



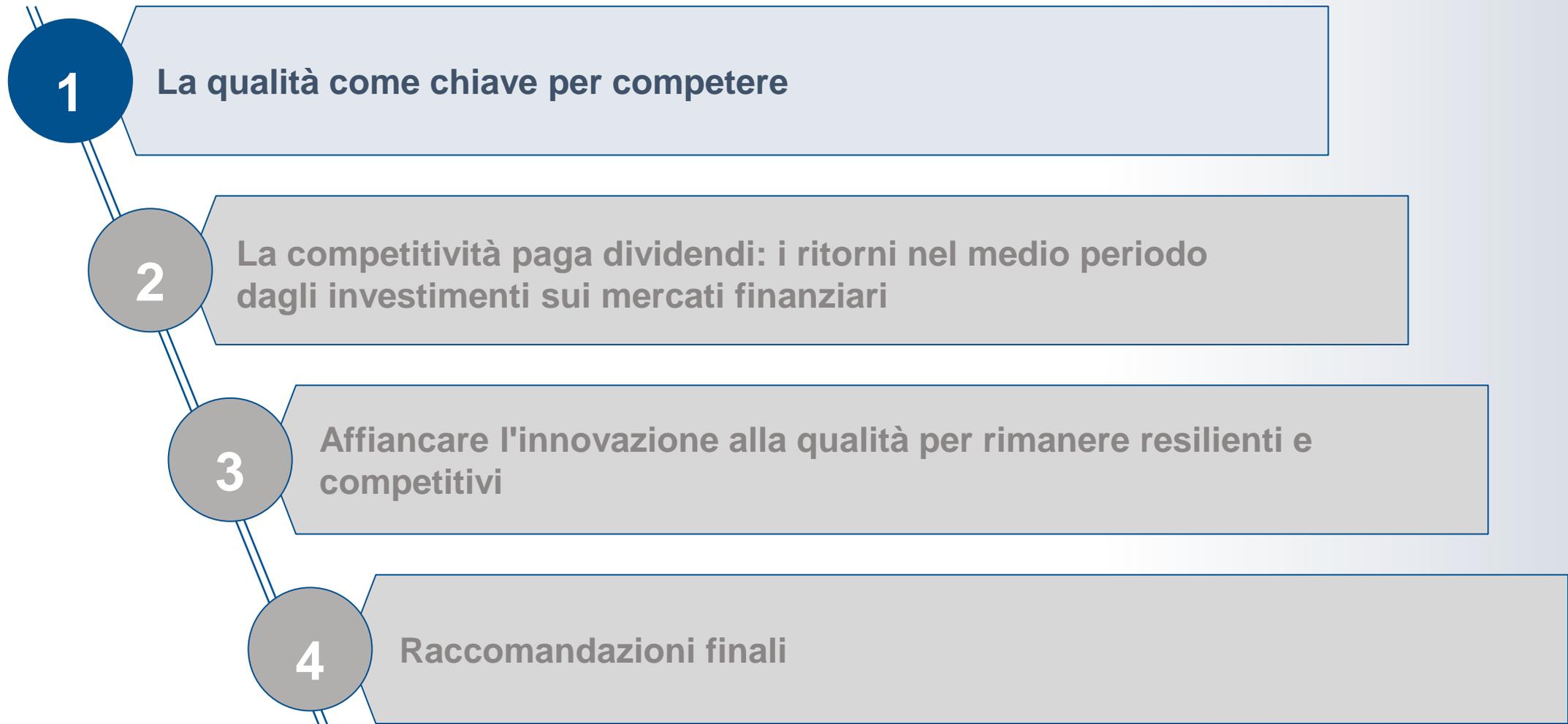
La performance del Made in Italy – qualità ed innovazione

Qualità ed innovazione come chiavi per competere e per rimanere resilienti

Alberto Antonietti - Vicepresidente Assoconsult

Consulting Day 2024
Napoli, 25 ottobre 2024





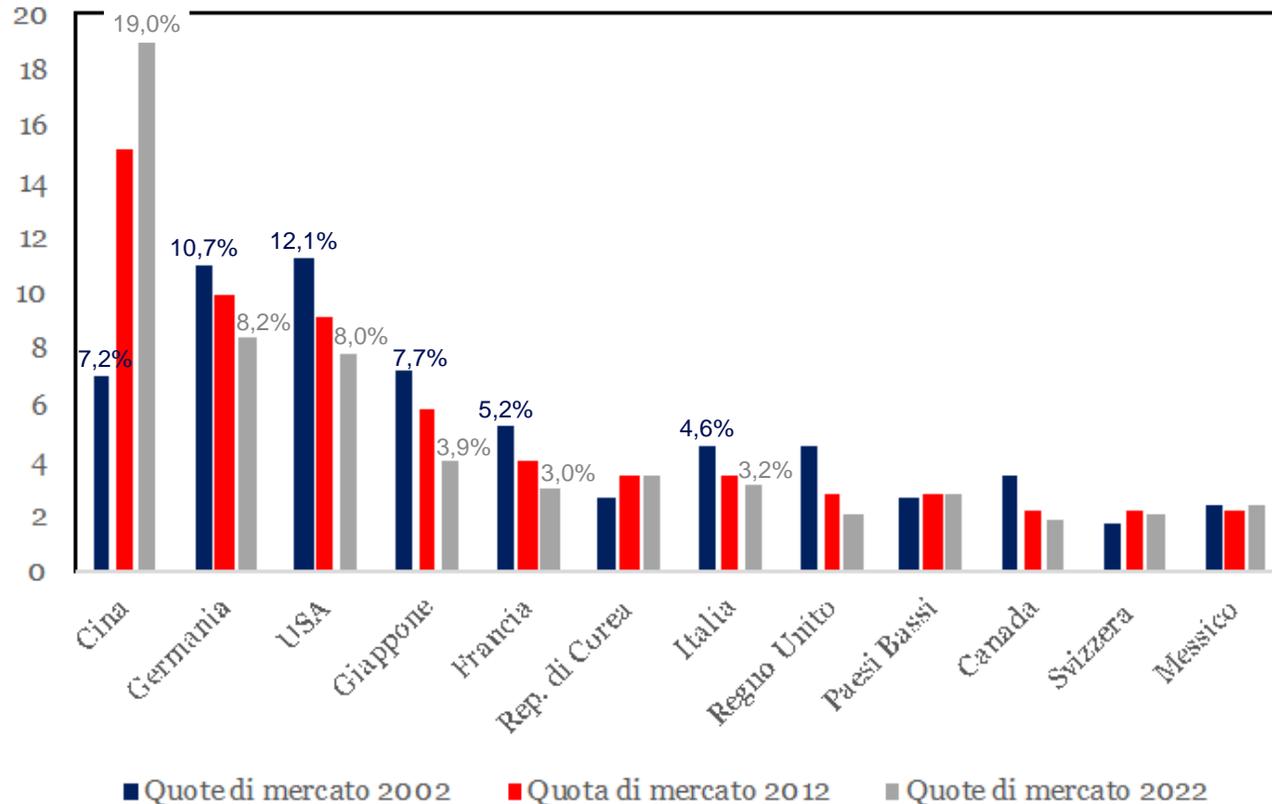


- ❑ **Il contesto internazionale è sempre più incerto e caratterizzato da crescenti tensioni geopolitiche**
- ❑ **Si accentua la divisione del mondo in blocchi di interessi geoeconomici contrapposti**
 - Tensioni tra USA e Cina, soprattutto riguardo a un possibile sorpasso tecnologico cinese, influenzano il quadro globale
 - I conflitti armati persistono in Ucraina (invasione russa del 2022) e in Medio Oriente (conflitto Israele-Gaza post-attentati del 2024)
- ❑ **Gli shock negativi aumentano l'incertezza e rendono più rischiosi gli investimenti, nonostante le transizioni digitali e verdi siano necessarie**
- ❑ **Le imprese esportatrici devono affrontare molti fattori, tra cui la scelta di mercati stabili e la necessità di adattare prodotti a gusti e standard in rapida evoluzione**
- ❑ **Le barriere tariffarie e le preferenze locali rendono difficile la penetrazione di alcuni mercati**
- ❑ **La gestione delle catene di fornitura è diventata centrale, spinta anche da criteri di sicurezza, dopo le interruzioni causate dalla pandemia**

L'Italia tra i maggiori esportatori globali



(Quote % di mercato dell'export nel tempo, 2002, 2012, 2022)



