6.679
Totale Piemonte	3.765.278	-1.077.693	1.135.129	-220.120	900.649
Totale Italia	16.845.754	6.914.371	15.589.654	15.721.694	13.767.868

^(a) esclusi gli investimenti bancari

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Ufficio italiano cambi

1.6 GLI IMPRENDITORI STRANIERI IN PIEMONTE

Negli ultimi anni, i Paesi dell'Europa hanno vissuto un forte sviluppo del movimento migratorio, con effetti evidenti anche in campo economico.

Il progressivo processo di "inclusione" economico-sociale della popolazione straniera ha assunto anche in Italia un ruolo di assoluto rilievo.

I mutamenti normativi degli ultimi decenni hanno avuto un ruolo significativo, a partire dalla Legge n. 40 del 1998 e dal Testo unico sull'immigrazione, che hanno stabilito le basi per la disciplina dell'ingresso e del soggiorno in Italia di lavoratori stranieri, sia subordinati che autonomi.

Oltre il 60% dell'incremento degli stranieri registrato tra il 1992 e il 2000 è ascrivibile a soggetti che si sono avvalsi della regolarizzazione prevista con il DL 489/95 (Decreto Dini) e della successiva regolarizzazione avviata con il DPCM del 16 ottobre 1998. Il forte aumento dei permessi al 1° gennaio 2004 risente degli effetti prodotti dalle Leggi n. 189/02 e n. 222/02, con le quali sono state regolarizzate circa 650mila posizioni lavorative. Le regolarizzazioni sono state quindi un fattore determinante della crescita dei lavoratori e degli imprenditori stranieri.

L'immigrazione tende ad adeguarsi alle opportunità economiche e strutturali offerte dal nostro Paese, indirizzandosi verso quei settori lavorativi che esercitano maggior attrazione.

La figura dell'immigrato imprenditore diventa allo stesso tempo sintomo di integrazione sociale e di sostegno allo sviluppo economico locale, contribuendo in misura significativa all'espansione del mercato del lavoro. La natura frammentata del tessuto imprenditoriale italiano, costituito per lo più da imprese di piccole dimensioni, e la reticenza da parte della popolazione locale a svolgere determinati lavori, hanno creato opportunità importanti per gli stranieri residenti nel nostro Paese, molti dei quali hanno avuto la possibilità di avviare un'azienda in proprio.

Ad oggi, il numero di imprenditori di origine non italiana è ancora esiguo, ma i dati mettono in evidenza una forte tendenza alla crescita che, nel tempo, condurrà alla multietnicità della piccola imprenditoria che opera sul territorio nazionale.

In questo capitolo verrà analizzato l'andamento dell'imprenditoria straniera in Italia e in Piemonte attraverso i dati contenuti del Registro delle imprese delle Camere di commercio, che forniscono informazioni sul numero delle posizioni imprenditoriali (titolari di impresa, soci, amministratori, rappresentanti legali, e in generale soggetti con ruoli di responsabilità all'interno delle imprese), suddivise per Paese di nascita. Per imprenditori stranieri, in particolare, si intendono quelli nati in un Paese estero.

Le posizioni imprenditoriali sovrastimano per eccesso il numero di imprenditori, in quanto la stessa persona può essere attiva con più cariche in imprese diverse oppure essere socio amministratore in più aziende. I dati appaiono tuttavia indicativi della dimensione della presenza imprenditoriale e possono fornire interessanti informazioni sulla dinamica temporale, sui settori di attività e sulle aree geografiche di provenienza degli imprenditori di origine straniera.

Tenuto conto di questa precisazione e delle cautele nella lettura dei dati che ne deriva, in seguito si parlerà di imprenditori, facendo riferimento alle posizioni imprenditoriali.

Nel 2005, gli imprenditori stranieri presenti sul territorio nazionale superano le 466mila unità. Disaggregando i dati per regione, si nota che la presenza risulta più marcata al nord e al centro. Il Piemonte si colloca al sesto posto dopo Lombardia, Lazio, Emilia Romagna, Veneto e Toscana, e mantiene la sesta posizione anche nelle due sotto-graduatorie degli imprenditori comunitari ed extracomunitari. La percentuale complessiva degli stranieri residenti in Piemonte sul totale italiano è di 7,4% punti percentuale, quota che sale al 7,5% se si considerano esclusivamente quelli di origine extracomunitaria.

Imprenditori stranieri di origine comunitaria ed extracomunitaria in Italia per regione

	Totale stranieri	Totale extracomunitari	% extracomunitari sul totale stranieri	% regionale di stranieri sul totale nazionale	% extracomunitari sul totale nazionale
Abruzzo	13.128	9.726	74,1%	2,8%	2,7%
Basilicata	2.212	1.588	71,8%	0,5%	0,4%
Calabria	10.452	8.164	78,1%	2,2%	2,3%
Campania	24.315	18.796	77,3%	5,2%	5,3%
Emilia Romagna	41.513	33.108	79,8%	8,9%	9,3%
Friuli Venezia Giulia	14.202	10.420	73,4%	3,1%	2,9%
Lazio	47.120	37.342	79,2%	10,1%	10,5%
Liguria	15.024	11.412	76,0%	3,2%	3,2%
Lombardia	101.269	77.563	76,6%	21,7%	21,8%
Marche	13.195	10.211	77,4%	2,8%	2,9%
Molise	2.212	1.462	66,1%	0,5%	0,4%
Piemonte	34.325	26.729	77,9%	7,4%	7,5%
Puglia	15.236	10.550	69,2%	3,3%	3,0%
Sardegna	8.785	5.854	66,6%	1,9%	1,6%
Sicilia	22.604	15.833	70,1%	4,9%	4,5%
Toscana	40.541	32.425	80,0%	8,7%	9,1%
Trentino Alto Adige	9.182	4.689	51,1%	2,0%	1,3%
Umbria	7.350	5.188	70,6%	1,6%	1,5%
Valle D'Aosta	960	581	60,5%	0,2%	0,2%
Veneto	42.423	34.179	80,6%	9,1%	9,6%
Totale Italia	466.048	355.820	76,3%	100,0%	100,0%

Il numero degli imprenditori di origine non italiana operativi in Piemonte a fine 2005 è pari a 34.325 unità, il 4,7% del totale regionale. Sebbene la quota sia ancora modesta, le dinamiche degli ultimi anni mettono in evidenza come la tendenza alla crescita abbia assunto ritmi di tutto rilievo: nel 2005, l'incremento del numero degli imprenditori stranieri rispetto all'anno precedente è stato dell'11%, mentre rispetto al 2000 la variazione supera i 70 punti percentuale, pari ad un aumento di oltre 14.200 unità.

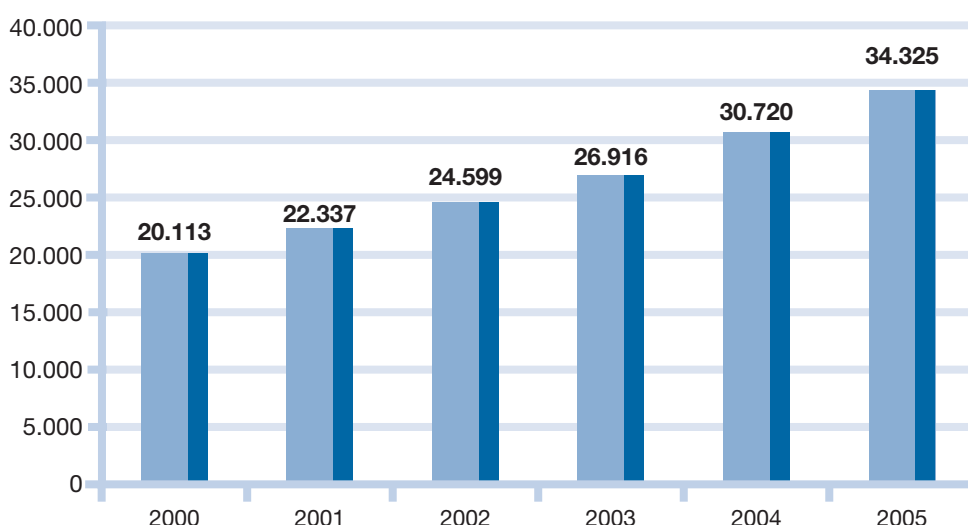
Il dato è ancor più significativo se si considera che il totale degli imprenditori dal 2000 al 2005 è invece cresciuto solo del 2,6% a causa della dinamica della componente di imprenditori italiani che ha registrato un incremento di soli 1,1 punti percentuale.

La scomposizione degli imprenditori stranieri in base al territorio di nascita mette in luce che solo il 22% proviene da un Paese comunitario, mentre il 78% è di origine extracomunitaria. Osservando i due gruppi negli ultimi anni, si osservano dinamiche profondamente differenti.

Gli imprenditori comunitari, sebbene in crescita, hanno manifestato una costante perdita di peso sul totale degli imprenditori stranieri: nel 2000 erano 6.531, il 32% del totale, e ogni anno hanno perso 2 punti percentuale di quota, raggiungendo il 22% del 2005. Gli imprenditori extracomunitari hanno invece realizzato dinamiche fortemente espansive sia in valori assoluti, sia in termini di peso percentuale: nel 2000 erano 13.582, il 67,5 del totale, e hanno raggiunto le 26.729 unità nel 2005, pari al 78% dell'imprenditoria straniera.

Nonostante il trend espansivo, permangono ancora alcune difficoltà nell'avvio di un'attività imprenditoriale da parte di soggetti non italiani, in particolare se extracomunitari. In primo luogo, l'ingresso e il soggiorno in Italia di lavoratori stranieri, sia subordinati che autonomi, sono limitati a quote fissate annualmente; per alcune attività (ad esempio, quelle per cui è necessaria l'iscrizione agli albi professionali) è inoltre richiesto il rispetto di alcuni requisiti previsti dalla legge italiana,

Gli imprenditori stranieri in Piemonte



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

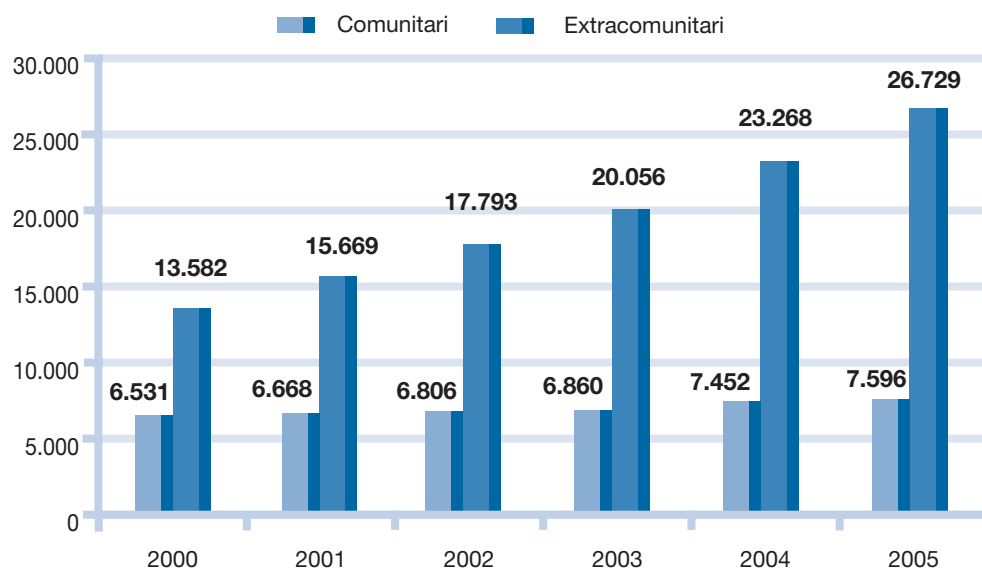
Dati al 31 dicembre di ogni anno

acquisibili con maggiore difficoltà da parte degli extracomunitari. Un esempio sono i titoli di studio acquisiti all'estero, che spesso non vengono riconosciuti nel nostro Paese. In ogni caso, il lavoratore extracomunitario che desidera esercitare un lavoro autonomo in Italia deve dimostrare di possedere un alloggio adeguato e un livello minimo di reddito, secondo quanto indicato dalla legge.

Tra gli imprenditori originari dei Paesi dell'Unione europea a 25, si collocano al primo posto quelli francesi, con 3.027 rappresentanti. Al secondo figurano gli imprenditori tedeschi (circa 1.558), seguiti da quelli della Gran Bretagna (853). Di modesto rilievo l'imprenditoria spagnola (405), quella belga (391) e quella polacca (264).

Tutte le altre nazionalità comunitarie mostrano una presenza minima sul territorio piemontese. Come evidenziato in precedenza, la quota maggioritaria dell'imprenditoria straniera è tuttavia di origine extracomunitaria. Tra i Paesi europei extra-Ue25 che svolgono un ruolo significativo in Piemonte in termini di lavoro autonomo, spiccano la Svizzera (con il 5,3% dell'imprenditoria straniera), l'Albania (6,7%) e la Romania (9,7%). In termini di dinamica, per la Svizzera non si riscontrano variazioni di rilievo, mentre appaiono in forte sviluppo i dati relativi agli imprenditori albanesi (+24,2%) e rumeni (+31,7%)

Imprenditori stranieri di origine comunitaria ed extracomunitaria in Piemonte



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

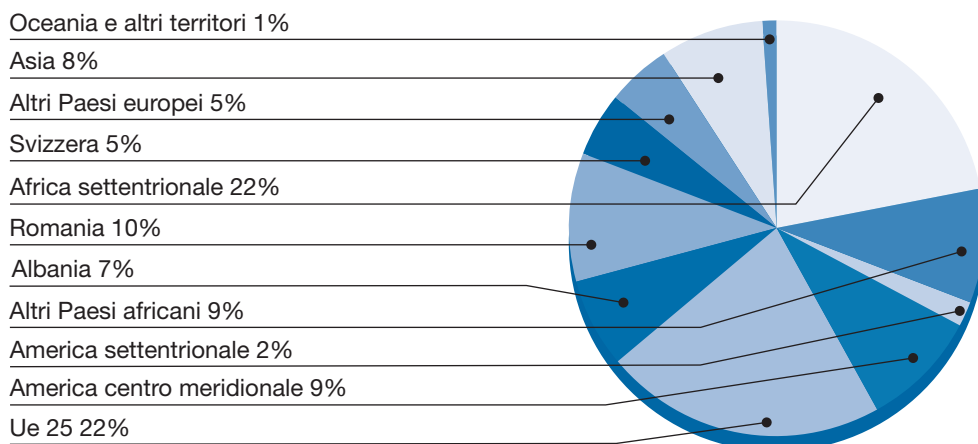
Dati al 31 dicembre di ogni anno

L'Africa settentrionale (Marocco, Tunisia, Algeria, Libia, Egitto) rappresenta la terra nativa del 23% degli imprenditori stranieri attivi in Piemonte, con un incremento del 16% rispetto al 2004.

Il Marocco, in particolare, rappresenta in assoluto la prima nazionalità dei lavoratori autonomi stranieri: gli imprenditori marocchini sono oltre 5.180 e rappresentano il 15% dell'imprenditoria straniera e il 19% di quella extracomunitaria.

Dagli altri Paesi africani proviene l'8,6% degli imprenditori stranieri in Piemonte, con una crescente presenza senegalese e nigeriana.

Imprenditori stranieri di origine comunitaria ed extracomunitaria in Piemonte per aree geografiche di provenienza Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

Il continente asiatico pesa complessivamente il 18,3% del totale e appare in crescita di oltre 15 punti percentuale rispetto al 2004. Passando al territorio americano, emerge come gli imprenditori statunitensi e canadesi generino una quota inferiore al 2% del totale del lavoro autonomo straniero, mentre l'America centro meridionale, tradizionalmente più legata alla nostra regione, è la terra d'origine del 9,1% degli imprenditori stranieri piemontesi, pari a 3.114 unità (il 9,5% in più rispetto al 2004).

Il settore più rappresentato nell'imprenditoria straniera è quello del commercio e del turismo, con 11.618 imprenditori tra comunitari ed extracomunitari, pari al 34% del totale complessivo. In questo settore è maggiore la presenza extra-Ue, con oltre 7.913 attività autonome contro le 1.541 degli imprenditori dell'Ue 25. È notevole anche il numero di imprese edili create da stranieri: complessivamente, nel 2005 se ne contano 7.617, pari ad una quota del 22,2% dell'imprenditoria straniera. Anche in questo settore si evidenzia una più forte presenza extracomunitaria: gli imprenditori edili extra-Ue25 sono 6.914, contro i poco più di 700 di origine comunitaria. Al terzo posto tra i settori produttivi si collocano i servizi alle imprese, con una quota dell'imprenditoria straniera superiore al 17%. In questo comparto, a differenza dei due precedenti, è maggiore la presenza di imprenditori dei Paesi Ue25. Le attività industriali, con 4.228 imprese guidate da soggetti non italiani, pari al 12,3% del totale, si collocano al quarto posto. Nei quattro settori appena esaminati si concentra oltre l'85% degli imprenditori immigrati.

Si segnala poi che le 1.255 imprese dei servizi alle persone e le 911 aziende agricole rappresentano rispettivamente il 3,7% e il 2,7% del totale.

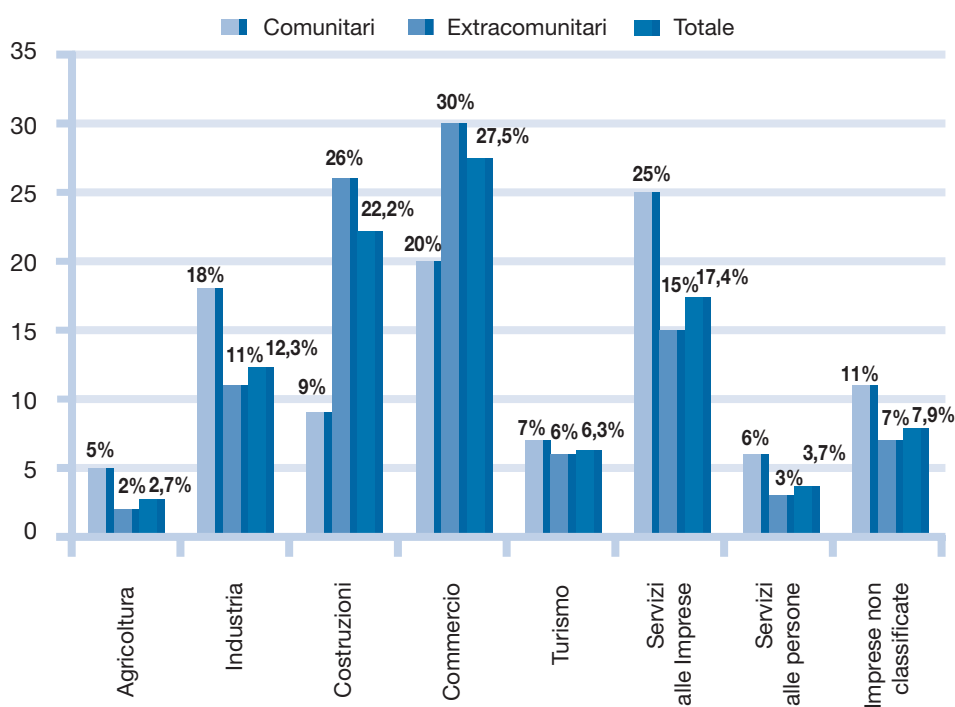
La scelta del lavoro autonomo può dipendere da fattori diversi, che vanno da una predisposizione all'imprenditorialità, ad un più agevole accesso ad alcune attività indipendenti rispetto al lavoro dipendente, nonché alle maggiori gratificazioni che possono derivare da un'attività propria. La scelta del settore può dipendere, oltre che dalla percezione delle migliori opportunità di affari e, in alcuni casi, dal basso investimento iniziale, dalla conoscenza del comparto e dall'esperienza già acquisita in passato. In alcuni casi, l'attività avviata è indirizzata a colmare esigenze provenienti dalla stessa

comunità straniera residente sul territorio piemontese, come può succedere, ad esempio, per servizi di ristorazione, di traduzione o di trasferimento di denaro.