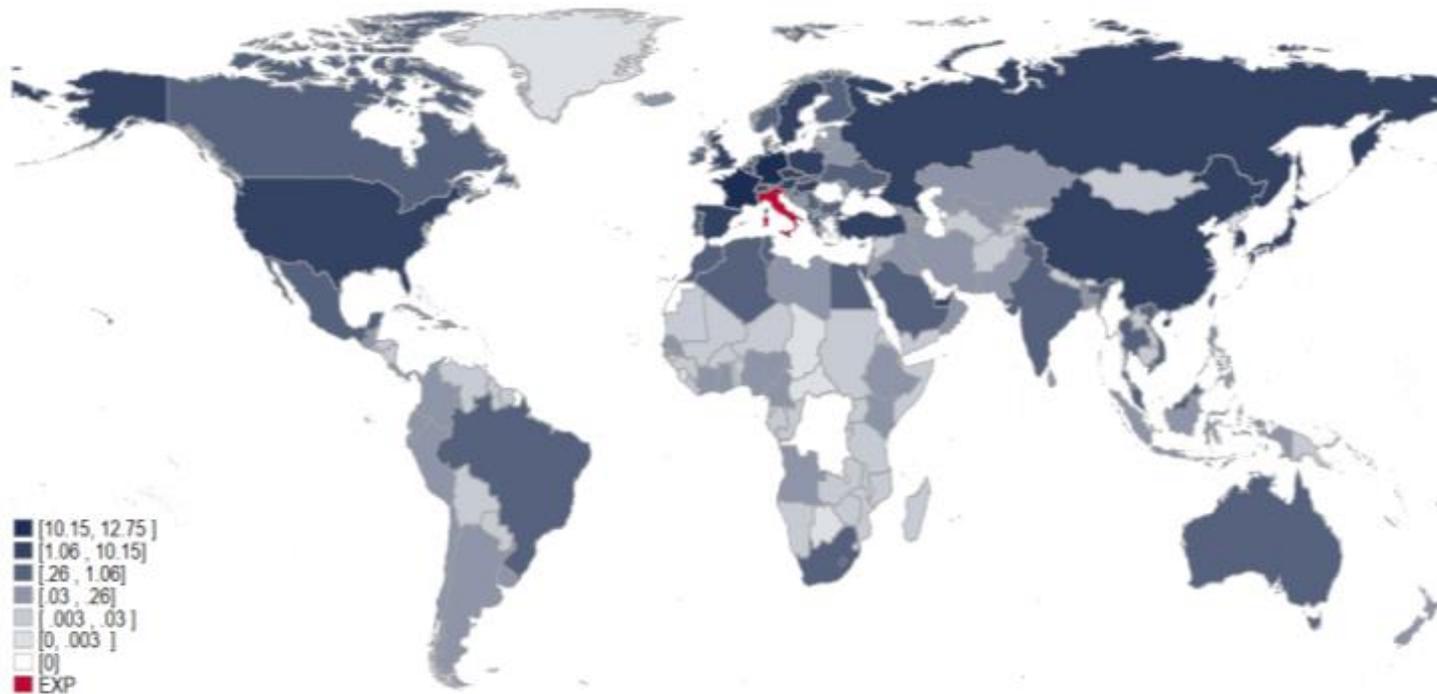
- La quota della Cina a partire dalla sua entrata nell'Organizzazione Mondiale del Commercio è quasi triplicata
- L'ascesa della Cina sullo scenario internazionale ha spiazzato le quote di tutti gli altri paesi
- Non fa eccezione l'Italia, la cui quota si è ridotta dal 4,6% a poco più del 3% dell'export mondiale

Fonte: elaborazioni CSC Advisory su dati Cepii-BACI (UN-Comtrade).

Principali destinazioni per il Made in Italy



(% mercato su export totale italiano, media 2017-2022)



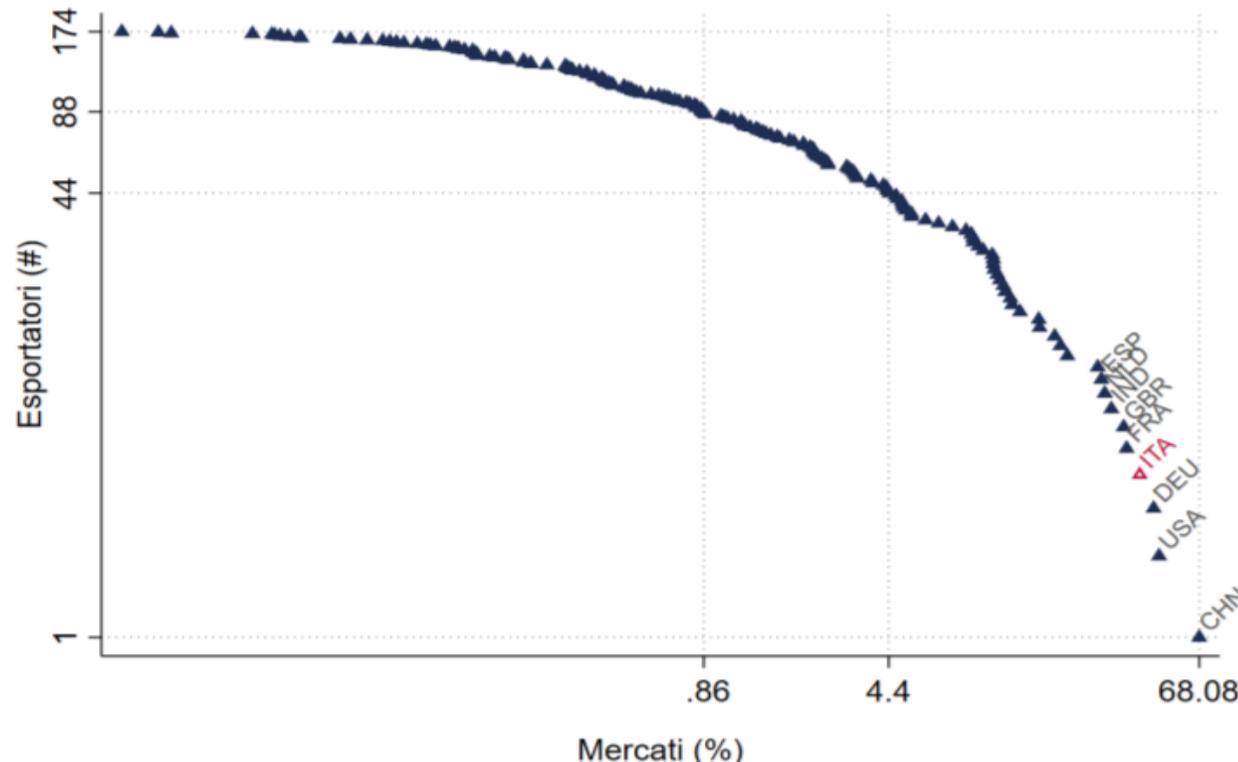
Fonte: elaborazioni CSC Advisory su dati Cepii-BACI (UN-Comtrade).

- ❑ La bussola del Made in Italy punta a Ovest, UE e USA i principali mercati di riferimento
- ❑ L'Italia tesse relazioni geoeconomiche più stringenti con i partner tradizionali, per gli equilibri affermatasi nella seconda metà del Novecento
- ❑ L'acuirsi delle tensioni in atto tenderanno a rafforzare queste tendenze

Il Made in Italy arriva ovunque



(Frontiera dei possibili mercati di destinazione, combinazioni di paesi e categorie di prodotto, 2022)



Fonte: elaborazioni CSC Advisory su dati Cepii-BACI (UN-Comtrade).

- ❑ Ci sono quasi un milione di possibili destinazioni (4.553 prodotti scambiati per le 218 possibili destinazioni risultano in 992.554 'mercati ipotetici')
- ❑ La Cina ne raggiunge quasi il 70%, la Germania (45,5%) e gli Stati Uniti (47,7%)
- ❑ L'Italia, con una popolazione che rappresenta circa il 4% di quella cinese, ne raggiunge il 40,3%

Quali sono i settori con una maggiore 'vocazione' alla qualità



(Peso % dell'export sul totale italiano del settore delle categorie di prodotto con qualità sopra al 75esimo percentile di qualità à la Amit Khandelwal, le frecce si riferiscono alla variazione tra il 2002 e il 2022)

	Quota con qualità al 75° percentile			
	2002	2012	2022	
Alimentare	66,1	67,1	78,7	↑
Bevande	87,4	94,9	95	↑
Chimica e farmaceutica	50,7	51,1	62,4	↑
Cosmetica	50,6	69,7	36,5	↓
Gomma-Plastica	53	48,8	61,4	↑
Tessile, abbigliamento e pelle	83,1	81,9	88,3	↑
Legno e Arredo	56,5	54,5	54	↓
Ceramica	93,9	93,7	94	↑
Metalli	53,5	45,3	58,1	↑
Macchinari	56,3	58,3	60,2	↑
Apparecchiature elettriche	19,3	17,7	21,6	↑
Apparecchi ottici	28,1	36,6	41,7	↑
Autoveicoli	50,4	43	61,8	↑
Nautica	96,6	41,5	3,6	↓
Altri mezzi di trasporto	33,9	76,4	9,1	↓
Altro	48,4	40,3	49,9	↑