È interessante incrociare in maniera più analitica i dati relativi ai settori di attività con quelli dei Paesi d'origine degli imprenditori, poiché ne emerge un'effettiva specializzazione di alcune etnie in determinati campi. In particolare, se i nord africani (imprenditori marocchini in primis) sono dediti ad attività commerciali, albanesi e rumeni si dedicano invece al campo dell'edilizia. Gli imprenditori cinesi sono per lo più occupati in attività commerciali, nella ristorazione e nel comparto manifatturiero della produzione di articoli di vestiario, mentre i giapponesi si rivolgono essenzialmente al settore delle macchine e apparecchi meccanici. Statunitensi e canadesi sono principalmente presenti nei servizi, mentre i sud americani si occupano di attività commerciali, edili e di servizi alle imprese.

Esiste anche uno stretto rapporto tra l'area di origine (comunitaria o extracomunitaria) e la forma giuridica assunta dall'impresa in cui opera l'imprenditore straniero. Gli imprenditori comunitari si indirizzano soprattutto verso la società di persone (il 37%) e le società di capitali (il 32%), sintomo di una maggiore strutturazione dell'attività imprenditoriale. Le imprese individuali rappresentano il 27%, mentre le altre forme, tra le quali figurano anche le cooperative, costituiscono solo il 4% del totale dell'imprenditoria comunitaria.

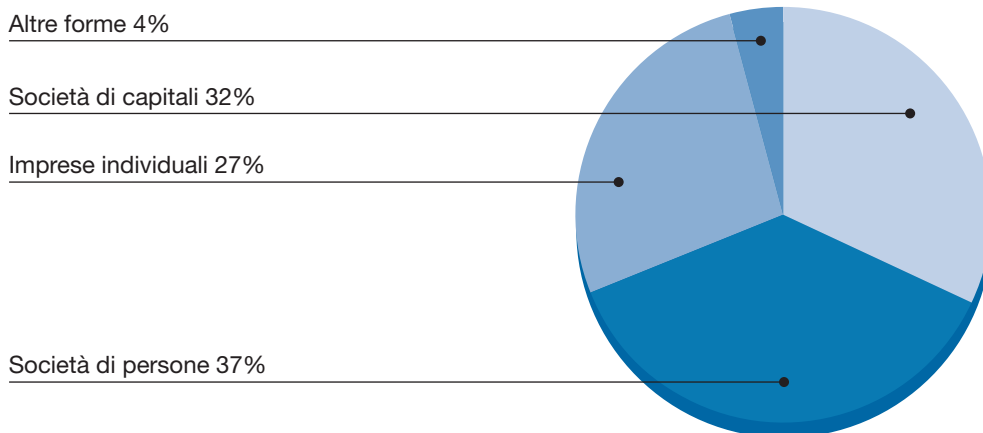
Imprenditori stranieri di origine comunitaria ed extracomunitaria in Piemonte per settore di attività Anno 2005 (dati % sul totale di ciascuna categoria)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

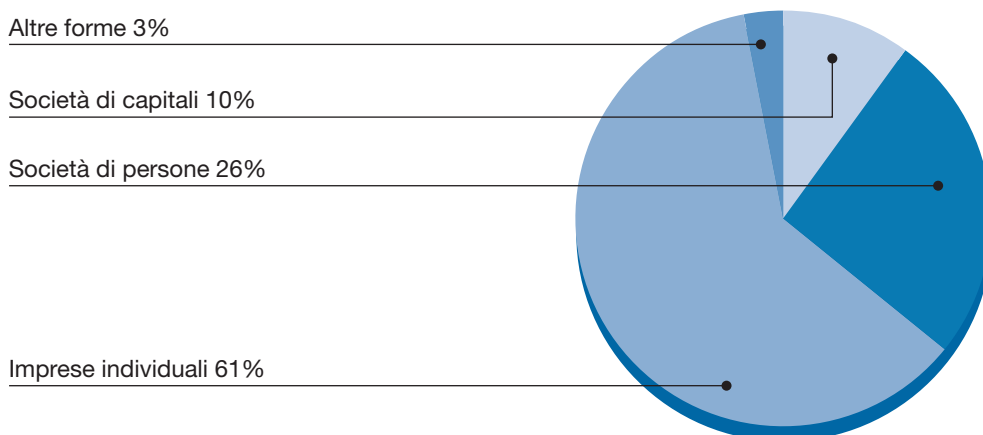
Dati al 31 dicembre 2005

Imprenditoria comunitaria Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

Imprenditoria extracomunitaria Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

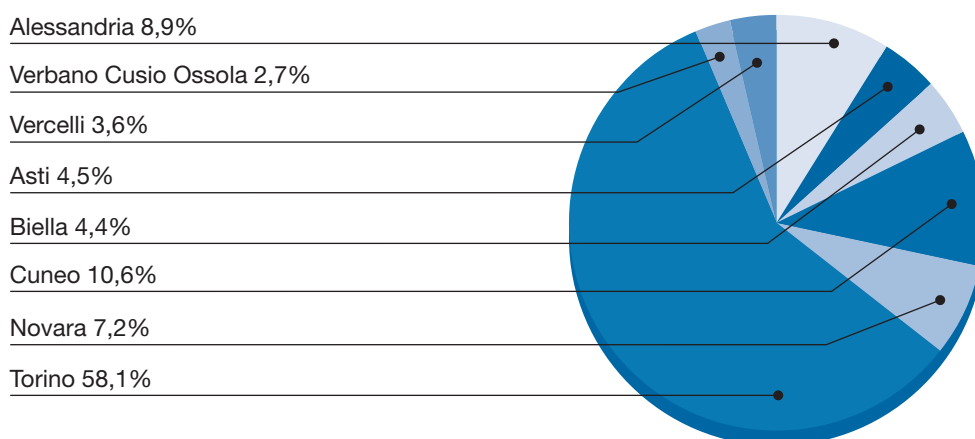
Gli imprenditori extracomunitari, anche a causa della specializzazione settoriale nel commercio e nell'edilizia, scelgono invece la forma dell'impresa individuale nel 61% dei casi e la società di persone nel 26% dei casi, mentre le società di capitali rappresentano una quota del 10%. Le altre forme occupano una fetta residuale, pari a 3 punti percentuale.

Passando al dettaglio provinciale, emerge subito chiaramente come il capoluogo piemontese ospiti la maggior parte degli imprenditori stranieri presenti nella regione: il 58% delle attività autonome avviate da imprenditori non italiani ha infatti sede a Torino. Questo fenomeno trova spiegazione, da un lato, nella maggiore presenza complessiva di stranieri in questa provincia e, dall'altro, nelle più ampie possibilità offerte da una città grande in termini di sviluppo di nuove realtà imprenditoriali. Gli imprenditori comunitari del torinese ammontano a 4.359, mentre quelli

extracomunitari superano le 15.500 unità: complessivamente, rappresentano il 5% del totale degli imprenditori presenti sul territorio provinciale. Tra i settori più ambiti, spiccano il comparto del commercio e quello delle costruzioni.

La seconda provincia per presenza di imprenditorialità straniera è Cuneo, con oltre 3.640 imprenditori di origine non italiana; seguono Alessandria e Novara rispettivamente con l'8,9% e il 7,2% del totale regionale. Le altre province rappresentano, prese singolarmente, quote inferiori al 5%.

In imprenditori stranieri per provincia Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

I numeri dell'imprenditoria straniera in Piemonte al 30 giugno 2006

Totale imprenditori stranieri: 36.395

Imprenditori comunitari: 7.687

Imprenditori extracomunitari: 28.708

Peso % degli imprenditori stranieri sul totale: 4,7%

Primo settore: commercio con 10.100 imprenditori stranieri

Prima nazionalità: Marocco con 5.816 Imprenditori

1.7 GLI STRANIERI IN PIEMONTE

Il fenomeno migratorio ha assunto un'importanza crescente nello sviluppo economico dei Paesi europei già dal primo dopoguerra. Le società delle economie avanzate hanno infatti subito dei profondi cambiamenti che hanno fatto emergere con forza il problema demografico: la popolazione di origine straniera esercita un ruolo fondamentale proprio in questa direzione, portando in attivo il saldo demografico di Paesi che, come l'Italia, altrimenti registrerebbero un valore negativo.

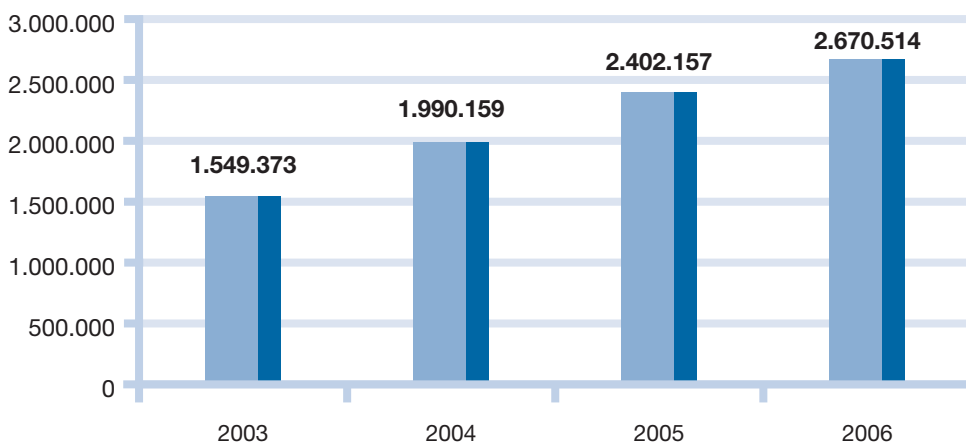
La crescita del fenomeno migratorio ha condotto l'Ue ad affrontare una serie di questioni quali l'immigrazione legale e clandestina, il diritto d'asilo, il declino demografico e la spesa previdenziale: il rallentamento della crescita della popolazione locale e il conseguente aumento dell'età media mette infatti in difficoltà la capacità di supportare i sistemi di welfare vigenti. La politica dell'Ue è indirizzata a bilanciare gli interessi degli immigrati, dei loro Paesi d'origine e degli stessi Stati europei poiché, in un ottica economica di breve periodo, i flussi migratori in entrata risultano imprescindibili per affrontare il declino demografico e per sostenere lo sviluppo di alcuni settori a carenza di manodopera locale, come l'agricoltura, l'edilizia e alcuni servizi alla persona.

Gli aspetti dell'integrazione necessitano quindi di un'attenzione sempre maggiore, poiché è proprio su questo campo che si gioca lo sviluppo di una società multietnica.

L'Italia occupa un posto rilevante nello scenario internazionale in materia d'immigrazione: sebbene non abbia ancora raggiunto i livelli di Germania, Francia, Spagna e Regno Unito, non è più un Paese di recente immigrazione, in quanto gli arrivi di stranieri continuano da almeno tre decenni, come dimostra la crescente presenza, nelle scuole italiane, di bambini nati nel nostro Paese da genitori stranieri. L'inserimento della popolazione straniera, non solo nel mondo scolastico ma anche in quello del lavoro, dimostra come l'immigrazione sia diventata un elemento strutturale della nostra società.

Il numero degli stranieri presenti in Italia al 1° gennaio del 2006 ammonta a 2.670.514, l'11,2% in più rispetto all'anno precedente. La crescita, sebbene rilevante, è leggermente inferiore a quella del 2005 e del 2004: in quegli anni, grazie ai provvedimenti di regolarizzazione, numerosi cittadini stranieri,

Popolazione straniera residente in Italia



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

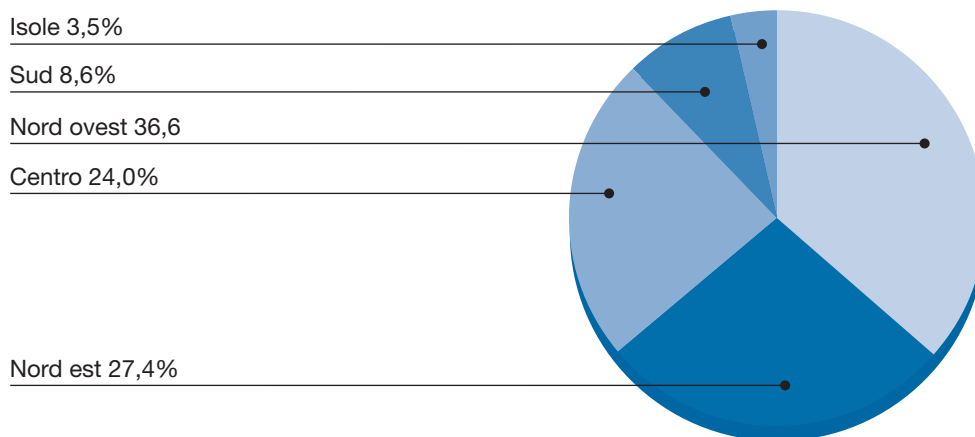
Dati al 1° gennaio di ogni anno

già insediati sul territorio italiano in maniera irregolare, avevano potuto sanare la propria posizione e iscriversi all'anagrafe, incrementando in misura "gonfiata" il numero delle nuove presenze.

Aumentano anche le nascite di bambini figli di genitori stranieri, che non si possono più definire immigrati. I bambini "stranieri" nati in Italia nel 2005 sono 51.971 e rappresentano il 9,4% del totale delle nascite nel nostro Paese. La popolazione di origine estera è quindi prettamente giovane: il saldo naturale è positivo per 48.838 unità, il 6,2% in più rispetto al 2004. Il dato importante non è rappresentato tanto dalla crescita tendenziale, quanto dal confronto con il saldo naturale della popolazione italiana, in rosso per oltre 61.120 unità. È proprio la dinamica positiva della componente straniera, quindi, a sostenere la crescita della popolazione complessiva: l'incidenza percentuale della popolazione estera sul totale è salita dal 4,1% di inizio 2005 al 4,5% di fine anno.

Per quantificare correttamente la popolazione immigrata non è più sufficiente valutare soltanto la divisione tra popolazione italiana e non, poiché negli anni ha assunto un'importanza crescente il fenomeno delle acquisizioni di cittadinanza. Nel 2005, gli stranieri che hanno ottenuto la cittadinanza italiana sono stati oltre 28.600, circa il doppio rispetto all'anno precedente. La maggior parte delle acquisizioni avviene attraverso il matrimonio tra un coniuge italiano e uno straniero (in questo caso, le acquisizioni sono per lo più femminili), mentre la cittadinanza per naturalizzazione (concessa dopo almeno 10 anni di residenza continuativa in Italia) rappresenta il 15% dei casi.

Popolazione residente in Italia per ripartizione geografica



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Dati al 1° gennaio 2006

La distribuzione territoriale evidenzia una maggiore presenza di stranieri laddove le possibilità lavorative sono maggiori. Il nord ovest ospita il 36,6% della popolazione straniera, seguito dal nord est con il 27,4%; il centro Italia accoglie il 24% degli immigrati, mentre il sud si limita ad un 8,6% e le isole partecipano con una quota residuale di 3,5 punti percentuale.

Gli immigrati si concentrano nei grandi centri abitati: i capoluoghi regionali, specialmente quelli del nord, sono infatti ai primi posti per presenza straniera. La Lombardia spicca con circa il 30% della popolazione immigrata: solo a Milano si concentra il 10% degli stranieri presenti in Italia.

In termini di incidenza percentuale sul totale della popolazione, le regioni che, oltre alla Lombardia (con il 7,0%), attraggono maggiormente gli immigrati sono l'Emilia Romagna (6,9%) e il Veneto (6,9%) nel nord e l'Umbria (6,8%) al centro, mentre al sud solo l'Abruzzo registra un peso significativo della componente straniera sul totale della popolazione residente (il 3,4%).

Per quanto riguarda il Piemonte, la popolazione immigrata è in crescita, anche se l'incidenza percentuale sul totale, pur in linea con il dato nazionale, risulta ancora significativamente inferiore alla media del nord ovest. Il Piemonte è meta di flussi migratori da oltre un trentennio e, anno dopo anno, è sempre più evidente come il fenomeno abbia assunto un carattere strutturale.

Gli immigrati sono inseriti pienamente nel tessuto economico e sociale della regione, come emerge dai dati relativi alla presenza di studenti stranieri nelle scuole, di dipendenti e imprenditori stranieri nel mondo del lavoro e di attività e spazi culturali in ambito sociale.

Secondo i dati forniti dall'Istat, gli stranieri in Piemonte al 1° gennaio 2006 sono 231.611, il 23,7% di quelli presenti nel nord ovest e l'8,7% del totale degli immigrati in Italia.

La componente di immigrazione maschile (115.746 unità) è stata superata da quella femminile (115.865); storicamente le donne emigravano per matrimoni o ricongiungimenti familiari, mentre negli ultimi anni si trasferiscono sempre di più anche per motivi di lavoro.

Complessivamente, la popolazione straniera ha manifestato un trend crescente, registrando una variazione positiva di 11 punti percentuale rispetto all'anno precedente.

Da quali Paesi provengono gli immigrati piemontesi? Se negli anni Novanta le etnie maggiormente presenti nella regione erano quelle nord africane e dell'Asia centro orientale, nel nuovo millennio sono cresciuti in misura consistente i flussi migratori provenienti dall'est europeo che, da solo, rappresenta la terra d'origine del 46% degli stranieri in Piemonte.

A livello nazionale, gli immigrati Ue sono il 47% e quelli dell'area centro orientale il 37%, quasi il 10% in meno rispetto all'incidenza dimostrata in Piemonte, sintomo che la regione rappresenta una meta ambita per queste etnie. Tra le diverse nazionalità, spicca quella rumena con oltre 53.000 persone, seguita dalla componente albanese con oltre 33.730 unità.

Popolazione straniera in Piemonte e in Italia per area di nascita

	Piemonte		Italia	
	valore assoluto	% sul totale stranieri	valore assoluto	% sul totale stranieri
Europa	122.477	52,9%	1.261.964	47,3%
<i>Europa centro orientale</i>	107.482	46,4%	1.025.874	38,4%
Africa	70.011	30,2%	694.988	26,0%
<i>Africa settentrionale</i>	55.130	23,8%	484.900	18,2%
Asia	18.084	7,8%	454.793	17,0%
<i>Asia orientale</i>	13.369	5,8%	234.991	8,8%
America	20.899	9,0%	255.661	9,6%
<i>America centro meridionale</i>	20.163	8,7%	238.882	8,9%
Oceania	120	0,1%	2.486	0,1%
Apolidi	20	0,0%	622	0,0%
Totale	231.611	100,0%	2.670.514	100,0%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Dati al 1° gennaio 2006

Anche la presenza africana è più forte in Piemonte rispetto alla media italiana: nella regione vivono oltre 70mila immigrati provenienti dall’Africa, pari al 30% della popolazione straniera. Tra le varie nazionalità africane, quelle del nord sono le più rappresentate: Marocco, Tunisia, Egitto, Algeria, Libia e Sudan, complessivamente, danno i natali al 23% degli stranieri che vivono in Piemonte. Il Marocco si pone al primo posto con 46.753 persone, seguito da Senegal, Tunisia, Nigeria ed Egitto.

I 18.084 asiatici pesano poco meno dell’8% degli immigrati piemontesi, dato notevolmente più basso rispetto a quello di altre regioni italiane. A livello nazionali, gli stranieri provenienti dall’Asia sono circa 450.800, il 17% del totale degli immigrati nazionali.

La componente orientale dell’immigrazione asiatica è proporzionalmente più forte in Piemonte (5,3%) rispetto al dato italiano (8,8%), con una maggioranza di cinesi, filippini e indiani.

L’America contribuisce all’immigrazione in Piemonte con circa 20.900 persone, di cui oltre 20.160 provenienti dal sud. Tra le nazionalità prevalenti figurano quella peruviana, equadoregna, brasiliana e argentina. Complessivamente, gli stranieri provenienti dal nuovo continente pesano il 9% a livello regionale e il 9,6% a livello italiano; i sudamericani sono l’8,7% degli immigrati piemontesi e l’8,9% di quelli italiani.

Uno scarso rilievo assumono, infine, gli stranieri provenienti dall’Oceania e gli apolidi.

Il Dossier statistico Immigrazione Caritas/Migrantes analizza alcuni aspetti di rilievo per capire meglio il fenomeno migratorio. Secondo i dati di fonte Ministero dell’Interno e Istat, i visti concessi in Piemonte nel 2005 sono di poco superiori ai 15.700; il 41% è un visto d’inserimento concesso per motivi di lavoro, il 52% per motivi familiari, il 6% per studio, lo 0,3% per motivi religiosi e lo

Stranieri in Piemonte: prime 20 nazionalità

	Maschi	Femmine	Totale
Romania	25.709	27.298	53.007
Marocco	27.491	19.262	46.753
Albania	18.509	15.225	33.734
Cina	4.660	4.180	8.840
Perù	2.747	4.955	7.702
Macedonia	2.850	2.255	5.105
Ucraina	719	3.684	4.403
Senegal	3.591	751	4.342
Tunisia	2.782	1.522	4.304
Moldova	1.628	2.553	4.181
Filippine	1.356	2.031	3.387
Ecuador	1.198	2.116	3.314
Francia	1.271	2.020	3.291
Nigeria	943	2.336	3.279
Egitto	2.115	1.078	3.193
Brasile	993	2.077	3.070
Polonia	585	1.432	2.017
Germania	802	1.124	1.926
Costa d’Avorio	1.012	854	1.866
Bosnia Erzegovina	963	835	1.798

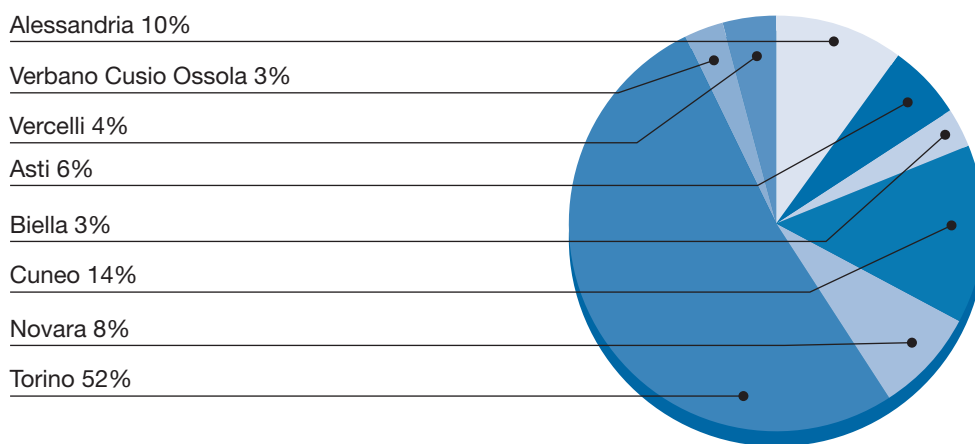
0,3% per residenza elettiva. Questi dati avvalorano l'ipotesi di un passaggio da un'immigrazione esclusivamente dovuta a motivazioni lavorative ad un'immigrazione da popolamento, a conferma della natura ormai strutturale del fenomeno.

Torino, con 118.284 immigrati, si conferma al primo posto nella graduatoria regionale per presenza straniera, seguita da Cuneo con una quota del 14% sul totale piemontese. In terza posizione si colloca Alessandria con oltre 24.300 stranieri, pari al 10% del totale regionale; Novara è quarta con l'8%, seguita da Asti con il 6%. Vercelli, Biella e il Verbanco Cusio Ossola registrano valori più ridotti. Le dinamiche registrate nel 2005 non hanno mutato significativamente le diverse realtà provinciali, poiché la popolazione immigrata è ormai radicata nel tessuto economico locale. Come negli anni precedenti, anche per il 2005, le prime tre nazionalità per il capoluogo regionale e per le province di Alessandria, Asti, Biella, Cuneo e Vercelli sono quella marocchina, albanese e rumena.

Al quarto posto si evidenzia qualche novità: ad Alessandria si registra la presenza equadoregna, ad Asti e a Cuneo quella macedone, mentre Biella ospita emigrati filippini, Torino vede un forte afflusso di peruviani e a Vercelli approdano i cinesi. Per quanto riguarda il Verbanco Cusio Ossola e Novara si rileva una crescente presenza ucraina, prettamente femminile.

Passando dal valore assoluto del numero di stranieri presenti sui diversi territori al peso che tale valore esercita sul totale della popolazione provinciale, emerge come il territorio con l'incidenza maggiore di immigrati sia Asti, con il 6,3%.

Stranieri in Piemonte per provincia



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

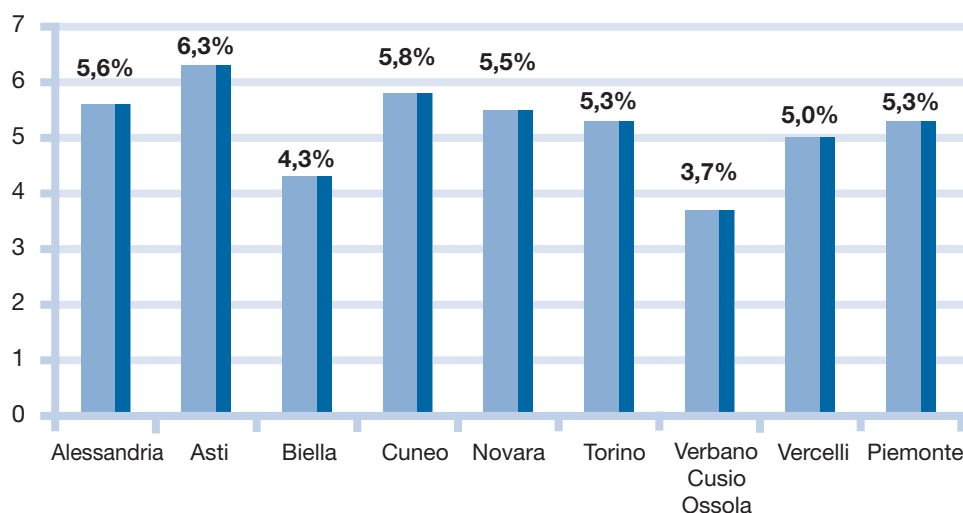
Dati al 1° gennaio 2006

Superano la media regionale (pari al 5,3%) anche Cuneo (5,8%), Alessandria (5,6%) e Novara (5,5%). A Torino si registra un dato in linea con la media piemontese, mentre la provincia di Biella con il 4,3% e il Verbanco Cusio Ossola con il 3,7% manifestano l'incidenza più bassa.

I dati relativi al numero di stranieri residenti in Italia, in Piemonte e nelle province piemontesi hanno confermato quindi, anche per il 2005, il trend crescente manifestano negli anni precedenti.

Il progressivo aumento del peso della popolazione straniera in tutte le diverse realtà territoriali evidenzia come sia sempre più necessario affrontare questo fenomeno in maniera strutturale, per riuscire ad agevolare l'integrazione e la partecipazione alla vita sociale e lavorativa da parte della popolazione immigrata.

Incidenza % degli stranieri sul totale della popolazione piemontese per provincia



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Dati al 1° gennaio 2006

1.8 IL TURISMO INTERNAZIONALE IN PIEMONTE

In base ai dati forniti dall'Osservatorio turistico regionale, nel 2005 gli arrivi di turisti che hanno raggiunto il Piemonte per trascorrervi almeno una notte sono stati 3.289.398, il 14,5% in più rispetto al 2004, mentre le presenze (ovvero il numero di turisti moltiplicato per i pernottamenti) hanno superato per la prima volta il tetto dei 10 milioni, con un incremento del 9,3%.

La crescita è stata significativa tanto per i turisti italiani (+15,1% e +8,3% in termini di arrivi e presenze), quanto per quelli provenienti da oltre confine, con incrementi di arrivi e presenze pari rispettivamente a 13,6 e 10,6 punti percentuale. È invece rimasto pressoché invariato il tempo di permanenza, con una media di poco superiore ai 3 giorni.

L'ottima performance realizzata dalla struttura recettiva piemontese si colloca in un contesto nazionale caratterizzato da una dinamicità decisamente inferiore. Complessivamente, il turismo in Italia nel 2005 è cresciuto di 2,7 punti percentuale rispetto all'anno precedente, dal lato sia delle presenze, sia degli arrivi, con una crescita più sostenuta della componente estera: gli arrivi di turisti stranieri sono aumentati del 3,6%, contro un incremento del 2% di quelli italiani.

Il 41,4% dei turisti giunti in Piemonte nel 2005 proviene da oltre confine, mentre le presenze straniere costituiscono il 43,7% di quelle complessivamente registrate nella regione.

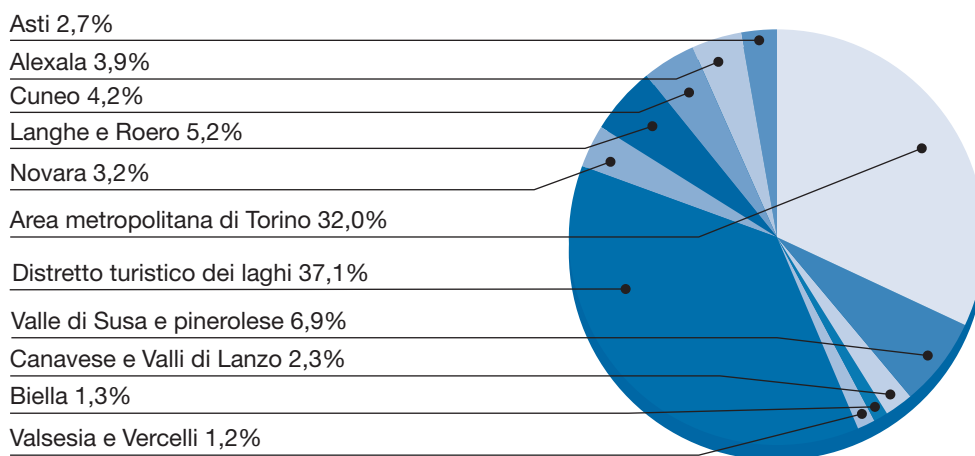
In linea con quanto osservato per l'anno precedente, anche nel 2005 il turismo estero predilige le sistemazioni alberghiere, che hanno ospitato l'82,2% degli arrivi e il 67,8% delle presenze, con crescite rispetto al 2004 rispettivamente pari a 17,1 e 13,4 punti percentuale; negli esercizi complementari l'incremento è stato invece più contenuto (+0,1% e +5,2% rispettivamente).

La dinamica positiva manifestata dal turismo internazionale è risultata particolarmente accentuata nella provincia di Torino, con un incremento delle presenze straniere di oltre 27 punti percentuale, frutto dell'interesse che la città ospite dei Giochi olimpici invernali 2006 ha suscitato nei turisti provenienti da oltre confine ancor prima dell'evento stesso. In crescita anche le presenze nelle province di Alessandria (+10,4%), Cuneo (+8,2%), Novara (+5,8%) e Vercelli (+1,9%), mentre sono risultate stabili rispetto al 2004 le presenze straniere nei siti turistici delle province di Asti e del Verbano Cusio Ossola. Subiscono invece una battuta d'arresto le presenze estere nella biellese (-7,9%).

La distribuzione degli arrivi e delle presenze nelle Atl piemontesi rivela come la meta preferita dai turisti stranieri sia, anche nel 2005, il Distretto turistico dei laghi, che ha ospitato il 37,1% degli arrivi e il 44,9% delle presenze, pur non presentando dinamiche positive rispetto all'anno precedente. Segue nella graduatoria l'Area metropolitana di Torino, che prosegue il trend positivo con una crescita degli arrivi di 37,5 punti percentuale ed un incremento delle presenze altrettanto sostenuto (+26,5%). In terza posizione, a conferma dell'influenza esercitata dall'evento olimpico, la Valle di Susa e il pinerolese, che hanno accolto il 6,9% degli arrivi e l'11,1% delle presenze estere, con uno sviluppo sostenuto di entrambi gli indicatori.

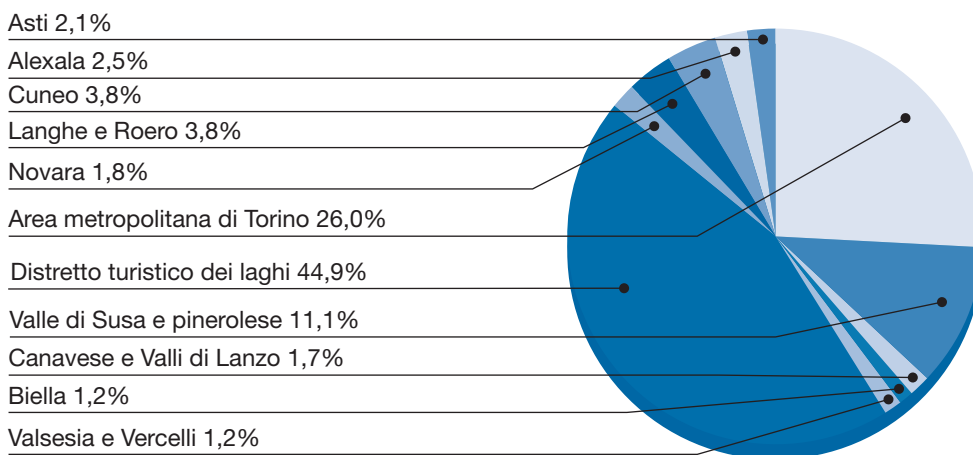
Le Langhe e il Roero mantengono il quarto posto, con uno sviluppo degli arrivi e delle presenze di turisti stranieri rispettivamente pari a 3,3 e 7,3 punti percentuale. Al quinto posto si colloca Cuneo, che ha ospitato il 3,8% delle presenze da oltre confine, con un aumento pari al 9,2% sul 2004. Andamenti piuttosto dinamici si sono rilevati anche per le Atl di Alexala e Asti, e si mostra in decisa ripresa anche Novara (+61,7% per gli arrivi e +27,4% per le presenze). L'afflusso di turisti stranieri nelle Atl delle Valli di Lanzo e del Canavese, di Valsesia e di Vercelli presenta dinamiche

Distribuzione degli arrivi di turisti stranieri nelle Atl piemontesi Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Osservatorio turistico regionale

Distribuzione delle presenze straniere nelle AtI piemontesi Anno 2005



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Osservatorio turistico regionale

positive, mentre il biellese, come già osservato in precedenza, è protagonista di una consistente caduta nel livello tanto degli arrivi quanto delle presenze.

Quanto alla durata media del soggiorno nelle AtI, il Distretto turistico dei laghi e la Valle di Susa mostrano il tempo di permanenza più elevato, a testimonianza delle differenti motivazioni che spingono i visitatori a recarsi nelle diverse AtI: gli stranieri che prediligono le due aree citate vi si recano puramente per turismo.

Nel complesso della struttura recettiva piemontese, il mercato tedesco si conferma, anche nel 2005, come il più rilevante per la regione, pur presentando un trend negativo (-12,1% e -12,5% rispettivamente dal lato degli arrivi e delle presenze). Seguono le provenienze inglesi ed olandesi, che coprono rispettivamente l'11,9% ed il 10,7% delle presenze complessive, con una crescita di 11,4 e 21,3 punti percentuale rispetto al 2004. A differenza del turismo tedesco e olandese, che predilige le sistemazioni in esercizi complementari, quello inglese privilegia le strutture alberghiere. Il tempo medio di permanenza è al di sopra della media regionale, tanto per i viaggiatori tedeschi (3,9 giorni), quanto per quelli inglesi ed olandesi (rispettivamente 4,1 e 5,6 giornate).

Al quarto posto per incidenza sui movimenti turistici complessivi si collocano i visitatori francesi, che coprono il 10% delle presenze, con una flessione di oltre 8 punti percentuale sul 2004.

I turisti provenienti dalla Francia permangono, in media, 2,3 giorni in Piemonte, privilegiando le sistemazioni negli esercizi tradizionali.

Rilevanti anche i flussi di visitatori svizzeri e statunitensi, entrambi protagonisti di una crescita significativa nel corso del 2005: le presenze di viaggiatori americani, in particolar modo, hanno realizzato uno sviluppo superiore ai 53 punti percentuale.

Cresce significativamente anche il turismo proveniente da Austria (+44%), Spagna (+21 punti percentuale) e soprattutto dal Giappone (+54% di presenze giapponesi in Piemonte).

L'analisi delle destinazioni rivela come la meta preferita da tedeschi e olandesi sia il Distretto turistico dei laghi (dove si registrano il 78,5% e il 78,6% delle presenze delle due nazionalità);

Movimenti turistici degli stranieri in Piemonte

	Valori assoluti 2005			Variazioni 2005/2004		
	alberghiero	extra alberghiero	totale	alberghiero	extra alberghiero	totale
Presenze						
Area metropolitana di Torino	960.990	200.075	1.161.065	28,1%	19,6%	26,5%
Valle di Susa e pinerolese	417.481	78.561	496.042	25,0%	62,0%	29,7%
Canavese e Valli di Lanzo	67.200	7.743	74.943	31,1%	-32,2%	19,6%
Biella	38.775	14.056	52.831	-7,6%	-8,7%	-7,9%
Valsesia e Vercelli	31.317	20.638	51.955	-0,2%	5,4%	1,9%
Distretto turistico dei laghi	1.028.060	973.934	2.001.994	0,1%	0,9%	0,4%
Novara	77.922	3.758	81.680	28,3%	10,5%	27,4%
Langhe e Roero	122.942	46.038	168.980	4,8%	14,4%	7,3%
Cuneo	138.727	29.557	168.284	13,1%	-6,2%	9,2%
Alexala	91.878	17.971	109.849	8,3%	22,4%	10,4%
Asti	50.405	42.349	92.754	7,1%	-6,7%	0,3%
Totale Piemonte	3.025.697	1.434.680	4.460.377	13,4%	5,2%	10,6%
Arrivi						
Area metropolitana di Torino	419.393	16.319	435.712	39,1%	6,5%	37,5%
Valle di Susa e pinerolese	79.459	15.138	94.597	26,0%	17,5%	24,6%
Canavese e Valli di Lanzo	28.613	2.735	31.348	61,6%	-19,2%	48,6%
Biella	14.025	3.194	17.219	-7,6%	-5,5%	-7,2%
Valsesia e Vercelli	11.028	5.602	16.630	1,6%	0,8%	1,3%
Distretto turistico dei laghi	353.029	153.032	506.061	-1,4%	-1,9%	-1,6%
Novara	43.048	1.217	44.265	62,3%	43,5%	61,7%
Langhe e Roero	53.874	16.755	70.629	2,4%	6,5%	3,3%
Cuneo	46.839	9.778	56.617	5,9%	-20,8%	0,1%
Alexala	47.781	5.593	53.374	7,1%	34,8%	9,5%
Asti	22.715	13.567	36.282	2,8%	3,7%	3,1%
Totale Piemonte	1.119.804	242.930	1.362.734	17,1%	0,1%	13,6%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Osservatorio turistico regionale

la Valle di Susa e il pinerolese rappresentano la destinazione della maggior parte dei turisti inglesi (con il 38,6% delle presenze), mentre è ancora una volta il Distretto dei laghi ad attirare gran parte dei visitatori francesi. I turisti statunitensi prediligono, infine, l'Area metropolitana Torino, dove si registra il 44,8% delle presenze americane.