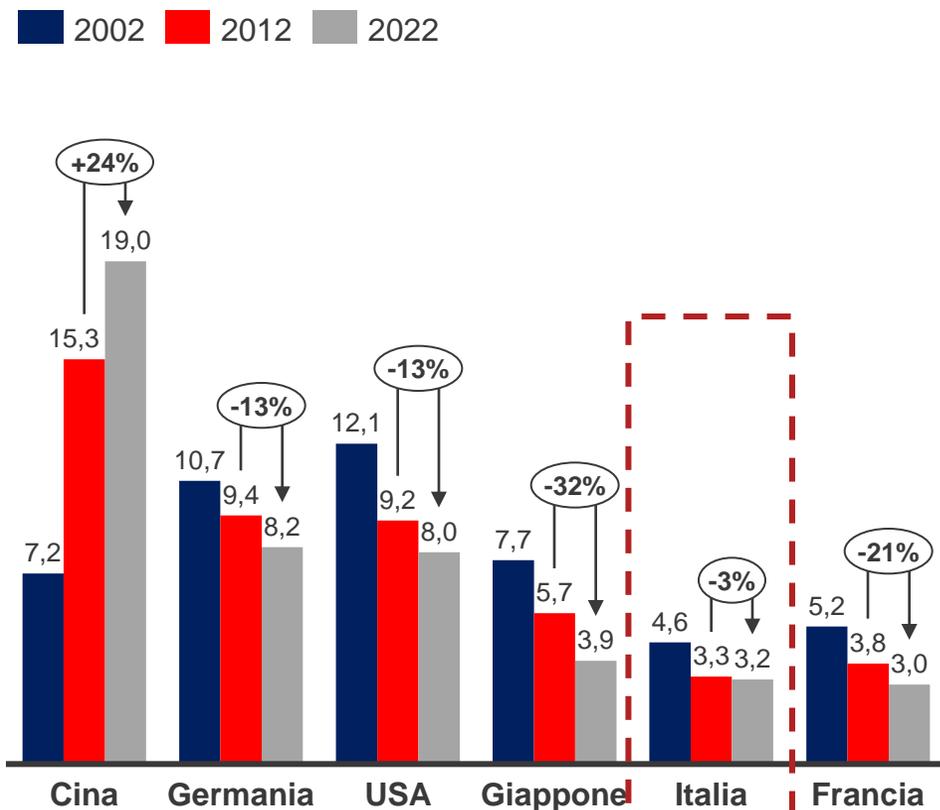
- ❑ L'Italia è andata specializzandosi sempre di più su segmenti di produzione di alta qualità
- ❑ Tendenza particolarmente evidente nei comparti dove le quote tengono maggiormente
- ❑ Fa eccezione la nautica, in cui il dato potrebbe essere sporcato dalla cantieristica. La nautica da diporto, invece, segue le tendenze osservate negli altri settori
- ❑ Anche la cosmetica in controtendenza, soprattutto perché rivolta a marchi stranieri per la valorizzazione pre-vendita

Fonte: elaborazioni CSC Advisory su dati Cepii-BACI (UN-Comtrade).

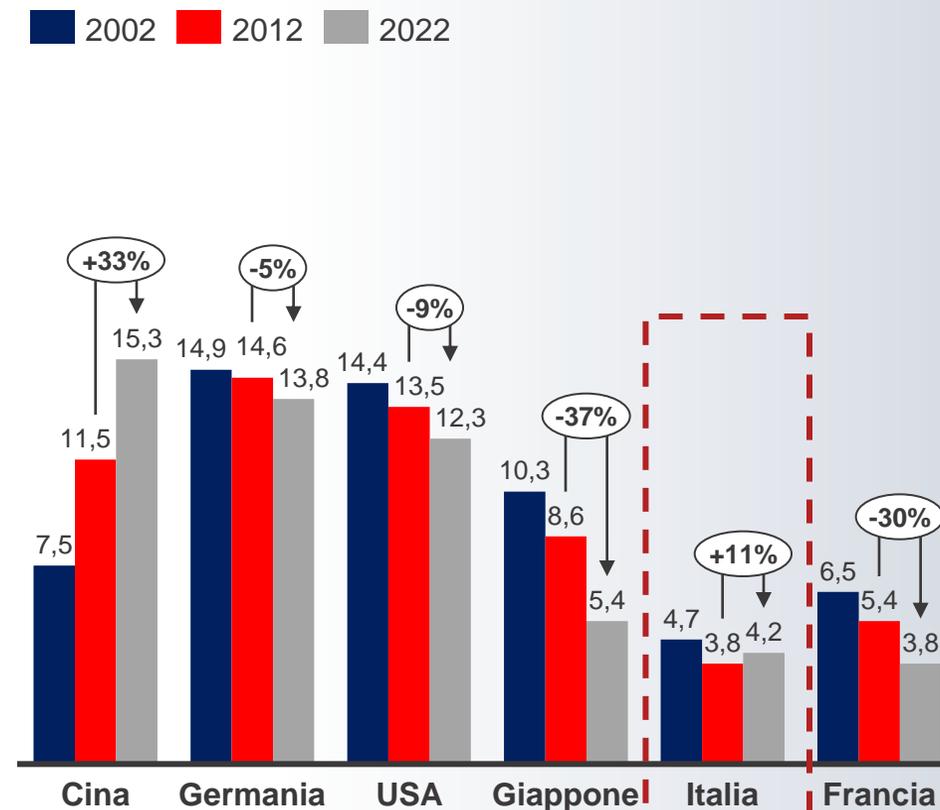
La qualità come chiave per la resilienza



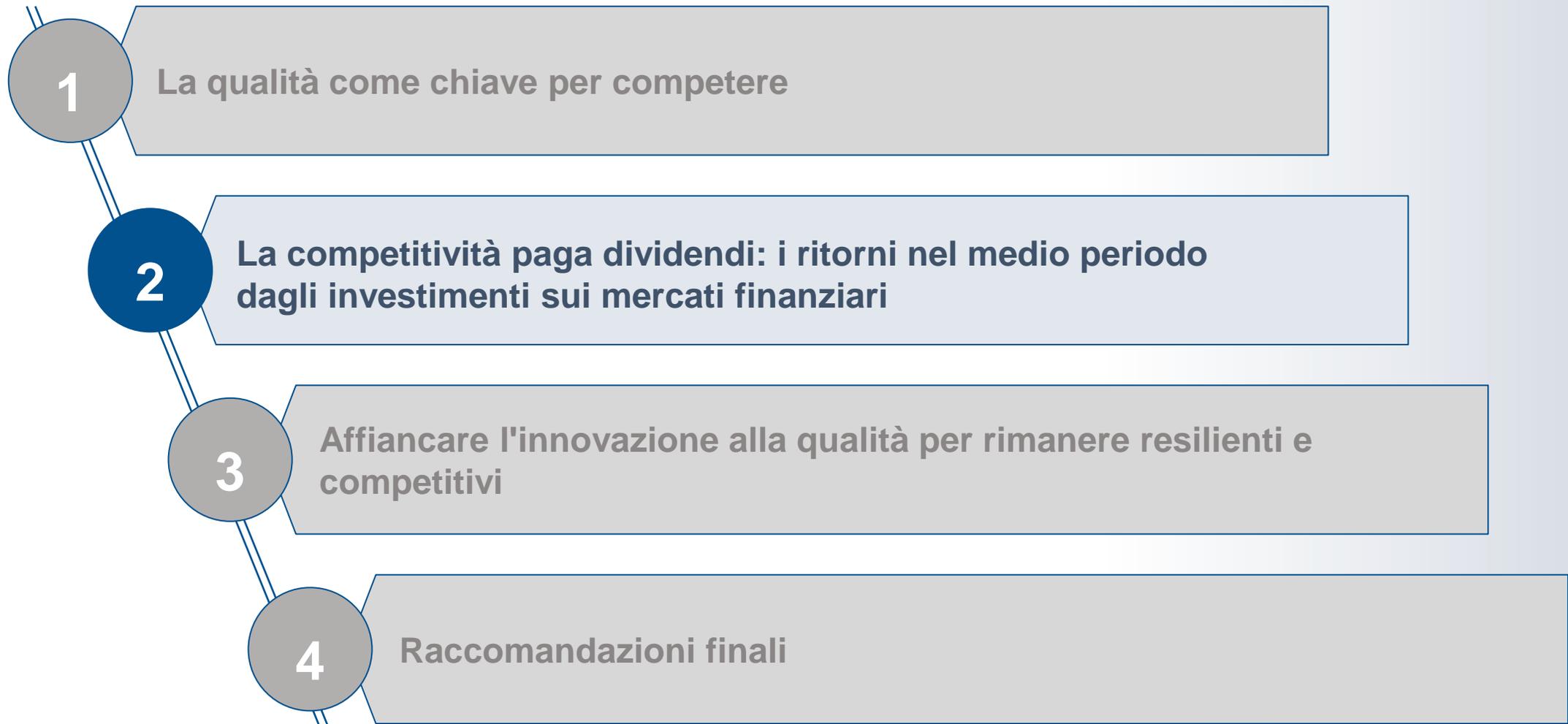
(Quote di mercato dell'export)



(Quote di mercato dell'export di qualità)



Fonte: elaborazioni CSC Advisory su dati Cepii-BACI (UN-Comtrade).