Analizzando poi i flussi turistici nelle singole Atl, si osserva come i laghi, le isole e le cittadine del Distretto turistico dei laghi attirino principalmente i tedeschi, che costituiscono il 38,5% delle presenze rilevate in questa Atl, in calo tuttavia di 8,3 punti percentuale rispetto al 2004. I visitatori tedeschi trascorrono, in media, 4,5 giornate sulle rive dei laghi piemontesi (a fronte di una media dell'Atl pari a 4 giornate), privilegiando le sistemazioni in strutture extra-alberghiere.

Seguono le provenienze olandesi e inglesi, entrambe in espansione, e quelle francesi, che sono invece in flessione. Se le strutture alberghiere del Distretto dei laghi rappresentano le sistemazioni preferite da inglesi e francesi, gli olandesi si indirizzano invece verso gli esercizi complementari. L'Area metropolitana di Torino, in un clima di attesa per l'imminente evento olimpico, ha attirato, nel corso del 2005, soprattutto turisti americani (l'11,7% delle presenze dell'Atl), protagonisti di

Movimenti turistici degli stranieri in Piemonte per provenienza

	Valori assoluti 2005		Valori % 2005		Variazioni 2005/2004	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Germania	252.557	981.551	18,5%	22,0%	-12,1%	-12,5%
Regno Unito	131.010	531.647	9,6%	11,9%	15,0%	11,4%
Paesi Bassi	85.556	479.190	6,3%	10,7%	30,2%	21,3%
Francia	195.709	444.976	14,4%	10,0%	-6,0%	-8,5%
Usa	117.201	303.099	8,6%	6,8%	52,5%	53,2%
Svizzera	119.590	299.889	8,8%	6,7%	13,5%	15,9%
Altri Paesi europei	30.406	128.757	2,2%	2,9%	-1,1%	-2,6%
Austria	34.578	112.412	2,5%	2,5%	22,0%	44,0%
Belgio	31.173	100.705	2,3%	2,3%	5,4%	-0,5%
Spagna	36.525	95.978	2,7%	2,2%	20,1%	21,0%
Canada	29.070	71.997	2,1%	1,6%	188,9%	218,0%
Cina	18.032	71.023	1,3%	1,6%	144,1%	87,4%
Giappone	29.837	69.078	2,2%	1,5%	77,4%	54,0%
Danimarca	20.468	59.783	1,5%	1,3%	77,2%	43,5%
Svezia	21.638	55.699	1,6%	1,2%	46,5%	47,9%
Russia	14.296	44.742	1,1%	1,0%	83,3%	60,4%
Israele	16.291	41.966	1,2%	0,9%	36,5%	11,3%
Polonia	10.081	41.956	0,7%	0,9%	-1,6%	17,2%
Norvegia	12.451	32.251	0,9%	0,7%	75,9%	93,4%
Australia	12.016	32.225	0,9%	0,7%	28,7%	49,4%
Altri Paesi dell'Asia	7.965	30.882	0,6%	0,7%	27,6%	29,6%
Finlandia	11.728	30.142	0,9%	0,7%	49,6%	38,4%
Brasile	10.177	30.006	0,7%	0,7%	32,7%	44,9%
Altri Paesi	8.043	28.661	0,6%	0,6%	-31,4%	-27,6%
Portogallo	10.303	24.613	0,8%	0,6%	42,6%	23,2%
Rimanenti	96.033	317.149	7,1%	7,1%	27,9%	24,6%
Totale	1.362.734	4.460.377	100,0%	100,0%	13,6%	10,6%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Osservatorio turistico regionale

un vero e proprio exploit: +113,7% rispetto al 2004. La loro permanenza nel capoluogo piemontese si attesta, in media, sulle 2,6 giornate e avviene per lo più negli esercizi alberghieri tradizionali. Rilevante è stata anche la presenza francese, sebbene in calo di 16 punti percentuale e con una durata media del soggiorno inferiore alla media regionale (2,1 giorni). Cresce invece in misura significativa l'interesse per il torinese da parte dei turisti inglesi, olandesi e spagnoli.

Il 2005 ha rappresentato un anno di notevole espansione anche per la Valle di Susa e il pinerolese, con un incremento delle presenze di quasi 30 punti percentuale e un periodo medio di soggiorno di 5,2 giornate, il più elevato tra le Atl.

Sono stati in primo luogo i turisti inglesi a sostenere questo sviluppo (con il 41,4% delle presenze locali), manifestando un incremento delle presenze che supera il ritmo del 17% e soggiornando negli alberghi delle montagne olimpiche per periodi di circa una settimana. Il turismo francese è protagonista di una caduta nel livello delle presenze anche in questa meta turistica; un trend simile caratterizza il mercato tedesco, mentre si registrano andamenti particolarmente dinamici dei mercati americano e svizzero.

La diffusione del turismo culturale, ambientale ed enogastronomico è alla base delle buone performance ottenute dalle Atl di Langhe e Roero e del cuneese: nella prima area, sono i turisti svizzeri a predominare, coprendo il 27,4% delle presenze, in calo rispetto all'anno precedente, mentre i francesi sono i più interessati ai sapori della provincia di Cuneo, con un moderato incremento delle presenze (+1,1%). Seguono, nella zona delle Langhe e Roero, le provenienze tedesche, francesi, statunitensi ed austriache, mentre sono i turisti tedeschi, austriaci e inglesi i più presenti nel cuneese, con un'impennata del mercato austriaco. In entrambe le Atl il tempo medio di permanenza è al di sotto del livello regionale: il soggiorno dura in media 2,4 giornate nella zona delle Langhe e 3 in quella di Cuneo.

L'alessandrino e l'astigiano incontrano in primo luogo le preferenze dei tedeschi che, nel corso del 2005, coprono il 18,7% e il 24,9% delle presenze ivi registrate, in crescita nella prima zona (+26,3%) e in lieve calo nella seconda (-1%). In entrambe le aree il mercato tedesco fa riferimento al settore alberghiero. Rilevanti, nelle due Atl, anche i flussi di turisti francesi, svizzeri, inglesi ed americani.

Gli stranieri che si recano in provincia di Novara vi stazionano mediamente per meno di 2 giorni: questa Atl detiene il tempo di permanenza più breve tra i territori turistici di interesse.

Nonostante ciò, la crescita sostenuta nel livello degli arrivi e delle presenze ha coinvolto tutti i principali Paesi da cui provengono i turisti di questa zona: Francia (+29%), Germania (+22,4%) e Svizzera (+49,6%).

La crescente importanza del turismo internazionale nel contesto economico richiede sistemi di raccolta dei dati in grado di fornire statistiche affidabili e tempestive.

Per far fronte a questa richiesta, nel 1996 l'Italia ha avviato un'estesa indagine campionaria alle frontiere ("Indagine sul turismo internazionale"), condotta dall'Ufficio italiano cambi.

La tecnica d'indagine adottata consiste nell'intervistare un campione rappresentativo di viaggiatori, residenti e non, in transito alle frontiere italiane, considerando sia le frontiere "geografiche", come i valichi stradali, sia 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, inoltre, tiene conto sia dei "turisti" (viaggiatori con almeno un pernottamento), sia degli "escursionisti" (viaggiatori senza alcun pernottamento), il cui viaggio o visita sia motivato da lavoro, incluso quello stagionale o transfrontaliero, o da motivi personali (vacanze e altre attività ricreative o culturali, visite a parenti e amici, acquisti, pellegrinaggio e altri motivi religiosi, studio, cure mediche o termali, etc.).

In base ai dati forniti dall'Indagine sul turismo internazionale, nel 2005, a fronte di uscite di italiani per viaggi all'estero per un ammontare di 18 miliardi di euro (+9% sul 2004), sono stati spesi nel nostro Paese più di 28 miliardi di euro da parte dei viaggiatori stranieri

- segue -

(-0,7% rispetto all'anno precedente), con un saldo positivo di oltre 10 miliardi di euro, sebbene in flessione di 14 punti percentuale rispetto al 2004.

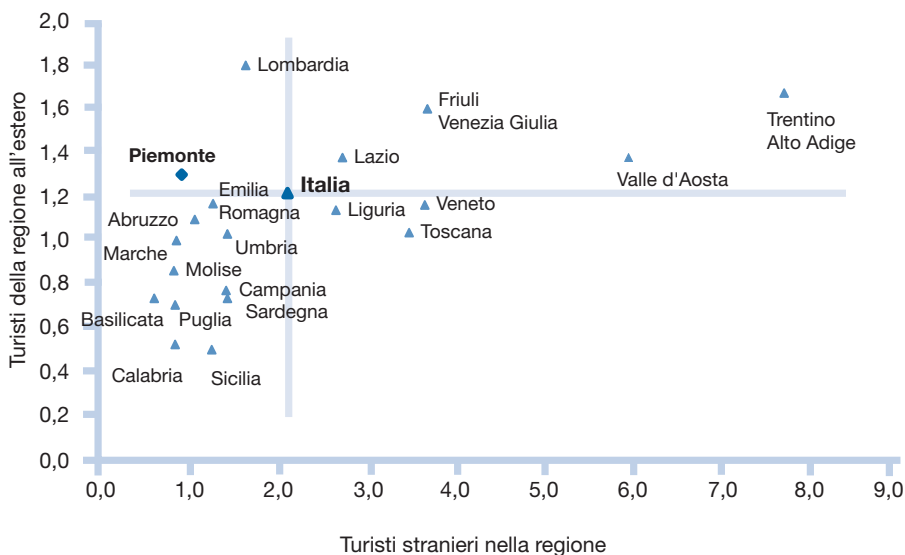
Il numero di viaggiatori in entrata nel Paese è aumentato dell'1,2%, la permanenza media è rimasta stabile e la spesa per viaggiatore è diminuita di 2 punti percentuale, determinando la contrazione della spesa complessiva. Il numero di viaggiatori in uscita è invece aumentato del 6,2% rispetto al 2004, con un incremento della spesa per viaggiatore di circa 2,6 punti percentuale e un'espansione degli esborsi complessivi degli italiani all'estero.

In Piemonte, secondo i dati forniti dall'Ufficio italiano cambi, nel 2005 si registra una bilancia turistica con saldo negativo pari a 432 milioni di euro.

Gli introiti derivanti dai viaggiatori stranieri sono ammontati a 1.107 milioni di euro (+4,2% rispetto al 2004), mentre la spesa dei piemontesi all'estero è risultata pari a 1.539 milioni di euro (+4% sull'anno precedente).

L'incidenza delle spese per viaggi all'estero sul Prodotto interno lordo mostra come in Piemonte gli introiti derivanti dai viaggiatori stranieri rappresentino solo lo 0,9% del Pil regionale, contro il 2,1% a livello nazionale, mentre il peso degli esborsi dei piemontesi per viaggi all'estero (1,3%) è di poco superiore al livello italiano (1,2%).

Spesa per viaggi all'estero nelle regioni italiane (dati in % del Pil)



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Uic

A differenza di quanto rilevato dall'Osservatorio turistico regionale, il numero di viaggiatori in entrata in Piemonte è diminuito del 13,6%, mentre la durata media delle visite è cresciuta, come pure la spesa per viaggiatore (+20,6% rispetto all'anno precedente)⁽¹⁾.

⁽¹⁾ la difformità nei risultati delle due indagini è dovuta alle differenti caratteristiche delle rilevazioni

- segue -

La disaggregazione per tipologia di sistemazione evidenzia una contrazione del numero di viaggiatori che ricorrono a sistemazioni alberghiere e case in affitto e, parallelamente, un aumento nel numero di coloro che prediligono altri tipi di sistemazioni.

Nel 2005 si assiste ad una contrazione comune a tutte le tipologie di turismo: i viaggiatori mossi da motivi personali sono in flessione di 15,6 punti percentuale (mentre la loro spesa complessiva si incrementa del 5,2%), e i viaggi per motivi di lavoro calano del 7,7% (a fronte di un aumento della spesa complessiva di 1,9 punti percentuale).

In base ai dati forniti dall'Ufficio italiano cambi, nel periodo gennaio-luglio 2006 si è registrata un'eccellente crescita del turismo internazionale in Piemonte, con un aumento sia della spesa dei turisti stranieri (+15,3%), sia del numero complessivo di viaggiatori (+29,9%). L'unica nota negativa proviene dal fronte dei pernottamenti, in contrazione di 5 punti percentuale. Appare infine più contenuta la dinamica mostrata dal turismo straniero in Italia: gli introiti e i viaggiatori si incrementano rispettivamente di 9,3 e 9,8 punti percentuale.

1.9 L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA FORMATIVO

L'internazionalizzazione dell'istruzione universitaria è un fenomeno in espansione, come emerge dai dati Ocse, da cui risulta che dal 1998 al 2003 gli studenti stranieri sono aumentati di circa il 50%. La ragione di tale aumento può essere ricercata in tre fattori: in primo luogo, i vantaggi che derivano dalla mobilità ai singoli studenti che, ampliando la propria conoscenza di lingue e culture, aumentano le prospettive di inserimento nel mondo del lavoro; in secondo luogo, i benefici che derivano dall'iscrizione di studenti stranieri agli istituti universitari che, da un lato, sperimentano un incremento degli introiti e, dall'altro, si sentono incentivati a migliorare l'offerta formativa per adeguarla alle esigenze di individui con bagagli culturali differenti.

Un ultimo ordine di fattori va ricercato nell'arricchimento umano e culturale, oltre che economico, derivante al Paese e, in particolar modo, alla città ospitante. La mobilità studentesca può inoltre favorire la costruzione di network sociali, oltre che stimolare la competitività tra i diversi Atenei per la messa a punto di offerte formative capaci di attrarre studenti stranieri.

Tra i molti Paesi che, negli ultimi anni, hanno attuato politiche per l'attrazione di studenti stranieri e l'incentivazione della mobilità, l'Italia non occupa una posizione di rilievo: la scarsa propensione nazionale all'internazionalizzazione del sistema universitario si traduce in una quota di stranieri sul totale degli iscritti pari all'1,9%, inferiore sia alla media dei Paesi Ocse (6,4%), sia alla quota di altri Paesi quali Francia, Germania e Regno Unito, dove gli studenti stranieri costituiscono più del 10% del totale degli iscritti.

Il dato del Piemonte si pone al di sopra della media nazionale, pur non manifestando un marcato scostamento: nell'anno accademico 2005/2006, gli studenti stranieri dei tre Atenei piemontesi superano le 2.300 unità, rappresentando il 2,4% del totale degli iscritti.

Il 67,7% degli studenti non italiani che scelgono il Piemonte quale sede dei loro studi si iscrive presso l'Università degli Studi di Torino, dove la loro incidenza sul totale è del 2,3%; il Politecnico di Torino conta 571 iscritti stranieri, con un peso lievemente superiore alla media regionale (2,8%), mentre sono solo 186 gli iscritti esteri presso l'Università del Piemonte Orientale.

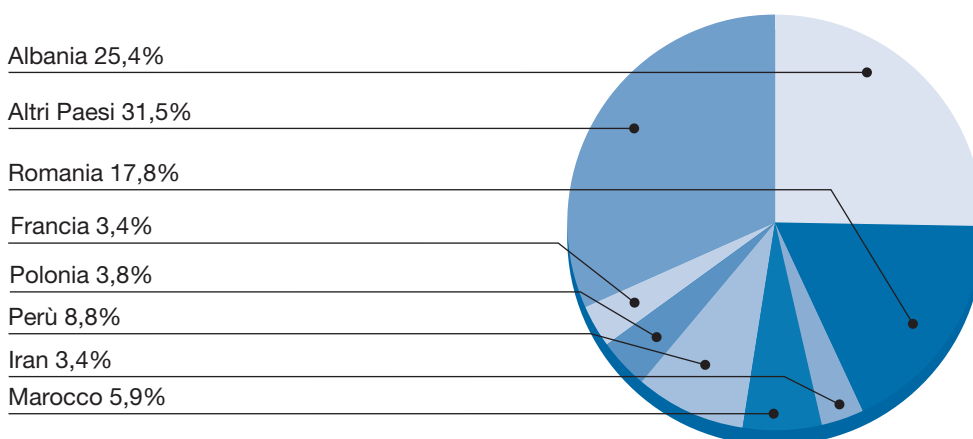
Quanto agli stranieri iscritti al primo anno negli Atenei piemontesi, il loro numero è passato dai 586 dell'Anno accademico 2004-2005 ai 613 dell'anno successivo, con una crescita del 4,6% che, pur avendo coinvolto tutti e tre gli Atenei, è risultata più sostenuta presso l'Università degli Studi (+6,4%). In termini percentuali, gli studenti stranieri del primo anno costituiscono il 3,3% delle "matricole": la quota è simile per l'Università degli Studi e il Politecnico (rispettivamente 3,3% e 3,1%), mentre è leggermente superiore per l'Università del Piemonte Orientale, dove gli immatricolati di cittadinanza straniera rappresentano il 4% del totale.

Studenti stranieri iscritti negli Atenei piemontesi A.a. 2005-2006

	Iscritti stranieri	
	valore assoluto	% sul totale iscritti
Università di Torino	1.586	2,3%
Politecnico di Torino	571	2,8%
Università del Piemonte Orientale	186	2,2%
Totale	2.343	2,4%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Osservatorio regionale per l'Università e per il diritto allo studio universitario

Immatricolati negli Atenei piemontesi per cittadinanza A.a. 2005-2006



Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Osservatorio regionale per l'Università e per il diritto allo studio universitario

La Facoltà con la più alta percentuale di immatricolati di cittadinanza straniera è Medicina e Chirurgia, seguita da Lingue e Letterature Straniere, Medicina e Veterinaria ed Economia.

L'analisi della provenienza geografica degli universitari stranieri rivela come quasi il 70% sia proveniente da soli sette Paesi, con una quota superiore al 50% di studenti che giungono da Albania, Romania, Perù e Marocco. Tra i Paesi dell'area Ue 25, Polonia e Francia rappresentano i principali bacini di provenienza.

Un esame più approfondito degli universitari piemontesi provenienti da oltre confine evidenzia come la presenza femminile superi quella maschile presso l'Università degli Studi e l'Università del Piemonte Orientale, dove le ragazze rappresentano il 69,9% e il 69,6% delle immatricolazioni straniere complessive, mentre al Politecnico prevale la componente maschile, che costituisce il 66,7% degli immatricolati stranieri.

A differenza degli studenti italiani, che sperimentano un picco delle immatricolazioni intorno ai 20 anni (il 65%), l'età modale per gli stranieri è rappresentata dai 21 anni, che concentra tuttavia solo il 20% delle iscrizioni al primo anno di studi, testimoniando come le immatricolazioni straniere siano maggiormente equidistribuite tra le varie classi di età. Nel complesso, l'età media degli iscritti di cittadinanza straniera supera, quindi, quella degli italiani.

L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Gli studenti stranieri presenti negli Atenei piemontesi possono essere distinti tra quelli regolarmente iscritti, che intendono svolgere l'intero percorso di studi universitario in Piemonte, e coloro che, partecipando a programmi di mobilità internazionale, trascorrono solo alcuni mesi in un Ateneo di un Paese straniero.