Le imprese europee appartenenti ai settori oggetto del Rapporto, i quali presentano caratteristiche spiccate di competitività, hanno tendenzialmente offerto anche migliori ritorni di investimento sui mercati finanziari



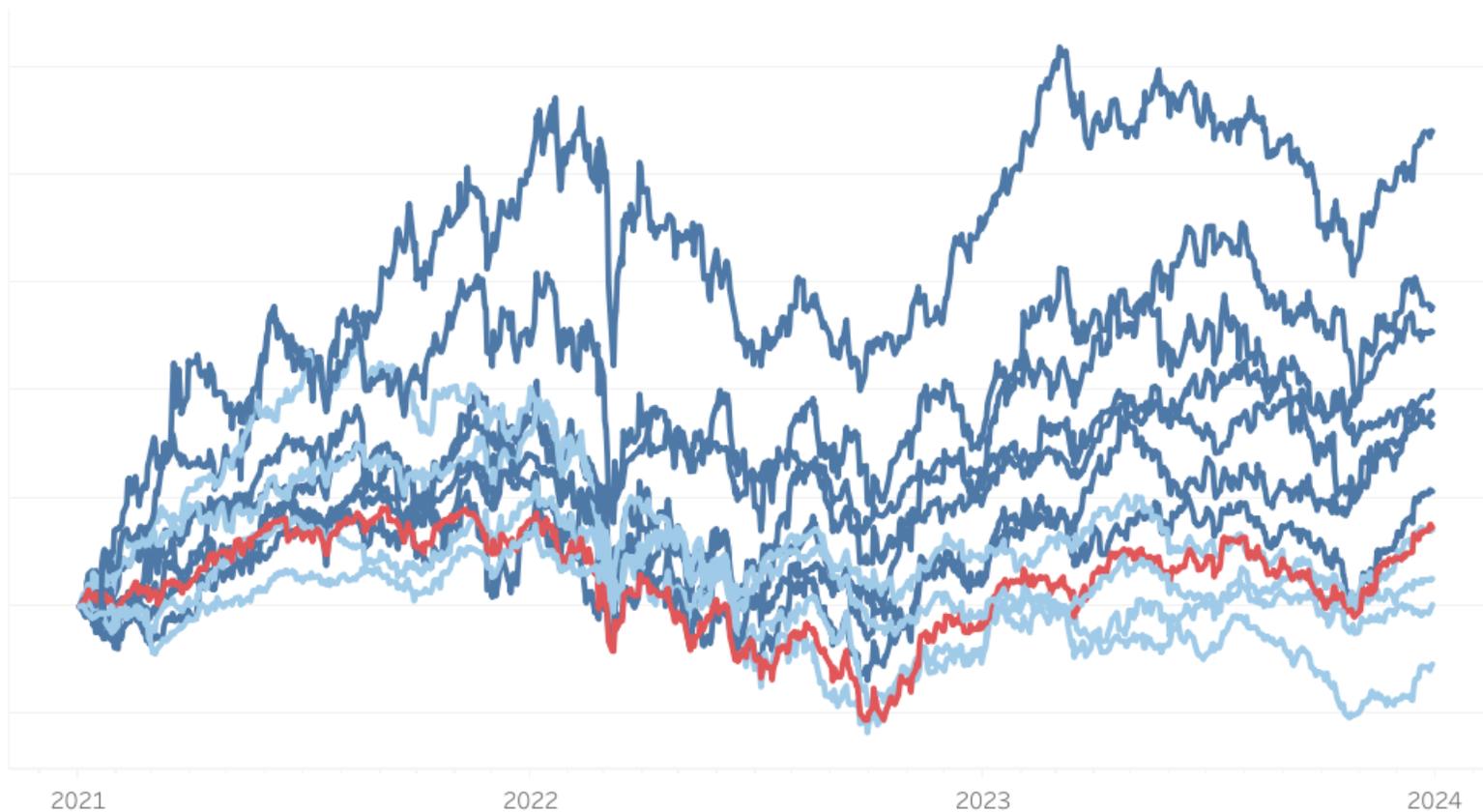
In Europa, i settori considerati nell'analisi in 7 casi su 11 hanno, nell'arco di 3 o 5 anni (fino alla fine del 2023), offerto ritorni finanziari totali lordi migliori se comparati ad un benchmark continentale di riferimento rappresentativo dell'intero mercato.

*Società selezionate con headquarter in Europa occidentale, settentrionale e meridionale (indipendentemente dal mercato di quotazione), attive a luglio 2024, con Market Cap di almeno 10 milioni di Euro.
Indici settoriali Il Sole 24 ORE Total Return
vs.
FactSet Europe Total Return*

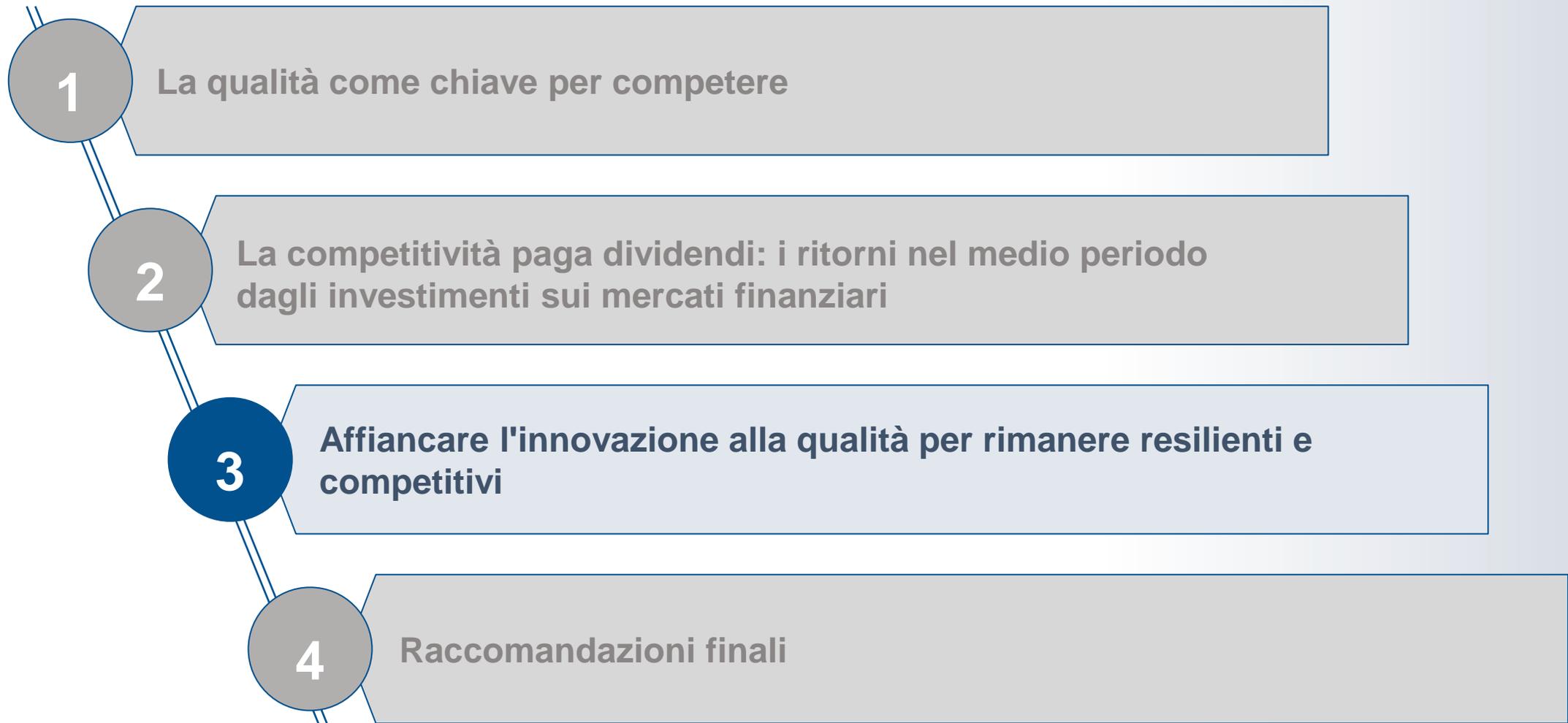
In dettaglio: cosa è successo a questi settori in Borsa nel triennio dal 2021 (post-Covid19) al 2023



L'inflazione torna a crescere



- ❑ Sette settori su undici hanno sovraperformato rispetto al benchmark europeo (FactSet All shares Europa TR, in rosso)
- ❑ TOP: Nautica, Automotive, Altri Mezzi di Trasporto