Tra i progetti di maggior spicco attivati presso l'Università degli Studi di Torino si segnalano i progetti Erasmus e Leonardo.

Erasmus da Rotterdam, celebre umanista del Cinquecento, laureatosi presso l'Università di Torino, ispira il nome del programma Erasmus (European Community action scheme for the mobility of University students): varato dall'Ue nel 1987, il progetto è volto a rafforzare la dimensione europea del sistema universitario, incoraggiando la mobilità di studenti e docenti. Oggi l'Erasmus costituisce una sezione del più recente progetto Socrates che, nato nel 1995, si differenzia dalle precedenti iniziative comunitarie di mobilità per il fatto di coinvolgere in un unico programma di cooperazione europea tutti i livelli d'istruzione. Principio fondamentale del progetto è rafforzare la promozione qualitativa e quantitativa della conoscenza delle lingue straniere dell'Ue al fine di migliorare la solidarietà tra i popoli, nonché la dimensione interculturale dell'istruzione.

Il programma Socrates-Erasmus prevede una collaborazione tra Università per creare, attraverso accordi bilaterali, condizioni nelle quali studenti e docenti possano intraprendere un periodo di studio o insegnamento presso le Università europee o comunque aderenti alle regole della "Carta universitaria Erasmus".

Il progetto Leonardo da Vinci è invece un programma finanziato dall'Unione europea, che ha l'obiettivo di favorire lo sviluppo della cooperazione tra Università e imprese in materia di formazione professionale. Tale programma prevede l'erogazione di un contributo finanziario per coprire parte delle spese sostenute dagli studenti che compiono uno stage presso aziende o organizzazioni in altri Stati appartenenti all'Ue 25 o dello Spazio economico europeo (See).

Gli studenti partecipanti a programmi europei di mobilità internazionale ospitati nell'Anno accademico 2005-2006 presso l'Università degli Studi di Torino sono stati 529, con un incremento di 41,8 punti percentuale rispetto all'anno precedente. Relativamente alla mobilità extraeuropea, sono 25 gli studenti che hanno scelto di trascorrere un periodo di studi nell'Ateneo piemontese, risultando otto volte superiori rispetto all'Anno accademico 2004-2005.

L'Università degli Studi di Torino promuove anche relazioni di cooperazione e di scambio con Atenei europei ed extraeuropei tramite la stipula di numerosi accordi di collaborazione con altre istituzioni straniere. Le principali tipologie sono l'accordo quadro, l'accordo specifico e il protocollo aggiuntivo per scambio studenti: mentre il primo rappresenta una collaborazione di interesse generale dell'Ateneo, stipulata su proposta di due o più strutture, il secondo costituisce una cooperazione specifica su un particolare settore scientifico e viene redatto su proposta di una struttura come protocollo aggiuntivo ad un precedente accordo quadro o come un accordo a sé stante.

L'ultimo tipo di convenzione è un protocollo aggiuntivo ad un accordo specifico per regolare le modalità di scambio studenti (al di fuori degli accordi Socrates-Erasmus).

Nel corso degli ultimi anni, le relazioni con gli Atenei stranieri sono costantemente cresciute e oggi gli accordi in vigore sono 342, contro i 341 del 2005.

La maggior parte delle collaborazioni sottoscritte dall'Università degli Studi di Torino coinvolge partner europei; si tratta in prevalenza accordi specifici, seguiti a breve distanza dagli accordi Isasut (International School of advanced study of the University of Turin). Nel complesso, il 2006 vede tuttavia una riduzione degli accordi di cooperazione con partner europei: 191 contro i 209 dell'anno precedente. Aumentano invece le relazioni con i Paesi dell'America centro meridionale, che rappresenta la seconda area di interesse per l'Ateneo piemontese, attestandosi, nel 2006, a 69 convenzioni, con una netta prevalenza di accordi quadro e accordi specifici. Quest'ultima tipologia di cooperazione è particolarmente utilizzata in Africa, dove si assiste ad un continuo intensificarsi delle relazioni tra le istituzioni locali e quelle piemontesi.

Si rafforzano anche le collaborazioni con gli Atenei del Medio Oriente e dell'Oceania, mentre diminuiscono gli accordi con gli Stati dell'America settentrionale.

Accordi internazionali sottoscritti dall'Università degli Studi di Torino per nazionalità del partner e tipo di accordo Anno 2006

	Accordo Isasut	Accordo quadro	Accordo specifico	Dottorato internaz.	Laurea internaz.	Master internaz.	Protocollo aggiuntivo	Protocollo d'intesa.	Totale
Europa	53	30	57	21	11	2	15	2	191
America settentrionale	3	4	10	1			1		19
America centro merid.	1	29	24		1	1	3	10	69
Medio Oriente	1	2	5	1			1		10
Asia	2	4	7				1	4	18
Africa	2	8	16			1	3	1	31
Oceania			3					1	4
Totale	62	77	122	23	12	4	24	18	342

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Università degli Studi di Torino

Per quanto riguarda le diverse tipologie, nel 2006 si è assistito ad un incremento degli accordi specifici su particolari settori scientifici.

Un ulteriore aspetto dell'internazionalizzazione dell'Università degli Studi di Torino è rappresentato dai due programmi Università italo-francese ed Uni-Cuba.

Istituita a seguito del protocollo firmato a Firenze nel 1998 dai Ministri degli Esteri e dell'Università di Francia e Italia, l'Università italo-francese (Uif) rientra nel programma di internazionalizzazione del sistema universitario italiano; il suo obiettivo primario è il potenziamento della cooperazione universitaria fra i due Paesi, specialmente nell'ambito della formazione continua e della ricerca.

Il comitato Uni-Cuba nasce invece all'interno dell'Università degli Studi di Torino come luogo materiale e ideale nel quale le diverse iniziative di ricerca e di collaborazione a livello universitario e territoriale con la Repubblica di Cuba possono trovare un punto di incontro e di dialogo.

IL POLITECNICO DI TORINO

Il panorama delle relazioni internazionali del Politecnico di Torino ha vissuto, nell'ultimo ventennio, un rilevante sviluppo. 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 europei ed extraeuropei, alle attività di raccordo tra l'Ateneo e l'Ue su progetti di ricerca, formazione, cooperazione e strutturali, sino alla gestione completa degli scambi accademici di studenti, professori e personale dello staff.

Sono oltre 350 gli studenti stranieri che, ogni anno, decidono di svolgere parte della loro carriera universitaria presso il Politecnico di Torino, ed altrettanti sono gli studenti italiani che usufruiscono delle agevolazioni previste dai programmi di mobilità internazionale e a trascorrere così un periodo di studi in un Ateneo europeo o extraeuropeo.

Oltre al programma Socrates-Erasmus, il Politecnico di Torino ha promosso vari altri progetti per incrementare la mobilità studentesca, tra i quali va citato il programma Alpip (America Latina Piemonte Politecnico) di collaborazione con i Paesi dell'America Latina per il rafforzamento dell'interscambio accademico e per la promozione di nuove linee di internazionalizzazione che vedono la cooperazione di Università e sistema socio-economico. Il progetto, giunto alla sesta edizione, nasce in un contesto di riflessione su aspetti economico-sociali, come la condivisione, tra Italia e America Latina, di radici culturali, la sostanziale assenza di barriere linguistiche, i legami connessi ad una pregressa massiccia emigrazione piemontese che facilitano la mobilità e la collaborazione, e la rilevante presenza del sistema imprenditoriale piemontese in America Latina. Alpip si propone l'obiettivo di rafforzare il livello di presenza del Piemonte nelle aree strategiche dell'America Latina, di promuovere un significativo interscambio di studenti nel settore delle scienze politecniche (lauree specialistiche, master, dottorati) ed attivare collaborazioni e partenariati internazionali tra Università, imprese, associazioni e istituzioni industriali su settori che offrono importanti opportunità.

Un altro progetto del Politecnico di Torino è Topmed, acronimo di Torino Politecnico Mediterraneo, volto a rafforzare il livello di internazionalizzazione dell'Ateneo attraendo studenti dai Paesi dell'area del Mediterraneo: Algeria, Egitto, Libia, Marocco, Giordania, Territorio Palestinese Occupato, Siria, Tunisia e Turchia. L'area mediterranea è considerata, unitamente all'America Latina, la principale area strategica per lo sviluppo internazionale; in considerazione dello scarso

livello di cooperazione e di mobilità accademica tra l'Italia e l'arco del Mediterraneo, il progetto Topmed si propone di favorire l'integrazione tra le due aree, permettendo agli studenti cittadini di questi Paesi di studiare per un certo periodo nell'Ateneo piemontese.

La radicata vocazione del Politecnico all'interscambio accademico e alla promozione di nuovi rapporti internazionali per la formazione degli studenti stranieri è evidente nella partecipazione alle maggiori reti interuniversitarie e trova il suo culmine nei progetti di doppia laurea, sviluppati con alcune Università di gran prestigio, che prevedono percorsi formativi misti permettendo di ottenere, unitamente al titolo di laurea conseguito al Politecnico, anche quello rilasciato dall'Ateneo straniero. Viene inoltre fornita la possibilità di definire percorsi formativi integrati, come il conseguimento di un Master Degree presso la University of Illinois di Chicago.

Un'ulteriore forma di cooperazione promossa dal Politecnico di Torino è l'attività di formazione, in collaborazione con Paesi dell'Asia, dell'Africa e dell'America Latina, svolta dalla Scuola di specializzazione in Tecnologia, Architettura e Città nei Paesi in via di sviluppo.

L'UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE

La dimensione internazionale dell'Università del Piemonte Orientale "Amedeo Avogadro" si esprime nella partecipazione a due progetti di mobilità internazionale: il progetto Socrates-Erasmus e il programma Fulbright. Quest'ultimo è un programma di borse di studio ideato da J. William Fulbright, Senatore democratico dello stato dell'Arkansas, ed è amministrato dalla Commissione per gli Scambi culturali tra l'Italia e gli Stati Uniti, in collaborazione con il Ministero degli Esteri e l'Ambasciata degli Stati Uniti d'America. Alla base della proposta di legge che fu approvata dal Congresso americano nel 1946, all'indomani del secondo conflitto mondiale, vi era la convinzione del Senatore Fulbright che l'unica maniera per scongiurare altri tragici conflitti fosse quella di modificare il modo di pensare e di considerare le realtà sociali degli altri popoli. Tale auspicio si è realizzato nel corso dei decenni, e il programma di borse di studio ha consentito di realizzare questo processo di trasformazione attraverso un vasto ed approfondito scambio di idee, di culture e di storia tra i cittadini italiani e quelli statunitensi. Attualmente, il programma prevede l'assegnazione annuale di borse di studio a studenti e docenti di cittadinanza italiana e statunitense al fine di favorire l'esperienza di studio, ricerca e/o insegnamento da e per gli Stati Uniti, per il consolidamento del ruolo del borsista quale ambasciatore della cultura italiana e promotore nel proprio Paese dell'esperienza di studio negli Stati Uniti o in Italia.

Per quanto concerne il progetto Socrates-Erasmus, nel corso dell'Anno accademico 2005-2006 sono stati 15 studenti stranieri che hanno usufruito delle agevolazioni previste dal programma e hanno trascorso un periodo di studi presso l'Università del Piemonte Orientale, con una crescita di 25 punti percentuale rispetto all'anno precedente. È opportuno inoltre segnalare la presenza, per la prima volta nella storia dell'Ateneo, di 2 studenti extraeuropei.

L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SCIENZE GASTRONOMICHE

Il quadro delle istituzioni universitarie del territorio piemontese si completa con l'Università degli Studi di Scienze gastronomiche, promossa da Slow Food, con la collaborazione del Piemonte e Emilia Romagna. Unico nel suo genere nel panorama mondiale, l'Ateneo si pone come obiettivo la creazione di un centro internazionale di formazione e di ricerca al servizio di chi opera per



un'agricoltura rinnovata, per il mantenimento della biodiversità e per un rapporto organico tra gastronomia e scienze agrarie.

L'Università degli Studi di Scienze gastronomiche è un'Università non statale legalmente riconosciuta e realizza le sue attività didattiche con il supporto dell'Associazione Amici dell'Università e di Scienze gastronomiche, un'associazione autonoma e senza scopo di lucro che ha ricevuto dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca il riconoscimento ufficiale dell'Università di Scienze gastronomiche (D.M. n. 262 del 5 agosto 2004).

La dimensione internazionale dell'Ateneo si realizza, in primo luogo, nell'adozione dell'inglese, unitamente all'italiano, quale mezzo di comunicazione tra docenti e studenti e tra gli studenti stessi. Un secondo livello della vocazione internazionale dell'Università degli Studi di Scienze gastronomiche si esprime, unitamente all'intento di formare giovani laureati in grado di operare in ambito internazionale, nell'organizzazione di master post lauream rivolti ad un pubblico internazionale: tra questi va citato il Master in Food Culture: communicating quality products, le cui lezioni sono tenute in lingua inglese da uno staff internazionale di docenti e professionisti altamente qualificati. A conclusione del master, ogni studente è chiamato a svolgere un tirocinio formativo, in Italia o all'estero (in Spagna, Francia o Germania), venendo così a contatto con le tradizioni culinarie di queste regioni.

2.1 LE POLITICHE REGIONALI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

A cura di *Andrea Bairati* - assessore all'Università, Ricerca,
Innovazione e Internazionalizzazione della Regione Piemonte

Il 2006 segna un passaggio cruciale nelle politiche regionali per l'internazionalizzazione.

Le premesse alla base di questa riforma sono riassumibili nella necessità di indirizzare sempre di più le nostre economie verso l'estero, creando una solida interdipendenza tra i mercati, e nella razionalizzazione delle risorse a disposizione per sostenere quest'indirizzo.

Se da un lato, infatti, risulta fondamentale consolidare le relazioni internazionali come fattore strategico di competitività, aprendo la strada verso nuovi mercati, senza però disperdere i risultati già acquisiti in quelli consolidati, dall'altro è evidente la necessità di organizzare le azioni in funzione delle risorse a disposizione del sistema.

Con la nuova stagione dei Fondi europei, basati sull'integrazione delle precedenti esperienze e segnati dall'ingresso di Paesi verso i quali saranno dirottati ingenti finanziamenti, si preannuncia una necessaria ristrutturazione delle iniziative in favore dell'internazionalizzazione.

Ciò non significa necessariamente impiegare meno risorse ma, piuttosto, valorizzare l'esistente sulla scorta dell'esperienza maturata nel settennio appena concluso.

A questi fattori esogeni, vanno ad aggiungersi alcune caratteristiche tipiche del nostro sistema: la galassia dell'internazionalizzazione piemontese è ricca di soggetti operanti nei vari contesti e rappresentativi di tutti gli interessi economici. Le azioni che vengono messe in campo non vanno disperse, semmai valorizzate, perché costituiscono un potenziale straordinario, frutto della solida tradizione industriale piemontese e della naturale propensione verso i mercati internazionali.

È questo il quadro, indubbiamente complesso, che ha determinato un cambiamento di rotta da parte dell'amministrazione regionale, culminato con l'emanazione della Legge regionale n. 13/2006, tesa a riordinare il sistema degli attori operanti sul territorio. Obiettivo di tale riforma, che entrerà nel vivo proprio in queste settimane, è creare un unico soggetto in grado di proporsi in maniera convincente ed efficace nei confronti della comunità internazionale.

Accorperà tutte le funzioni finora svolte dai vari attori e dovrà dialogare sia con gli enti locali sia con le istituzioni straniere: sarà uno strumento vicino alle aziende, in particolare delle Pmi reali beneficiarie delle azioni pubbliche.

La società per l'internazionalizzazione del Piemonte avrà il compito di attuare le linee strategiche che verranno indicate dagli enti preposti alla programmazione. Queste ultime dovranno contenere elementi caratteristici delle policy avanzate regionali in materia: un sistema basato sulla valorizzazione dei settori dell'alta tecnologia, della ricerca e dell'innovazione.

Sono questi i principali asset che l'amministrazione regionale intende sviluppare nel fornire le basi per la creazione di una società della conoscenza, un territorio attrattivo per aziende e professionisti qualificati, una regione europea dotata di un'economia solida che guardi ai mercati emergenti con coraggio e intraprendenza, mirando a un confronto costruttivo.

Internazionalizzazione intesa come processo multidimensionale, che tocca tutti i settori della vita socio-economica della regione: dalla promozione del tessuto imprenditoriale e dell'offerta turistica, alla delocalizzazione produttiva, dall'attrazione degli investimenti stranieri, alla formazione internazionale. Per queste motivazioni, Torino e il Piemonte dovranno rimarcare il ruolo, peraltro già riconosciuto, di centro di formazione permanente per organismi internazionali, valorizzandone le attività di concerto con gli altri enti pubblici.

La nostra economia dà segnali di ripresa e, dopo parecchi trimestri negativi, si presentano dati incoraggianti: il Piemonte ha ripreso a crescere.

Questa tendenza positiva dovrà essere supportata nell'immediato da azioni che vedano coinvolti gli enti pubblici insieme al mondo dell'associazionismo imprenditoriale e siano mirate alla crescita dei settori ad alto potenziale di sviluppo, anche occupazionale. Per fare questo è necessario selezionare e sostenere le imprese in grado di internazionalizzarsi, assistendole nel cammino e fornendo loro gli strumenti necessari al conseguimento dei propri obiettivi.

Occorre un'azione di sistema, aperta, concertata e multilivello, innovativa anche nella metodologia e nella gestione della governance, per sostenere gli alti standard di competitività che il mercato impone a realtà come la nostra.

2.2 IL DOCUMENTO DI PROGRAMMAZIONE REGIONALE STRATEGICO-OPERATIVA 2007-2013

(tratto dal DPSO Regione Piemonte - novembre 2006)

I fondi dell'Ue hanno rappresentato, e rappresenteranno anche per il futuro, un'opportunità per innescare e sviluppare positivi interventi volti allo sviluppo economico e all'internazionalizzazione. Se la "vision" complessiva spetta all'Unione europea, è compito di ogni Regione trovare le formule giuste affinché questi finanziamenti costituiscano una leva più grande di investimenti sul territorio. Nel mese di novembre 2006, la Regione Piemonte ha presentato una prima bozza di Documento di Programmazione Strategico Operativa per la politica di coesione regionale 2007-2013. Si tratta di un documento preliminare, che dovrà essere approvato dal Consiglio regionale, consistente in linee di indirizzo alla Giunta per un'implementazione successiva di maggior dettaglio.

La politica regionale europea per la programmazione 2007-2013 si fonda su una strategia condivisa (nazionale e regionale), sull'integrazione dei fondi (FESR, FSE, FEASR, FAS) e sulla loro territorializzazione (ciò che involge il superamento dell'impostazione fondata sulle zone elegibili). Il periodo di programmazione 2007-2013 è segnato da una disponibilità di risorse finanziarie inferiore rispetto al passato, il che impone la definizione di criteri per un loro utilizzo ottimale, da attuarsi tramite il coordinamento e l'integrazione delle risorse comunitarie (FESR, FSE, FEASR, FEP), nazionali (FAS, Legge n. 183/87, leggi di settore e fondo globale incentivi) e regionali.

Il Governo nazionale ha già provveduto a porre le basi per la realizzazione della necessaria integrazione programmatica e finanziaria, individuando come strumenti di attuazione le Intese istituzionali di programma e la riforma degli Accordi di programma quadro (APQ).

Lo scorso 3 febbraio 2005, in sede di conferenza unificata tra Stato, Regioni ed enti locali, è stata approvata l'intesa sulla nuova politica di coesione, che prevede una forte integrazione tra politica "ordinaria" e politica "regionale" di sviluppo quale condizione per l'efficacia dell'azione programmatica pubblica. Questa impostazione, peraltro condivisa da tutte le Regioni a livello nazionale, impone a livello regionale una crescente compenetrazione:

- tra programmazione ordinaria e programmazione negoziata
- tra programmazione economica regionale e politica territoriale.

Dall'insieme dei documenti programmatici di riferimento si evince, in sostanza, come selettività, integrazione e territorializzazione siano parte di un unico disegno programmatico. La fase operativa della programmazione dei prossimi anni dovrà quindi tener conto degli elementi di debolezza che hanno limitato l'efficacia degli interventi programmati, per mettere a punto azioni caratterizzate da una rigorosa selettività e, prioritariamente, dalla concentrazione territoriale degli investimenti.

In questo quadro, occorre tener conto dell'esperienza piemontese nella progettazione integrata, in considerazione altresì del fatto che essa, pur fra luci e ombre, ha consentito di far maturare, anche tra gli attori pubblici di livello sub-regionale, un positivo orientamento alla progettazione e alla valutazione degli investimenti, oltre che a sedimentare la cultura della cooperazione interistituzionale.

Occorre quindi salvaguardare e valorizzare le esperienze migliori condotte nell'alveo della programmazione regionale (il cui successo sembra in larga misura essere dipeso dalla capacità di integrare elementi diversi e complementari dell'azione pubblica: i settori d'intervento, gli attori e le risorse) e realizzare forme diverse - e fra loro inscindibili - di integrazione:

- integrazione settoriale: l'interdipendenza dei fattori che costituiscono il vantaggio competitivo (componenti economiche, sociali e strategico-decisionali) richiede una riduzione dei programmi di settore, a favore di una più stretta correlazione tra le differenti azioni settoriali della Regione (opere pubbliche, infrastrutture e interventi settoriali)
- integrazione multi-attore: decisiva sarà l'attivazione di sinergie a livello locale (pubblico-privato, centri di ricerca-imprese-enti locali) e tra i vari livelli di governo (Stato, Regione, Enti locali) per la promozione di sistemi economici territoriali che basano la loro competitività sui servizi alle imprese, sui vantaggi infrastrutturali e ambientali
- integrazione delle risorse: coinvolgimento progettuale delle risorse private (idee-progetto presentate per il cofinanziamento) oltre che reperimento delle risorse finanziarie dagli attori non istituzionali.

Se si riconosce la rilevanza delle forme dell'azione collettiva entro una dimensione regionale, è possibile evincere gli indirizzi generali che informano il nuovo corso della programmazione economica e territoriale:

- definire la rete delle funzioni di eccellenza, prevedendo forme di valorizzazione del più ampio ventaglio possibile di vocazioni e risorse (produttive, tecnologiche, ambientali, culturali, etc.), riconoscendo la progettualità territoriale ed esaltando le peculiarità identitarie locali.
Filo conduttore è l'individuazione dell'articolazione policentrica del territorio regionale e dei connessi elementi di forza e di criticità, che guideranno la selettività delle politiche, in ragione altresì della limitatezza delle risorse finanziarie
- decisivo sarà il recupero, la formazione e la riproduzione di nuovo capitale sociale, promuovendo forme integrate di pianificazione (comprendendovi la sostenibilità dei servizi sociali, le reti tecnologiche, di mobilità, ambientali, etc.). Obiettivo è l'incremento del valore aggiunto territoriale, connesso alla fruibilità delle risorse, al rafforzamento delle potenzialità competitive, alla connettività rispetto a reti economiche, tecnologiche ed ecologiche sovralocali
- si dovranno raccogliere, infine, le sfide istituzionali: il potenziamento dei programmi d'azione territoriale non è scindibile dalla ridefinizione del modello di governance, il quale prevede il rafforzamento degli strumenti di compartecipazione alle scelte e gli incentivi alla cooperazione.

Gli obiettivi che ne discendono possono essere così sintetizzati:

- guidare il consolidamento della struttura policentrica regionale: si tratta di ripensare approcci e strumenti di governo del territorio al di là delle strutture giuridico-amministrative della Regione, della Provincia e del Comune. In realtà, le unità locali più significative non sono i Comuni visti nel loro limite amministrativo, ma insiemi di Comuni, ovvero famiglie “naturali” (per storia e geografia) o, più spesso, artificiali (per interessi di tipo strategico) di municipalità che rappresentano spesso aree vitali e dinamiche, in genere di livello sub-provinciale, caratterizzate da una struttura insediativa policentrica e diffusa. Si tratta di formazioni territoriali dotate di specifiche forme di regolazione socio-economica, in cui si integrano dimensione ambientale, sociale ed economica, e che non si riconoscono nella dimensione e nella tradizione burocratica e centralistica regionale
- consolidare i meccanismi di concertazione tra i diversi livelli decisionali, sostituendo alle relazioni gerarchiche fra i livelli istituzionali “dati” (essenzialmente le Regioni e le Province come momenti di rappresentanza e di coordinamento) un approccio cooperativo e negoziale alla scala dei singoli livelli territoriali e istituzionali. Si tratta cioè di riconoscere una dimensione dinamica e costruttiva della regione, che si esprime con la consensuale adesione di un insieme di soggetti e di comunità locali a un programma comune di gestione dei problemi collettivi
- perseguire il coordinamento e l’integrazione tra le politiche regionali di tipo settoriale, considerando che il livello regionale è quello in cui si incontrano forme della regolazione settoriale e territoriale
- mobilitare risorse non ancora valorizzate e costituire contesti istituzionali e di relazioni che li valorizzino. Ciò consentirà, da un lato, di affrontare il nodo dell’equità sociale come inclusione e non come redistribuzione e, dall’altro, di incrementare il valore aggiunto territoriale attraverso la riproduzione del capitale sociale.

Su questo scenario, in attuazione della strategia di Lisbona, la politica di coesione regionale 2007-2013 si concentra sui seguenti obiettivi:

- accrescere gli investimenti nei settori ad alto potenziale di sviluppo e nei “motori di crescita e di occupazione”. Se il successo di questi investimenti dipende in misura crescente dallo scenario internazionale, esso discende altresì dalle condizioni di contesto e dalle identità (ovvero dalle cosiddette pre-condizioni allo sviluppo)
- promuovere una progettualità integrata, in coerenza con la dimensione di medio-lungo termine propria della strategia comunitaria. Ciò prevede la ricerca di sinergie e complementarità fra i diversi fondi (FESR, FSE, FEASR, FAS ecc.), le altre politiche comunitarie, le risorse supplementari mobilitabili
- migliorare il sistema della governance e della valutazione, prevedendo un partenariato pubblico-privato, cooperazione interistituzionale, trasparenza e scambio delle pratiche migliori.

Nel quadro degli obiettivi generali della politica di coesione regionale e degli obiettivi di ciascun programma operativo specificati nel Documento Strategico regionale, le priorità della politica regionale di coesione unitaria possono essere ulteriormente articolate nelle seguenti linee progettuali, distinte in quattro specifiche priorità.

PRIORITÀ I - INNOVAZIONE E TRANSIZIONE PRODUTTIVA

1. Promozione della ricerca, del trasferimento tecnologico e dell'innovazione:
 - sostegno alla formazione di piattaforme tecnologiche, laboratori e infrastrutture connesse
 - creazione di reti di collaborazione, anche internazionali, tra imprese e tra imprese e istituzioni della ricerca: progetti di ricerca congiunti tra centri di ricerca e imprese e condivisione delle strutture, sostegno alle reti transnazionali di scambio e di azione formativa;
 - sostegno a progetti di innovazione delle Pmi.
2. Promozione della ricerca, del trasferimento tecnologico e dell'innovazione per le fonti energetiche rinnovabili: sostegno alla formazione di piattaforme tecnologiche, laboratori e infrastrutture connesse.
3. Sviluppo dei sistemi produttivi locali e rafforzamento delle filiere produttive (incluse filiere agro-industriali ed energie rinnovabili): poli innovativi, promozione dell'imprenditorialità, innovazione organizzativa e sostegno alla formazione di centri di competenza, offerta di servizi alle imprese, compresa l'ingegneria finanziaria e il sostegno della ricerca, percorsi formativi integrati per la creazione d'impresa.
4. Creazione di reti tecnologiche e collaborative transnazionali.
5. Internazionalizzazione del sistema economico e attrazione degli investimenti.
6. Sviluppo di reti di comunicazione e circolazione dell'informazione: interventi di sostegno per l'accesso all'Ict.
7. Promozione della formazione di eccellenza.
8. Valorizzazione della filiera agroalimentare, con particolare riguardo alle produzioni tipiche e di qualità, alla tracciabilità, identificazione e commercializzazione dei prodotti.

PRIORITÀ II - SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, EFFICIENZA ENERGETICA, SVILUPPO DELLE FONTI ENERGETICHE RINNOVABILI

1. Promozione di fonti energetiche rinnovabili: sistema solare fotovoltaico, solare termico, eolico, biocombustibili, biogas, biocombustibili liquidi, energia idroelettrica, idrogeno.
2. Adozione di processi e tecnologie finalizzate all'efficienza e al risparmio energetico.
3. Gestione del ciclo dell'acqua, difesa e valorizzazione delle risorse idriche: interventi per il riuso delle acque reflue urbane e ammodernamento degli acquedotti.
4. Prevenzione dei rischi, difesa del suolo e assetto idrogeologico.
5. Promozione di aree industriali ecocompatibili, inclusa la bonifica e il riuso dei siti degradati e/o dismessi.
6. Conservazione e valorizzazione del patrimonio naturale, gestione e valorizzazione delle risorse forestali, rivitalizzazione del sistema fluviale del Po e dei suoi affluenti.

PRIORITÀ III - RIQUALIFICAZIONE TERRITORIALE

1. Progetti di trasformazione urbana: infrastrutturazione, direzionalità, recupero ambientale.
2. Coesione sociale e qualità della vita (inclusione, sicurezza, salute e accesso alla conoscenza): rafforzamento della rete dei servizi socio-sanitari, culturali e sportivi, percorsi per l'integrazione socio-lavorativa dei soggetti svantaggiati.

3. Logistica, con particolare riferimento allo sviluppo dei servizi intermodali integrati per merci e persone.
4. Mobilità sostenibile: sviluppo dei servizi di trasporto alternativi al mezzo privato e sistemi innovativi di gestione del traffico.
5. Miglioramento dell'accessibilità aeroportuale, ferroviaria e stradale.
6. Valorizzazione del patrimonio architettonico e storico-culturale materiale e immateriale: promozione e valorizzazione dei sistemi turistico-culturali (beni "faro", sistemi e reti territoriali), tutela e valorizzazione del paesaggio e del patrimonio architettonico, sviluppo dei prodotti tipici di qualità, realizzazione di interventi formativi.
7. Diversificazione delle attività economiche nelle zone rurali.
8. Progettazione integrata transfrontaliera.

PRIORITÀ IV - VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

1. Promozione del sistema della formazione permanente per gli adulti, allargando le opportunità per le iniziative individuali.
2. Contenimento dell'abbandono scolastico dei giovani attraverso l'offerta di opportunità diversificate di formazione e qualificazione.
3. Accettazione delle diversità nei posti di lavoro e lotta alla discriminazione nell'accesso all'occupazione.
4. Aumento della partecipazione e dell'occupazione delle donne.
5. Inserimento lavorativo degli immigrati.
6. Rafforzamento delle capacità dei servizi per l'impiego di svolgere funzioni di attiva promozione e mediazione tra domanda e offerta di lavoro e di sviluppo e mantenimento dell'occupabilità.

2.3 LE STRATEGIE D'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE PIEMONTESI

Il tessuto imprenditoriale piemontese, come quello italiano, è costituito per lo più da aziende di piccole e medie dimensioni. Queste imprese, un tempo maggiormente tutelate nell'ambito di un mercato dalla connotazione nazionale, sono oggi collocate in un contesto globale che le sottopone alla forte concorrenza delle aziende estere. Affrontare l'internazionalizzazione con politiche e strategie adeguate, vivendola non come una minaccia ma come un'occasione di apertura degli orizzonti culturali ed economici, è quindi l'unico modo per sviluppare la competitività della propria realtà aziendale.

L'impresa competitiva è quella che sa produrre, a costi bassi, prodotti di qualità avanzata e che sa collocarsi efficacemente sul mercato interno ed estero. Per le imprese, soprattutto per quelle medio-piccole, internazionalizzazione è sinonimo di esportazioni.

Per questo motivo, un primo passo per valutare l'effettiva apertura internazionale delle aziende piemontesi consiste nell'indagare con quali strumenti e strategie affrontano il tema delle vendite e dei rapporti con l'estero.

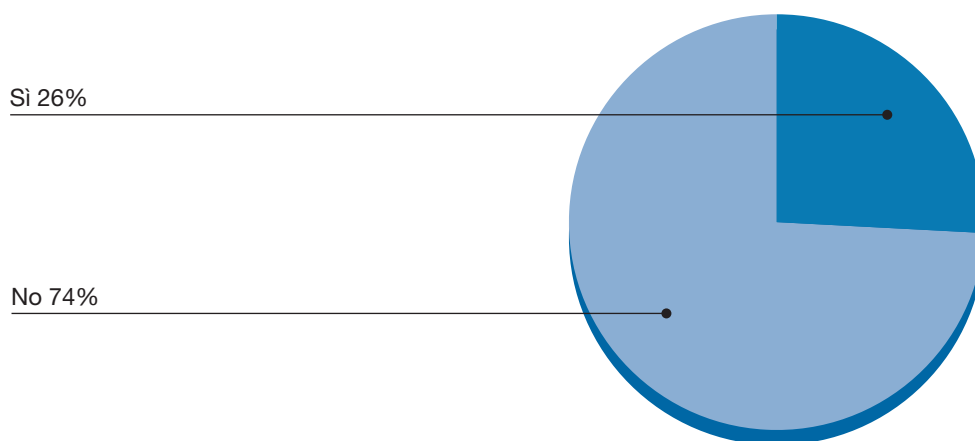
Unioncamere Piemonte ha svolto, nel mese di ottobre 2006, un'indagine presso un campione significativo di 1.066 imprenditori collocati sul territorio regionale, a cui è stato chiesto di indicare quali siano le strutture e le strategie aziendali dedicate all'export. Le aziende intervistate

appartengono ai diversi settori e alle differenti classi dimensionali, e costituiscono pertanto uno specchio rappresentativo del tessuto imprenditoriale locale.

In primo luogo, è stata verificata la presenza o meno, all'interno dell'azienda, di una figura o di un ufficio dedicato alle attività con l'estero. La maggioranza delle imprese (il 74%) non è dotata internamente di una struttura dedicata a tali attività, contro un 26% che ha creato, all'interno dell'organizzazione aziendale, un apparato che si occupa anche o solo di rapporti con l'estero. Segmentando le imprese a seconda della classe dimensionale di appartenenza, si rileva come al crescere della dimensione aumenti anche l'importanza delle attività internazionali.

Tra le aziende con un numero di addetti compreso tra 10 e 49, solo il 20% possiede infatti un ufficio estero, mentre la percentuale sale al 53% per le medie imprese (50-249 addetti) e si attesta sul 60% per le realtà più grandi e strutturate, con un numero di addetti superiore ai 249.

L'azienda ha un ufficio estero?



Fonte: Unioncamere Piemonte

A livello settoriale, la maggior organizzazione nei confronti dei mercati esteri è riscontrabile nelle aziende meccaniche e dei mezzi di trasporto, mentre risultano meno internazionali quelle appartenenti al comparto del legno e prodotti in legno, che si rivolgono ad un mercato più locale.

L'ufficio export è un presupposto importante per un'impresa che voglia intraprendere attività di respiro internazionale. Può accadere che i primi approcci con il mercato estero siano gestiti senza una struttura apposita, ma al crescere delle attività e del fatturato internazionale è necessario prevedere all'interno della propria organizzazione un ufficio dotato delle risorse, degli strumenti e dell'esperienza necessari a sostenere puntualmente i rapporti con l'estero ed espletare le procedure connesse alle esportazioni.

Le attività correlate alle iniziative internazionali sono molteplici e vanno dall'assistenza linguistica, a quella legislativa su norme e procedure, allo studio delle attività promozionali per i nuovi mercati che possono risultare molto differenti dal contesto locale, nonché ad una corretta pianificazione volta ad evitare sovraccarichi legati alla nuova attività esportativa.

Si illustrerà di seguito in che modo le imprese che possiedono un ufficio estero lo hanno organizzato per far fronte a queste necessità.

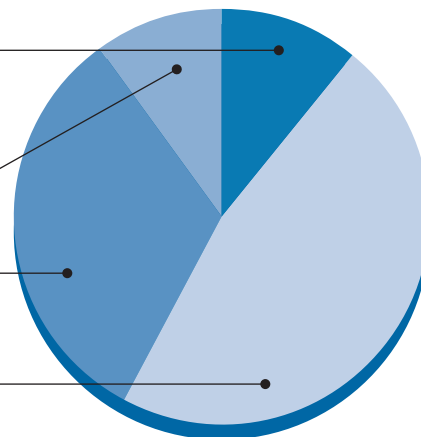
Struttura dell'ufficio estero

Se ne occupa il titolare 11%

C'è una struttura organizzata
per aree geografiche 10%

C'è un ufficio dedicato
alle attività all'estero 32%

C'è un ufficio che si occupa
(non esclusivamente) delle attività all'estero 47%



Fonte: Unioncamere Piemonte

Nel 47% dei casi, le attività relative ai mercati esteri vengono svolte da un ufficio già esistente che si occupa tradizionalmente di altri aspetti della vita aziendale. Le imprese di piccole dimensioni e quelle del settore del legno, se prevedono attività internazionali, le gestiscono per lo più secondo questa modalità organizzativa. Per il 32% del campione, invece, l'ufficio estero si dedica esclusivamente alle attività internazionali. Questa forma di gestione viene adottata con frequenza maggiore dalle imprese di medie dimensioni e da quelle appartenenti al settore tessile.

Nel 10% dei casi si adottano soluzioni logistiche ancora più complesse, con una struttura per l'estero organizzata per aree geografiche.

Ovviamente questa modalità è sostenibile esclusivamente dalle imprese più grandi.

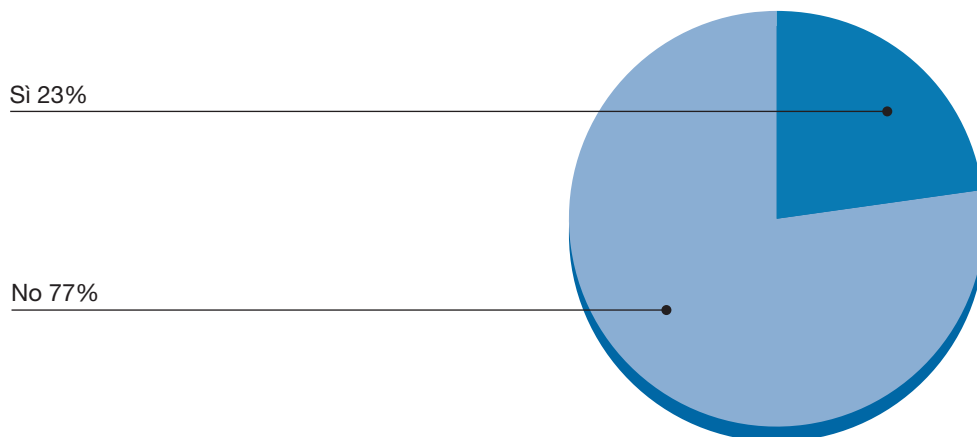
Sopravvive anche il modello dell'imprenditore "fai da te" che svolge da solo anche le attività con l'estero: l'11% del campione ha infatti fornito questa risposta.