Grazie alla **qualità**, il nostro export è stato resiliente

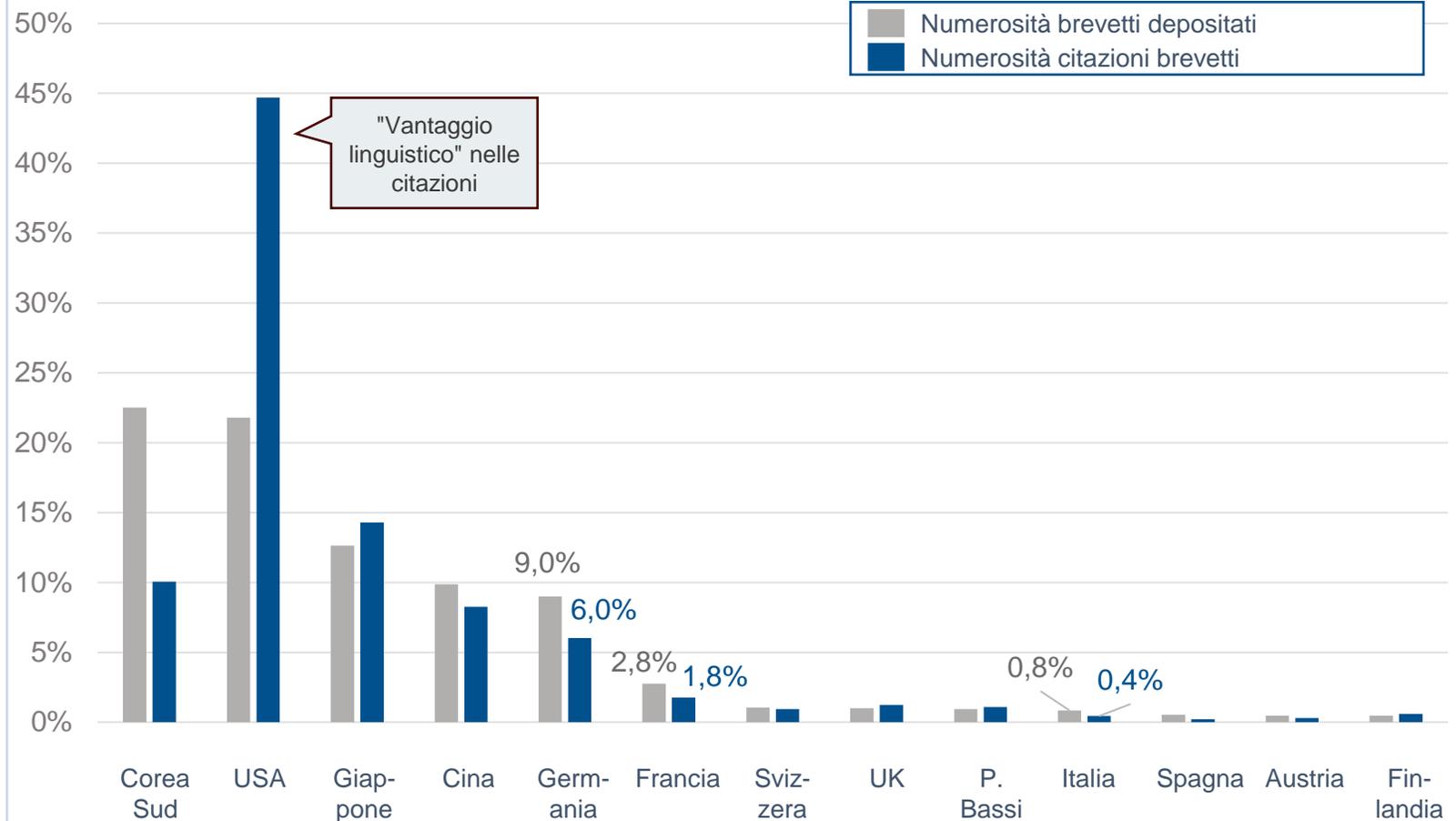
Determinante per la qualità è anche l'**avanzamento tecnologico**, trasversalmente a tutti i settori dell'economia

Ci siamo chiesti come si posizioni l'Italia in termini di capacità innovativa e il suo impatto sull'export

L'Italia presenta un livello di innovazione non ottimale se confrontata con gli altri paesi

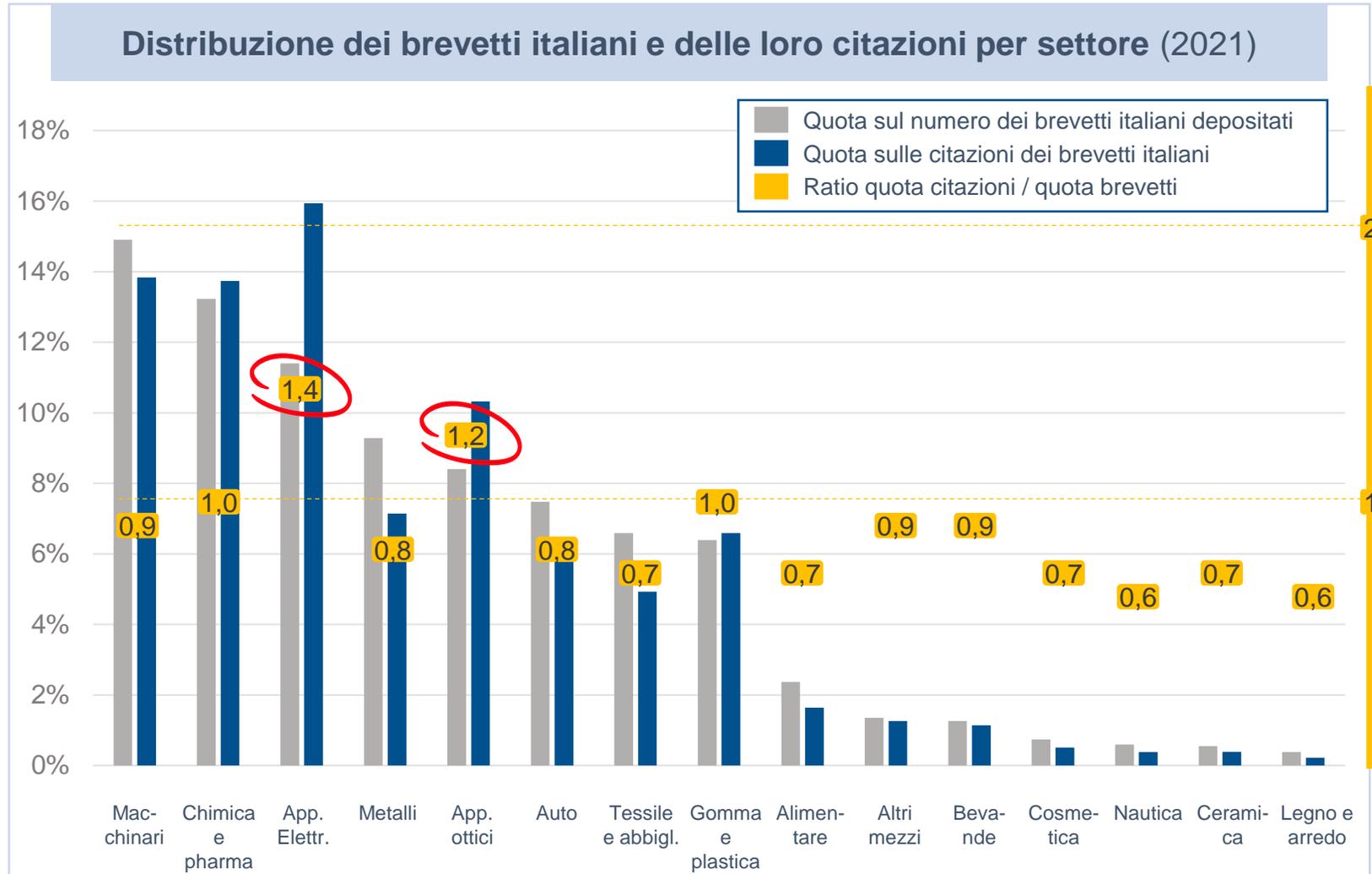


Quota % di brevetti sul totale mondiale e totale citazioni degli stessi (2021)



- ❑ Nello studio, abbiamo analizzato le dinamiche dei **brevetti** come proxy del **livello di innovazione**, per paese e per settore
- ❑ È emerso un **limitato contributo Italiano all'innovazione** sia per numerosità di **brevetti** che per numerosità di **citazioni** degli stessi

La distribuzione dei brevetti rispecchia la rilevanza dell'innovazione tecnologica nei vari settori...