Le imprese piemontesi, nella maggior parte dei casi, continuano a ricondurre il problema del rapporto con l'estero alla semplice ricerca di clienti e mercati, non lasciando intravedere segnali di cambiamento nelle strategie d'internazionalizzazione. Alle esportazioni, infatti, non sempre si accompagna uno studio della concorrenza estera, variabile da non sottovalutare in un contesto che sta diventando sempre di più internazionale. Il 77% delle imprese intervistate non adotta strumenti sistematici di valutazione delle concorrenza estera contro un 23% che invece dichiara di affrontare in maniera sistematica la questione. Anche in questo caso, l'analisi accurata e metodologica delle realtà internazionali è maggiormente presente laddove le dimensioni aziendali consentono una maggior articolazione organizzativa.

Tra i settori che sembrano più orientati ad un'analisi della concorrenza sui mercati esteri figurano, ancora una volta, la meccanica e i mezzi di trasporto.

Tra gli strumenti di valutazione sistematica adottati, il più utilizzato è la raccolta di informazioni presso clienti e rivenditori: questa soluzione, indicata dal 27% del campione, è più immediata e richiede un minor investimento in termini di risorse.

L'azienda adotta strumenti di valutazione sistematica della concorrenza estera?



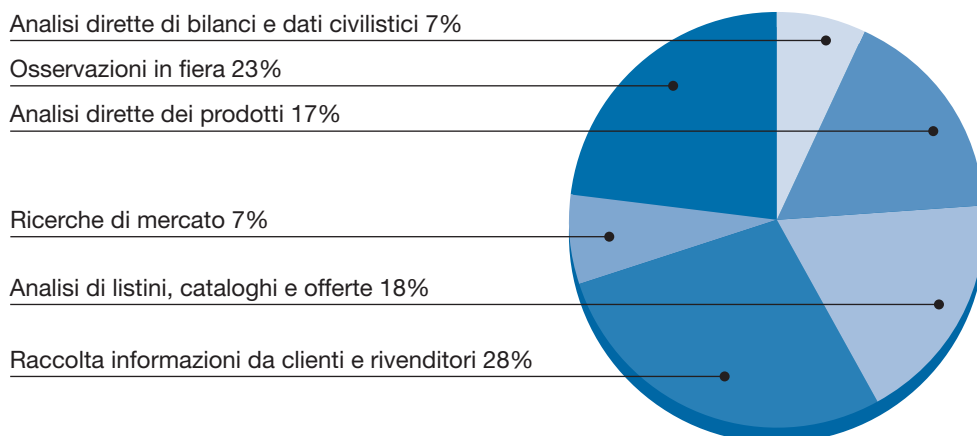
Fonte: Unioncamere Piemonte

Il 23% degli imprenditori piemontesi ricorre poi all'osservazione in fiera, il 18% a strumenti più tecnici come l'analisi di listini, cataloghi e offerte e il 17% allo studio diretto dei prodotti.

Strumenti ancora più avanzati, identificabili, da un lato, con vere e proprie indagini di mercato e, dall'altro, con analisi di bilancio, vengono indicati solamente dal 7% del campione.

Alle imprese intervistate è stato anche chiesto quali strategie a breve medio termine intendono perseguire per la vendita all'estero delle proprie merci. La prima soluzione adottata è cercare nuovi mercati per i prodotti che l'azienda ha già lanciato in un contesto locale, nella speranza di poter conquistare nuove fette di mercato grazie all'esperienza precedentemente maturata sul territorio nazionale. Al secondo posto viene indicata una strategia di consolidamento: si sceglie, infatti, di continuare a vendere gli stessi prodotti sugli stessi mercati, sfruttando la notorietà già conquistata. La creazione di nuovi prodotti sembra registrare meno consensi, perché richiede un

Strumenti di valutazione sistematica della concorrenza estera



Fonte: Unioncamere Piemonte

forte investimento in ricerca e una continua attitudine al cambiamento. Un intervistato su quattro afferma che è una buona idea quella di lanciare su mercati già conosciuti un prodotto nuovo, mentre solo il 17% si spinge verso la creazione di nuovi prodotti ideati appositamente per mercati ancora inesplorati.

Qualunque sia la strategia scelta a breve-medio termine adottata per lo sviluppo delle esportazioni, risulta importante consolidare i punti di forza e ovviare alle criticità, al fine di contrastare la concorrenza internazionale e rendere le proprie merci più competitivi sul mercato globale.

I primi due elementi importanti per far fronte alla concorrenza estera sono legati direttamente al prodotto. In cima alla lista dei principali fattori in grado di garantire la competitività, le aziende piemontesi hanno infatti messo la qualità e la personalizzazione del prodotto.

La prima caratteristica è fondamentale per restare all'avanguardia e mantenersi un passo avanti rispetto ai concorrenti. Per quanto riguarda la seconda, le aziende puntano frequentemente sull'offerta di prodotti e soluzioni personalizzate: spesso la possibilità, da parte del cliente estero, di ottenere delle modifiche al prodotto in base alle proprie richieste rappresenta una strategia vincente.

Strategie export a breve medio termine

Prodotti	Nuovi	21,8%	17,5%
	Attuali	29,3%	31,4%
		Attuali	Nuovi
		 Mercati 	

Fonte: Unioncamere Piemonte

Al terzo posto vengono indicati i tempi di consegna dei prodotti sui mercati esteri: in questo modello strategico la rapidità di risposta diventa l'elemento di differenziazione per l'impresa e lo strumento per battere la concorrenza.

Un altro fattore di primo piano, sebbene non in testa alla graduatoria, è il prezzo dei prodotti, considerato una delle quattro variabili controllabili del marketing di un'impresa (product, price, place, promotion). Un'azienda effettua delle politiche di prezzo quando deve lanciare un nuovo prodotto, tutelarne uno esistente, o reagire ad azioni della concorrenza. Proprio per questo, efficaci politiche di prezzo possono risultare determinanti per la penetrazione sui mercati esteri.

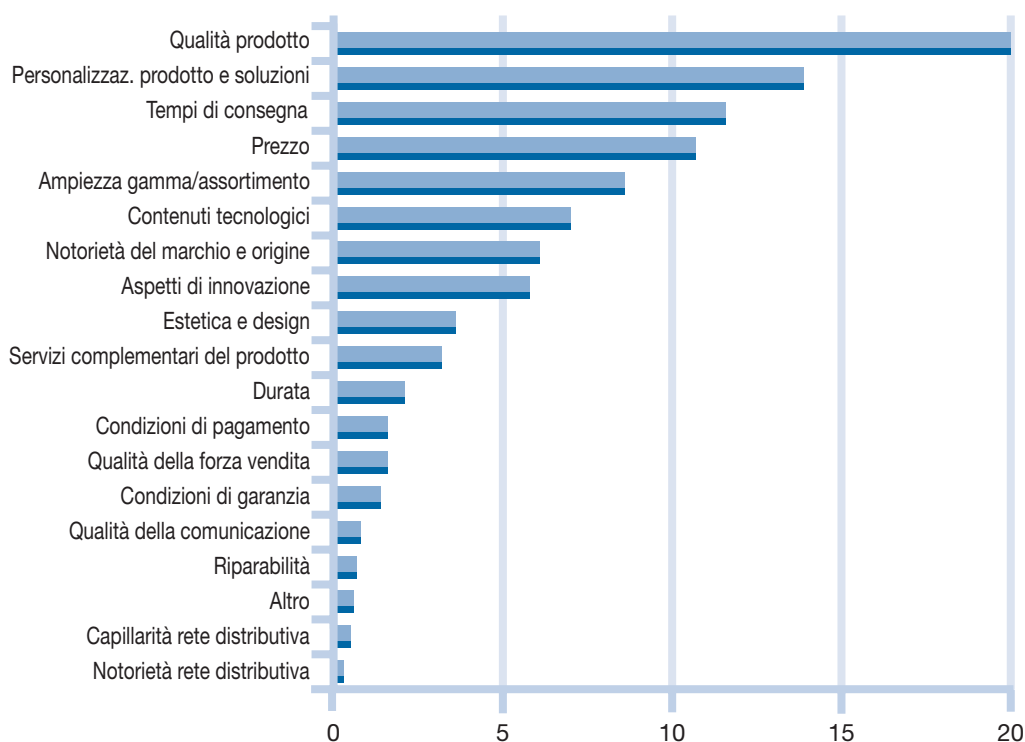
La diversificazione attraverso l'offerta di un'ampia gamma di prodotti si colloca al quinto posto, seguita da un altro elemento sempre più legato al tema della competitività, ossia il contenuto tecnologico insito nel bene. Maggiore è l'innovazione tecnologica, più il prodotto risulterà difficilmente imitabile e riproducibile e manterrà intatta la sua competitività.

Anche la notorietà del marchio di origine sembra essere un elemento importante per la buona diffusione dei prodotti sui mercati esteri. Esportare merci già conosciute all'estero, grazie alla fama del produttore o alla popolarità di prodotto stesso, risulta assolutamente vantaggioso.

Le imprese 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, innovazione, moda o difesa dei valori legati ai mercati di riferimento. Vengono considerati rilevanti dalle imprese intervistate anche l'innovazione, l'estetica e il design, nonché l'offerta di servizi complementari e la durata del prodotto. Condizioni di pagamento e capillarità della rete distributiva sono collocate, invece, al fondo della graduatoria dei fattori competitivi stilata dalle imprese piemontesi.

Dall'indagine svolta da Unioncamere Piemonte emerge quindi il quadro di un tessuto imprenditoriale abbastanza diversificato, che va dalla microimpresa all'azienda di grandi dimensioni. Entrambe le realtà sentono in misura sempre maggiore la necessità di varcare i confini nazionali e portare il proprio nome e i propri prodotti all'estero, anche perché quella internazionale è ormai una dimensione imprescindibile per il potenziamento e la crescita dell'impresa. La grande impresa è ormai strutturata e riesce, grazie a una realtà interna evoluta e a strategie pianificate, ad affrontare i mercati esteri. La piccola azienda, invece, non ha spesso i mezzi interni sufficienti per penetrare efficacemente sui mercati esteri e si affida sovente ad approcci di carattere per lo più casuale.

Principali fattori che garantiscono la competitività dei prodotti sui mercati esteri (dati in % sul totale delle risposte)



Fonte: Unioncamere Piemonte

2.4 GLI INVESTIMENTI PRODUTTIVI ALL'ESTERO DELLE IMPRESE MANIFATTURIERE PIEMONTESE

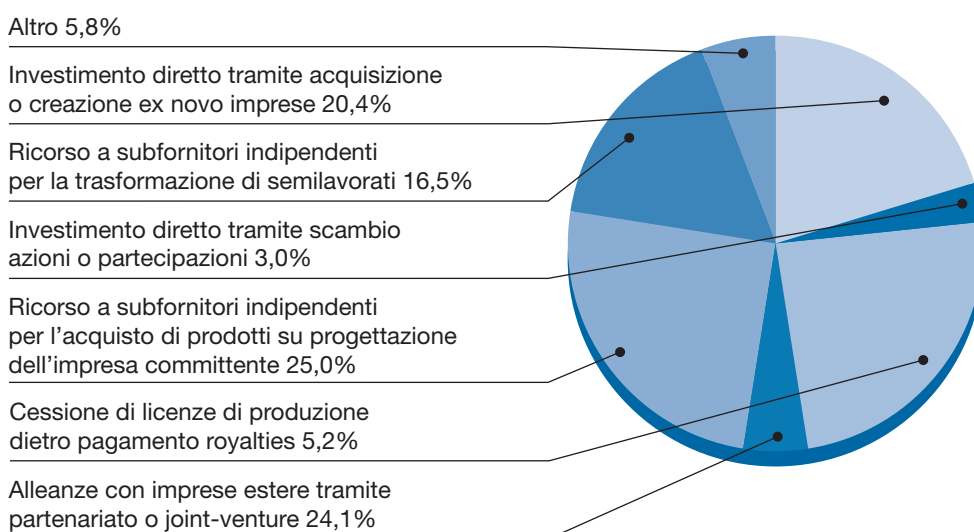
L'internazionalizzazione della produzione è diventata un'esigenza vitale per le imprese italiane. Se è vero che la delocalizzazione può comportare, in un primo momento, un temporaneo sacrificio in termini occupazionali nel Paese in cui ha sede l'impresa delocalizzatrice, è altrettanto vero che, nel tempo, il trasferimento delle attività produttive all'estero può avere effetti positivi sul Paese da cui partono le aziende. Ad esempio, il trasferimento di parte del processo produttivo oltreconfine consente la riduzione dei costi, permettendo così alle imprese di diventare più efficienti.

A questo proposito, il questionario sottoposto tradizionalmente da Unioncamere Piemonte alle aziende piemontesi nell'ambito dell'indagine congiunturale ha permesso di approfondire alcuni aspetti legati agli investimenti produttivi all'estero delle imprese manifatturiere regionali. Il tema qui indagato non concerne la delocalizzazione in senso stretto, ma la possibilità per le imprese di attivare strategie produttive all'estero pur mantenendo le attività di produzione anche nel Paese originario.

Su un campione di 1.038 aziende, per un numero complessivo di 99mila addetti e un fatturato di circa 41 miliardi di euro, il 10,9% (pari a 149 unità) ha adottato azioni per sviluppare strategie produttive all'estero. Sono soprattutto le grandi imprese ad agire in tal senso: tra le aziende con un numero di addetti al di sotto delle 49 unità, la percentuale di risposte affermative si attesta infatti all'8%, contro il 23,5% e il 38% delle classi dimensionali maggiori (rispettivamente tra 50 e 249 addetti e oltre).

La ripartizione provinciale delle imprese che hanno intrapreso interventi strategici mette in luce come il 58,6% sia concentrato nella provincia di Torino; seguono Novara e Alessandria con il 13,3% e il 7%.

Quali azioni ha adottato la sua impresa per sviluppare strategie produttive all'estero? (dati in % sul totale di risposte affermative)



Fonte: Unioncamere Piemonte

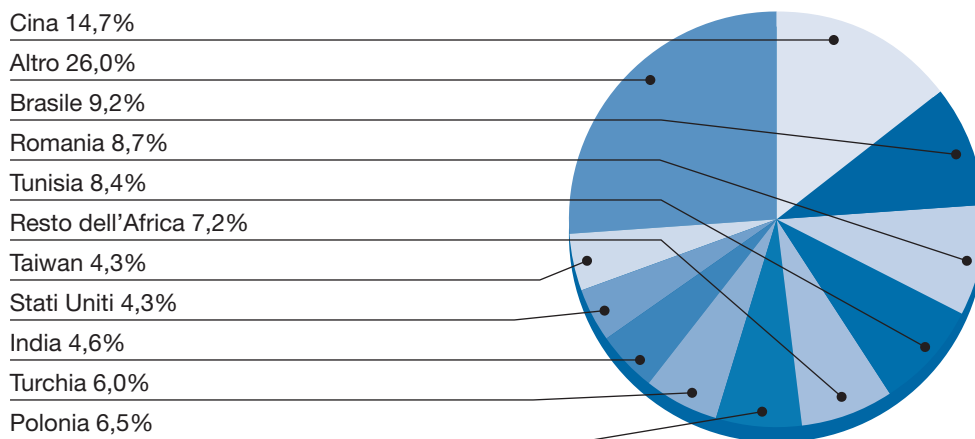
L'analisi delle modalità d'investimento all'estero mostra come il ricorso a subfornitori indipendenti per l'acquisto di prodotti su progettazione dell'impresa committente rappresenti la forma di azione strategica più utilizzata: intorno a questa modalità si concentra infatti il 25% delle risposte affermate, seguita dall'utilizzo di subfornitori indipendenti per la trasformazione di semilavorati. Il 24,1% delle azioni intraprese dalle aziende si realizza tramite alleanze con imprese estere attraverso partenariati o joint-ventures, mentre l'investimento diretto tramite l'acquisizione o la creazione ex-novo di imprese ha interessato un quinto delle risposte affermate. In misura minore si segnalano altre forme di azioni verso l'estero, tra cui la cessione di licenze di produzione dietro pagamenti di royalties e l'investimento diretto tramite scambio di azioni o partecipazioni.

Il settore maggiormente interessato dal fenomeno è la meccanica, che raggruppa il 23% delle azioni strategiche; il 21% si concentra nel comparto dei metalli e prodotti in metallo, il 19% nel settore dell'elettronica, mentre il 13% degli interventi strategici è sostenuto da imprese operanti nel tessile-abbigliamento.

Una più generale forma diretta d'investimento produttivo all'estero è poi rappresentata dalla possibilità, per le imprese, di dotarsi di una o più sedi produttive in un Paese straniero: il 5,2% del campione ha dichiarato di aver aperto filiali oltreconfine. La principale meta di approdo delle imprese piemontesi è la Cina, in cui si concentra il 14,7% delle sedi produttive estere; anche le buone prospettive di sviluppo che distinguono alcuni mercati, quali quelli di Brasile, Romania, Tunisia e Polonia, esercitano una significativa attrazione sugli imprenditori regionali, incoraggiando l'apertura di numerose sedi produttive in questi Paesi.

La propensione ad ampliare la dimensione internazionale dell'azienda è più forte per le imprese con oltre 250 addetti: il 18,2% delle aziende appartenenti a questa classe dimensionale ha infatti dichiarato di aver aperto sedi produttive all'estero, percentuale nettamente al di sopra della media regionale. Tra le imprese di medie dimensioni la quota cala al 13,8%, mentre tra le più piccole scende al di sotto del 4%, a testimonianza di come i costi fissi necessari per investire all'estero costituiscano spesso un ostacolo difficile da superare per molte imprese di piccola e media dimensione, rendendo proibitiva l'internazionalizzazione produttiva.

In quali Paesi esteri la sua impresa ha aperto sedi produttive? (% sul totale di risposte affermate)



Fonte: Unioncamere Piemonte

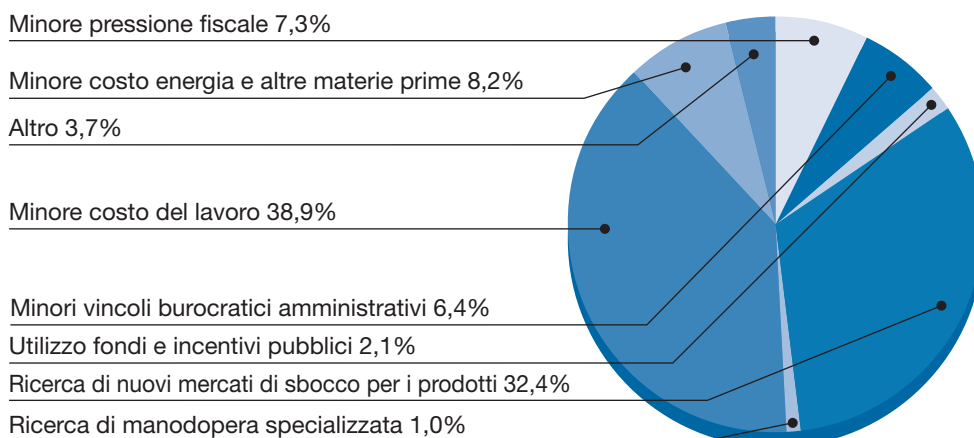
Se, a livello settoriale, sono principalmente le aziende operanti nei comparti della meccanica, dei metalli, della chimica e del tessile a dimostrare una marcata predisposizione all'apertura di filiali produttive oltreconfine, la distribuzione provinciale rivela come la necessità di investire all'estero attraverso la creazione di nuove sedi sia avvertita soprattutto dagli imprenditori di Torino, Alessandria e Cuneo.