- Distribuzione brevettuale "fisiologica" a seconda delle caratteristiche del settore** – prevalentemente concentrata in settori a maggiore contenuto tecnologico
- Confermata capacità Italiana di depositare brevetti di qualità** prevalentemente in settori ad elevato contenuto tecnologico

...ma il confronto con gli altri paesi rivela che innoviamo troppo poco nei settori dove l'avanzamento tecnologico conta di più

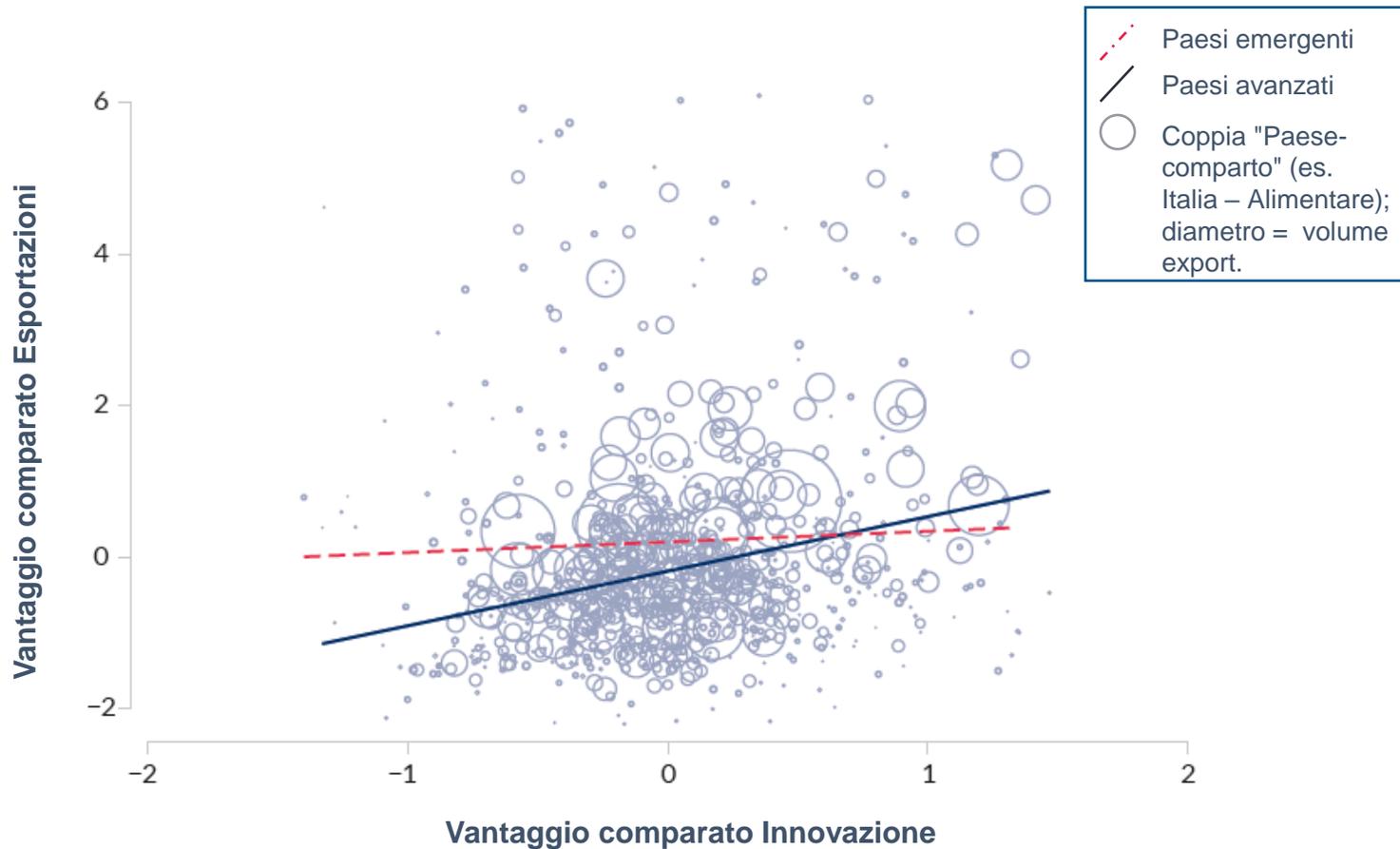


- Specializzazione brevettuale più alta nei settori del Made in Italy** (es. bevande, legno e arredo, tessile, alimentare)
- Quindi, anche se per i settori del Made in Italy **l'innovazione ha contribuito a sostenere la qualità e la competitività del settore**
- Specializzazione brevettuale carente in settori dove il livello tecnologico e di innovazione è determinante** (es. apparecchi ottici, macchinari, apparecchiature elettriche)

Esiste un legame positivo fra vocazione innovativa ed export, in particolare nei paesi maggiormente sviluppati



Legame fra innovazione ed export per paesi emergenti e avanzati

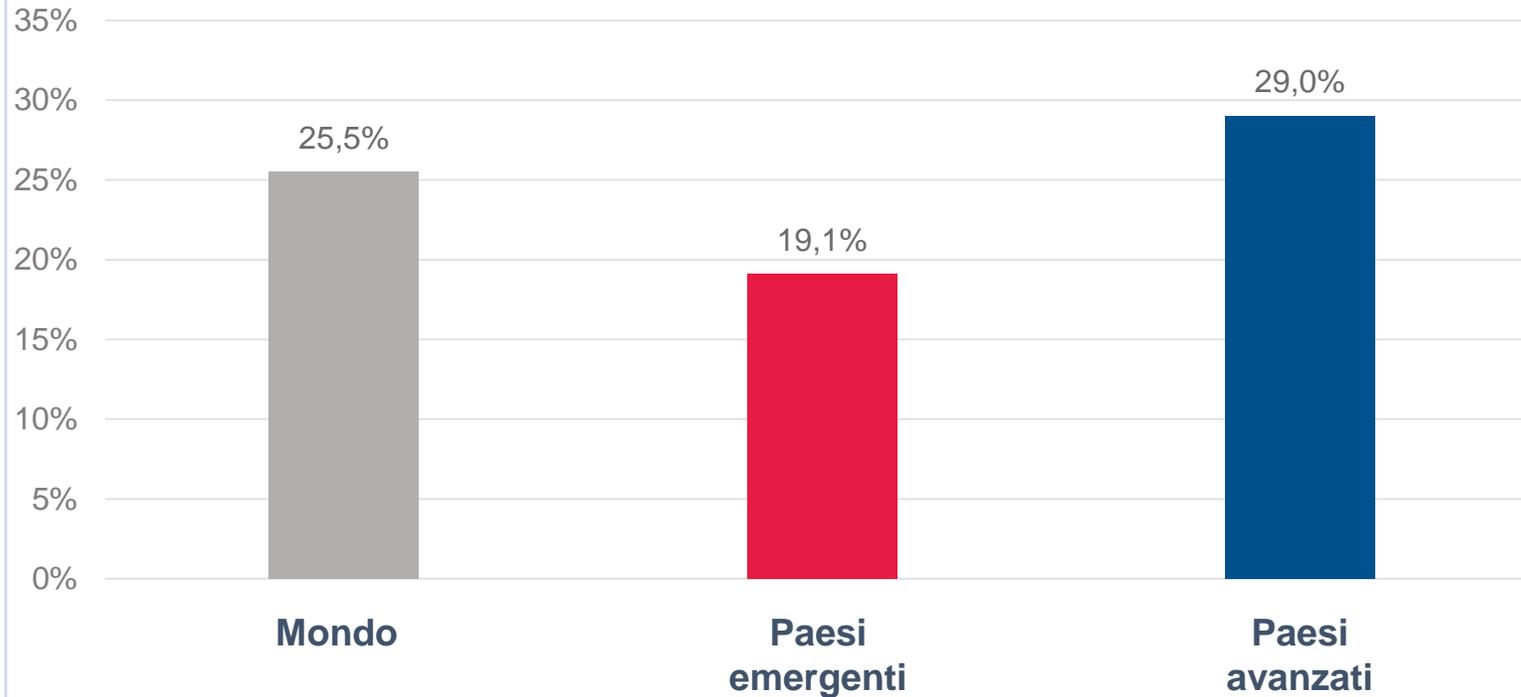


- ❑ Per i paesi maggiormente sviluppati c'è una **forte correlazione fra livello di innovazione e successo nelle esportazioni** rispetto ai paesi in via di sviluppo
- ❑ È **fondamentale far crescere il tasso di innovazione Italiano** per ulteriormente contrastare la riduzione delle quote di export a favore dei paesi emergenti

Al raddoppiare dell'innovazione l'export può aumentare di circa il 30% per i paesi avanzati

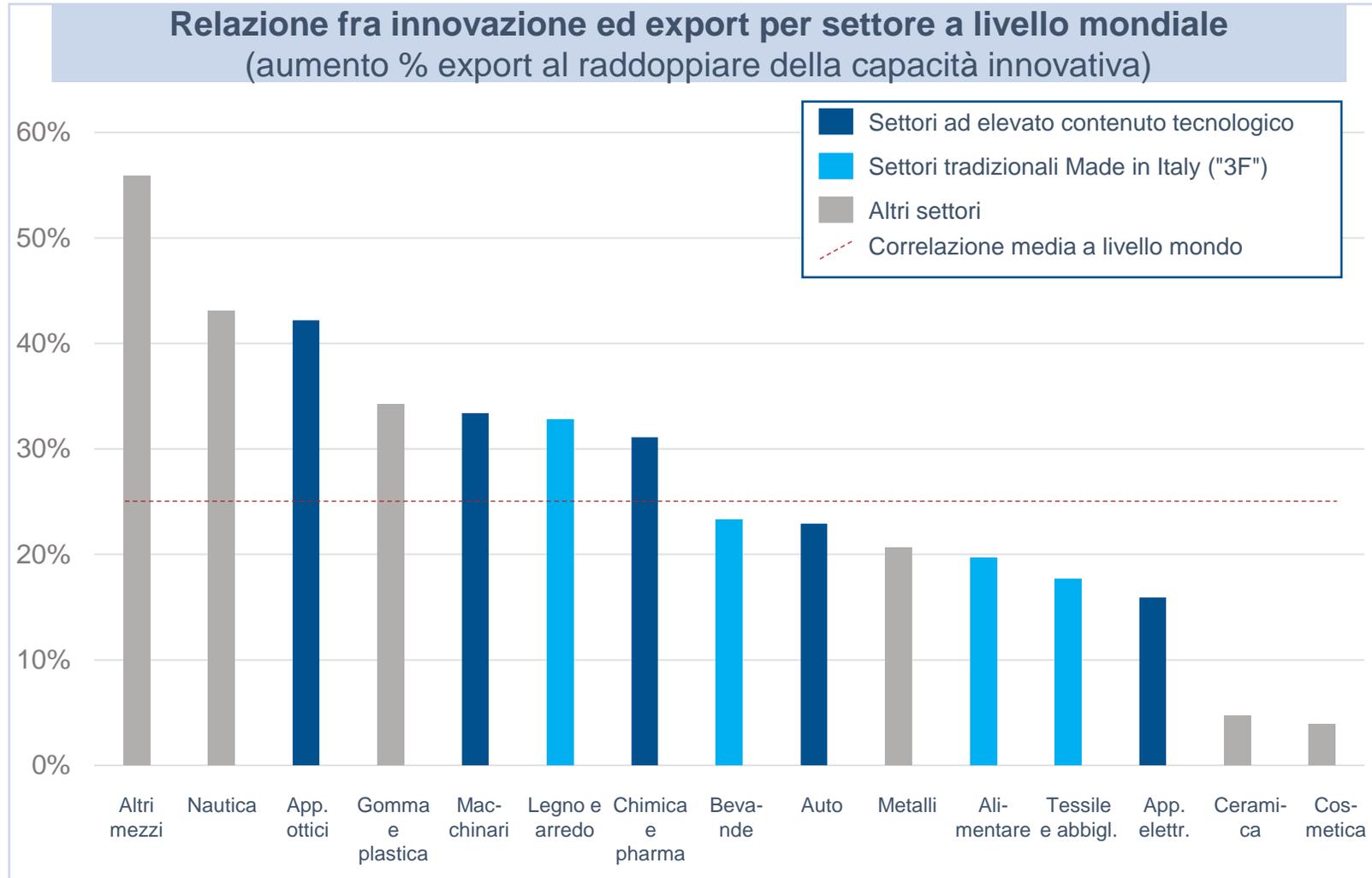


Incremento delle esportazioni in caso di raddoppio della capacità innovativa



Presente una **forte correlazione fra esportazioni ed innovazione**, in particolare nei paesi avanzati

La correlazione innovazione-export è significativa per tutti i settori, ma lo è in particolare per quelli ad alto contenuto tecnologico

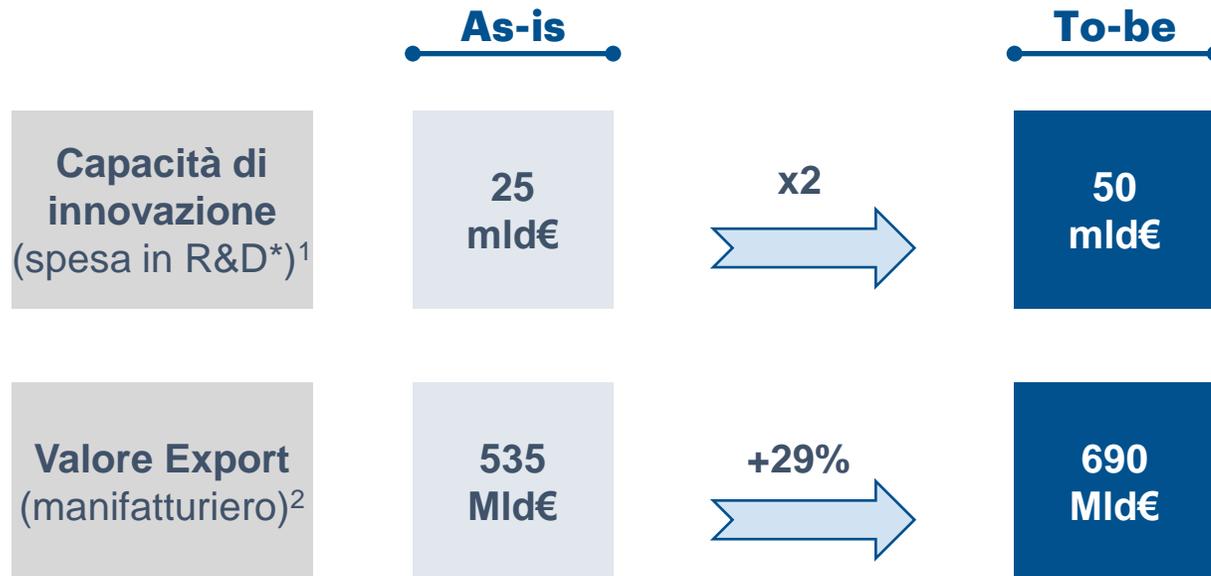


- ❑ La maggior parte dei settori ad alto contenuto tecnologico evidenzia una **correlazione** innovazione-export **superiore alla media**
- ❑ I settori del **Made in Italy tradizionale** mostrano comunque una **correlazione rilevante**
- ❑ All'aumentare dell'innovazione si genera un **effetto volano sulle esportazioni** trasversalmente tutti i settori

La posta in gioco per il Sistema Italia è molto alta: al raddoppiare dell'innovazione l'export può aumentare di oltre 150 Mld €



Simulazione per l'Italia



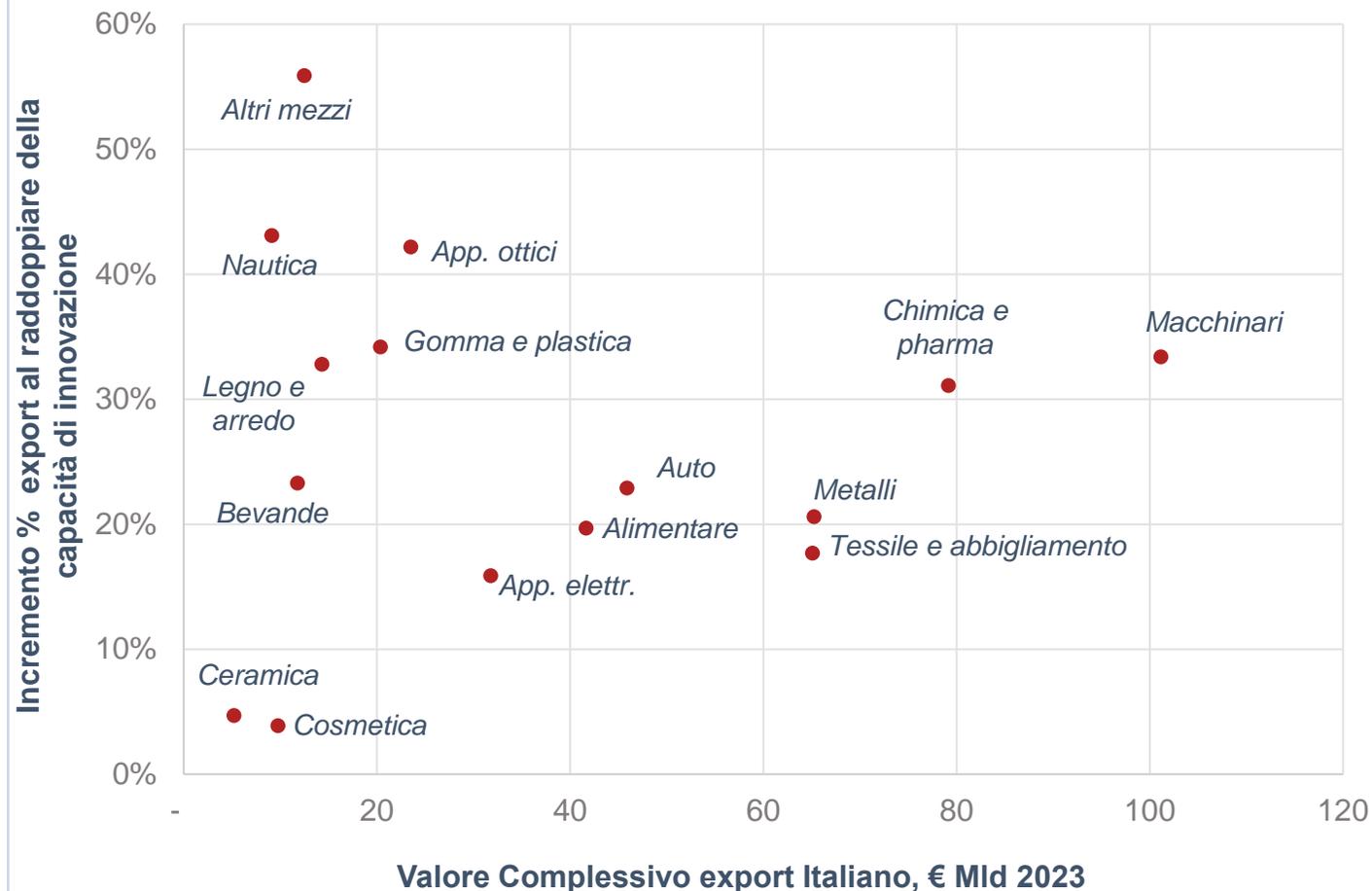
* La simulazione ipotizza un'elasticità pari a 1 fra aumento della spesa in R&D e capacità di brevettare