La scelta di dotarsi di una o più filiali all'estero può essere dettata, in primo luogo, dalla minore pressione fiscale o dai minori vincoli burocratici ed amministrativi vigenti nei singoli Paesi scelti, unitamente alla ricerca di nuovi sbocchi su mercati caratterizzati da una maggiore dinamicità, oppure dalla necessità di reperire manodopera specializzata, di difficile reperimento altrove. La possibilità di utilizzare forza lavoro a costi più bassi, nonché di disporre di energia e materie prime ad un prezzo minore, costituiscono stimoli altrettanto validi.

Tra i principali fattori che hanno favorito l'apertura di filiali produttive all'estero si segnalano il minor costo del lavoro (motivazione indicata da circa il 39% degli intervistati), seguito dalla volontà di ricercare nuovi mercati di sbocco più dinamici per i prodotti locali. Il più basso costo dell'energia, la presenza di una minore pressione fiscale e di una struttura burocratica e amministrativa più semplificata costituiscono un fattore di spinta rispettivamente per l'8,2%, il 7,3% e il 6,4% degli imprenditori. Solo per un'esigua minoranza, le facilitazioni previste dall'utilizzo di fondi pubblici e la ricerca di manodopera specializzata rappresentano degli incentivi all'attuazione di interventi strategici all'estero.

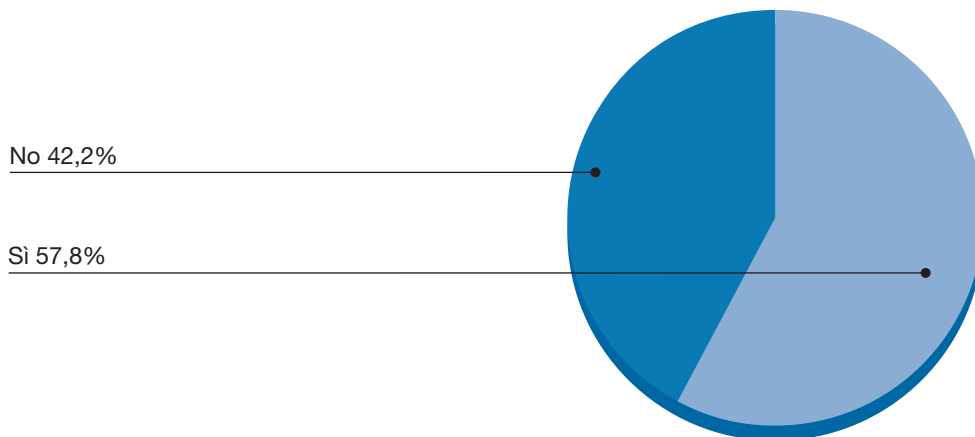
L'indicazione dei fattori di stimolo varia a seconda dei Paesi scelti dalle imprese per la creazione di nuove sedi. Restrungendo il campo di analisi alle principali mete di approdo delle aziende piemontesi, emerge come l'interesse degli imprenditori regionali nei confronti di Cina, Brasile e Romania sia dettato in primo luogo dal minor costo del lavoro e dalla necessità di trovare nuovi mercati di sbocco per i propri prodotti. Quest'ultima motivazione, unitamente alla disponibilità di manodopera a basso costo e alla minore pressione fiscale, spinge le aziende del Piemonte

Quali sono stati i principali fattori che hanno spinto la sua impresa ad aprire sedi produttive all'estero?



Fonte: Unioncamere Piemonte

Ritiene di attivare altre strategie produttive all'estero nei prossimi 2/3 anni?



Fonte: Unioncamere Piemonte

ad avventurarsi in Tunisia e nei Paesi del continente africano. Il minor costo dell'energia e delle materie prime costituisce invece un fattore di spinta soprattutto per gli investimenti in Polonia e Cina, mentre la ridotta pressione fiscale e i minori vincoli burocratici amministrativi rappresentano un'opportunità soprattutto in Turchia e nei Paesi dell'Africa.

L'apertura del tessuto imprenditoriale piemontese verso l'estero sembra destinata a crescere nei prossimi anni: il 57,8% delle imprese intervistate ha infatti dichiarato di voler attivare ulteriori strategie produttive in Paesi stranieri nei prossimi 2-3 anni. Tale propensione appare più marcata per le imprese operanti nei settori del tessile-abbigliamento, chimica, gomma e plastica e metalli e prodotti in metallo, comparti già caratterizzati da una significativa spinta verso l'internazionalizzazione produttiva.

Se nel breve termine non dovrebbero quindi verificarsi cambiamenti nella composizione settoriale delle imprese che adottano interventi strategici all'estero, sembrerebbe invece che interverranno significative variazioni nella distribuzione dimensionale: finora sono state infatti soprattutto le imprese medio-grandi a sviluppare investimenti produttivi oltreconfine, mentre dall'indagine emerge che sono in primo luogo le aziende con un numero di addetti inferiore a 50 ad indicare l'intenzione di intraprendere azioni strategiche in Paesi stranieri.

3.1 L'INDICE SINTETICO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

Come nelle precedenti edizioni del presente Rapporto, è necessario proseguire nell'opera di costruzione metodologica di un indice sintetico dell'internazionalizzazione della nostra regione. L'aver ottenuto un unico numero che sintetizzi una tematica così ricca di sfaccettature e permetta, inoltre, sia di facilitare i confronti territoriali con altre regioni sia di verificarne l'andamento nel tempo, ha avuto un grosso impatto a livello comunicativo.

Dando per scontate tutte le considerazioni fatte nei rapporti degli scorsi anni a proposito del fatto che la costruzione di un indice è un'opera prettamente discrezionale da parte di chi lo elabora, e che si potrebbe quindi prestare a diverse valutazioni su cosa includervi e cosa eliminare, l'indice sintetico dell'internazionalizzazione del Piemonte è stato costruito a partire da quattro requisiti metodologici, che devono essere contemporaneamente presenti:

- **ufficialità dei dati:** il modello deve considerare variabili economico-statistiche di fonte ufficiale e certa e, qualora queste derivassero da indagini campionarie, la possibilità di valutare il piano di campionamento e di rilevazione. Dev'essere inoltre alimentato da dati corretti, senza i quali ogni altra considerazione è ovviamente del tutto aleatoria
- **ripetibilità nel tempo:** il modello deve contenere informazioni derivanti da indagini periodiche, escludendo quindi tutte le ricerche 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 d'internazionalizzazione
- **confronto con altre realtà territoriali:** la scelta delle variabili deve permettere di comparare il grado d'internazionalizzazione del Piemonte con quello di altre regioni italiane e con l'indice nazionale, consentendo quindi un'analisi di benchmarking
- **semplicità:** il modello deve contenere un numero limitato di variabili, le più significative e importanti, al fine di facilitare l'aggiornamento e, soprattutto, la comprensione e l'interpretazione.

Come nel Rapporto dello scorso anno, l'indice sintetico di internazionalizzazione si basa su due distinti approcci, fra loro complementari.

Il primo affronta l'internazionalizzazione in un'ottica dinamica, confrontando il primo e l'ultimo anno, con un calcolo "per punti". Tale metodo, utilizzato anche nel mondo borsistico, consente di evidenziare in maniera puntuale l'avanzamento o l'arretramento internazionale del territorio nel corso degli anni, non tenendo conto dell'andamento delle altre regioni.

Il secondo approccio affronta l'internazionalizzazione sotto un profilo di benchmarking territoriale, utilizzando il metodo dei numeri indice, con una media pari a 100 per il valore nazionale.

Questo approccio esprime quindi il posizionamento strutturale del Piemonte nei confronti di altre regioni italiane competitors.

L'indice sintetico dell'internazionalizzazione (Isei) si compone di due sottocategorie e di sei indici elementari:

- **Indice d'internazionalizzazione economica (Iei), suddiviso in tre indici elementari:**
 - propensione al commercio internazionale di merci e servizi, calcolato come somma delle importazioni ed esportazioni di beni e servizi rapportati al Pil

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

- grado di attrattività degli investimenti esteri, calcolato come valore del flusso degli Ide dal 2000 al 2005 in entrata rapportato al Pil

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

- lavoro straniero autonomo e dipendente: tale 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 d'internazionalizzazione sociale (Isi), anch'esso diviso in tre indici elementari:**

- presenza della popolazione straniera, calcolata come percentuale di popolazione straniera sul totale della popolazione residente

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

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

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

- formazione internazionale: tale indice si propone di valutare il Piemonte come luogo di attività formative per studenti stranieri, attraverso il rapporto fra studenti universitari stranieri e studenti totali al 31 luglio 2005 (di fonte Miur)

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

Come lo scorso anno, anche nel presente Rapporto è stata compiuta un'opera di ponderazione dei vari indici elementari per ottenere un indice sintetico maggiormente rappresentativo.

Dopo aver posizionato gli indici elementari in un ranking d'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

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.

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 valore 6mila punti.

Il grado di internazionalizzazione del Piemonte

	2003	2004	2005	2006	Var. %
Punteggio complessivo Isel	6.000	6.196	7.262	9.869	36%
Indice internazionalizzazione economica (Iei)	3.500	3.679	4.124	6.263	52%
Indice elementare n. 1 - propensione al commercio internazionale	1.500	1.502	1.501	1.508	0%
Indice elementare n. 2 - attrattività degli Investimenti esteri	1.300	1.560	1.952	4.161	113%
Indice elementare n. 3 - il lavoro straniero	700	618	671	593	-12%
Indice internazionalizzazione sociale (Isi)	2.500	2.517	3.138	3.607	15%
Indice elementare n. 4 - presenza popolazione straniera	900	916	1.465	1.916	15%
Indice elementare n. 5 - turismo internazionale	1.100	1.100	1.120	1.133	1%
Indice elementare n. 6 - formazione internazionale	500	500	552	557	1%

Nel 2005, l'indice dell'internazionalizzazione del Piemonte si è attestato a 9.869 punti, con una variazione considerevole del +36% rispetto all'indice del rapporto 2003. L'incremento è dovuto soprattutto a due fattori, peraltro gli stessi dello scorso anno: il primo riguarda l'aumento degli Investimenti diretti esteri (Ide) in entrata, il secondo la crescita della popolazione straniera.

Per quanto riguarda gli Ide, il 2005 ha evidenziato, come illustrato ampiamente nel primo capitolo, un dato quasi anomalo e difficilmente interpretabile. Nonostante gli Investimenti diretti esteri abbiano tradizionalmente, per loro stessa natura, un andamento discontinuo, il dato dello scorso anno rappresenta un valore eccezionale, che ha posto il Piemonte come prima regione italiana per attrazione degli Ide (al netto dei disinvestimenti).

Quanto al secondo aspetto, oltre ad un naturale trend di crescita dell'ultimo decennio, la crescita della popolazione straniera è stata sicuramente accelerata dalla cosiddetta legge Bossi-Fini.

La regolarizzazione della popolazione immigrata ha implicato un forte aumento dell'imprenditorialità straniera, prevalentemente in settori con basse barriere all'entrata: in un solo anno gli imprenditori stranieri sono passati dal 4,0% al 4,5%.

Analogamente agli scorsi anni, è stato poi costruito l'indice d'internazionalizzazione nell'ottica di benchmarking, ponendo i dati italiani uguale a 100 e ricalcolando con questo parametro i valori del Piemonte e delle altre regioni competitors.

La tabella sull'Indice dell'internazionalizzazione del Piemonte e il grafico "a radar" che ne deriva evidenziano in prima battuta che, proseguendo in una tendenza pluriennale, il Piemonte sembra essere più internazionalizzato della media italiana di circa 21 punti percentuale. I motivi ricordati precedentemente (regolarizzazione degli immigrati, imprenditorialità straniera e performance Ide) e l'export di servizi hanno spinto l'internazionalizzazione relativa della regione (e il suo indice) verso una maggiore specializzazione e competitività.

Indice dell'internazionalizzazione del Piemonte

	Piemonte	Italia
Indice globale (Isei)	121,1	100,0
Indice internazionalizzazione economica (Iei)	124,5	100,0
Indice elementare n. 1 - propensione al commercio internazionale	103,5	100,0
<i>merci</i>	109,3	100,0 ^(a)
<i>servizi</i>	72,8	100,0 ^(b)
Indice elementare n. 2 - attrattività degli Investimenti esteri	161,1	100,0 ^(c)
Indice elementare n. 3 - il lavoro straniero	108,9	100,0
<i>imprenditori</i>	94,1	100,0 ^(d)
<i>lavoratori</i>	123,7	100,0 ^(e)
Indice internazionalizzazione sociale (Isti)	117,3	100,0
Indice elementare n. 4 - presenza popolazione straniera	117,4	100,0 ^(f)
Indice elementare n. 5 - turismo internazionale	104,5	100,0 ^(g)
Indice elementare n. 6 - formazione internazionale	130,1	100,0 ^(h)

^(a) il dato dell'import-export merci è aggiornato al 2005, fonte Istat, banca dati Coeweb; il dato del Pil è stimato a valori correnti al 2005, fonte Prometeia, *Scenari delle economie locali*, ottobre 2006

^(b) il dato dell'export servizi è aggiornato al 2005, fonte Ufficio italiano cambi; il dato nazionale è stato depurato dei dati relativi ai trasporti, non ripartibili a livello regionale

^(c) il dato degli Ide è aggiornato al 2005, fonte Ufficio italiano cambi, calcolato al netto dei disinvestimenti

^(d) il dato sugli imprenditori stranieri è aggiornato al 31.12.2005, fonte InfoCamere, banca dati Stock-view

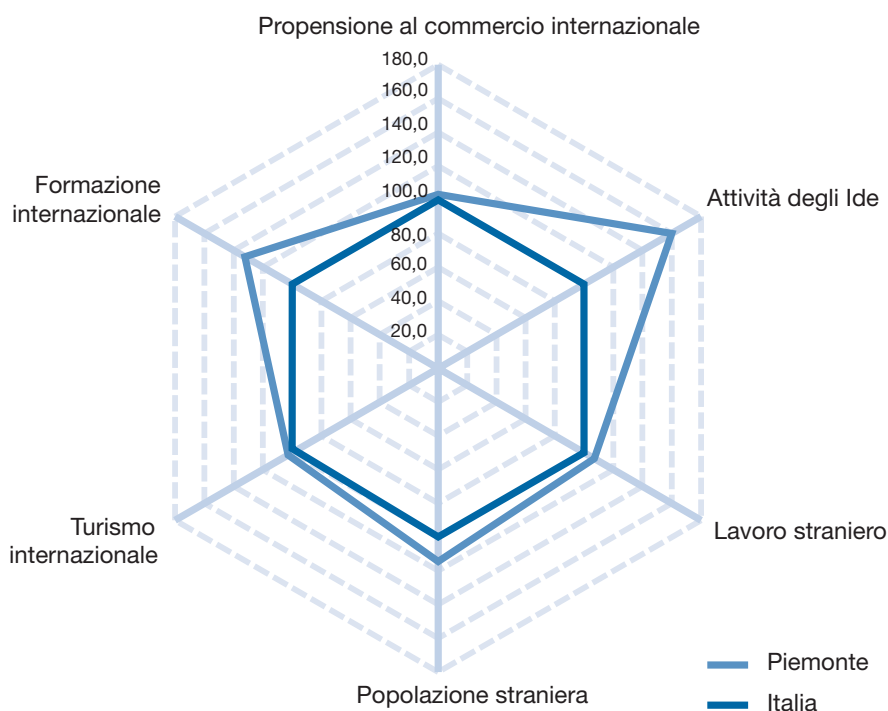
^(e) il dato sulle previsioni di assunzioni extracomunitari è di fonte Excelsior, il Sistema informativo per l'occupazione e la formazione di Unioncamere nazionale e Ministero del Lavoro

^(f) il dato sulla popolazione straniera è aggiornato al 2005, fonte Istat, *Statistiche del turismo* - Anno 2003

^(g) il dato sul turismo è aggiornato al 31.12.2005, di fonte Istat

^(h) il dato sugli studenti stranieri è aggiornato al 31.07.2005, fonte Miur e Istat

Il "diamante" dell'internazionalizzazione del Piemonte



Dal punto di vista economico, emerge chiaramente una discreta propensione all'import-export di merci fisiche, all'attrattività degli Ide (in rapporto al Prodotto interno lordo) e all'utilizzo di lavoro dipendente extracomunitario. Registrano, invece, valori sotto la media, sebbene in crescita rispetto all'anno precedente, la presenza di imprenditorialità straniera e il commercio estero di servizi.

Sul fronte sociale, il Piemonte evidenzia poi una maggiore presenza di turismo straniero sul totale dei turisti, nonché una percentuale superiore alla media nazionale di stranieri residenti e di studenti universitari provenienti da oltreconfine.

Passando all'analisi di benchmarking del Piemonte nei confronti delle altre regioni competitors, si evidenziano realtà molto differenziate.

In prima battuta occorre evidenziare come l'indice Isei, in considerazione anche dell'eccezionalità del dato piemontese sugli Ide in entrata, visto nel suo valore complessivo di sintesi, sia superiore solo per la Lombardia. Esistono comunque profonde specificità territoriali, come evidenziato nei rapporti degli scorsi anni. Lombardia e Veneto hanno valori elevatissimi nella propensione all'export di merci e servizi, mentre le stesse regioni sono posizionate agli antipodi nell'attrazione di capitali esteri. La Lombardia, per la sua centralità e per una competitività generale del territorio,

Indice dell'internazionalizzazione del Piemonte e delle regioni competitors

	Piemonte	Emilia Romagna	Lombardia	Veneto	Italia
Indice globale (Isei)	121,1	94,6	144,2	116,4	100,0
Indice internazionalizzazione economica (Iei)	124,5	77,9	142,7	93,6	100,0
Indice elementare n. 1 - propensione al commercio internaz.	103,5	106,3	162,6	124,1	100,0
<i>merci</i>	109,3	112,8	161,7	132,5	100,0
<i>servizi</i>	72,8	72,4	167,1	80,2	100,0
Indice elementare n. 2 - attrattività degli Investimenti esteri	161,1	16,3	151,9	45,4	100,0
Indice elementare n. 3 - il lavoro straniero	108,9	111,2	113,6	111,3	100,0
<i>imprenditori</i>	94,1	107,2	120,7	105,0	100,0
<i>lavoratori</i>	123,7	115,3	106,5	117,6	100,0
Indice internazionalizzazione sociale (Isi)	117,3	143,9	141,5	156,5	100,0
Indice elementare n. 4 - presenza popolazione straniera	117,4	151,7	154,6	148,9	100,0
Indice elementare n. 5 - turismo internazionale	104,5	54,4	117,3	135,7	100,0
Indice elementare n. 6 - formazione internazionale	130,1	225,6	152,5	184,8	100,0

attrae molti Investimenti diretti esteri, mentre il Veneto sembra sviluppare maggiormente una strategia mirata all'investimento in uscita. 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) che è meno di un quinto della media italiana.

Sul fronte sociale, appare opportuno evidenziare come in tutte e tre le regioni competitors esista ancora una presenza di popolazione straniera più consistente rispetto al Piemonte, con valori di densità superiori del 50% rispetto alla media italiana.

Sull'indice dedicato alla formazione internazionale, l'Emilia Romagna, la Lombardia e il Veneto hanno valori superiori alla media nazionale, un risultato decisamente positivo ed incoraggiante.

In questo specifico campo, primeggia l'Emilia Romagna che, specialmente con l'Università di Bologna, registra una consistente partecipazione studentesca straniera.

NOTE

NOTE