- ❑ Raddoppiando la spesa in innovazione (+25mld€) riusciremmo ad aumentare di **155mld€** le nostre esportazioni
- ❑ Un simile aumento delle esportazioni porterebbe benefici importanti al benessere dell'intero **Sistema paese** (occupazione, reddito, maggior gettito fiscale, ...)

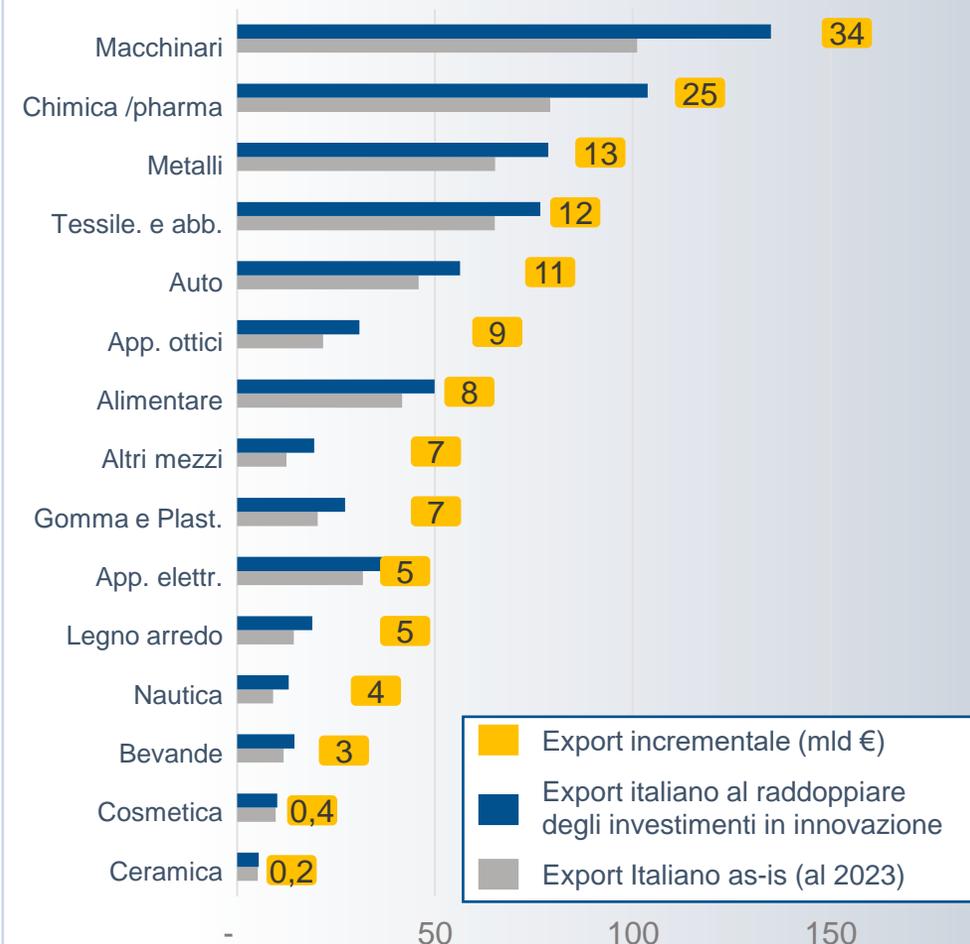
In ottica di orientamento degli investimenti alcuni settori hanno un maggior beneficio potenziale sull'export

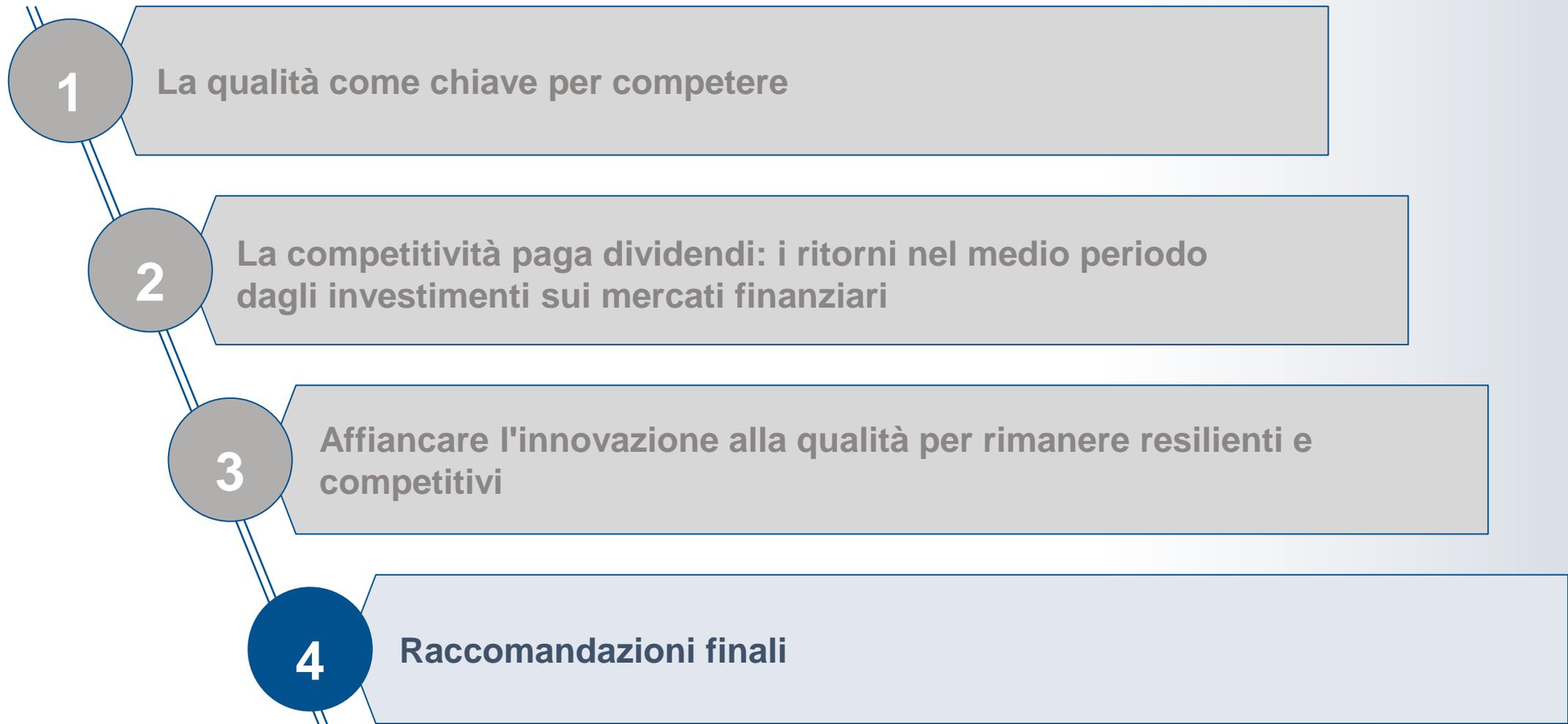


Mappa di orientamento degli investimenti in innovazione per settore



Impatto del raddoppio degli investimenti in innovazione sull'export per settore (export mld€)





Abbiamo individuato tre principali direttrici per favorire e focalizzare lo sviluppo dell'innovazione del Sistema Italia



Possibili direttrici

Obiettivo

Favorire e canalizzare l'innovazione per sostenere la competitività delle nostre esportazioni

1

Favorire un **maggior coordinamento** fra i **soggetti** incaricati dell'innovazione

2

Incentivare un **maggior coinvolgimento** delle imprese italiane coinvolte in tutta **la filiera**

3

Indirizzare gli investimenti anche in nuove tecnologie, in particolare su **AI e Gen AI**

È necessario promuovere un approccio integrato fra i soggetti incaricati all'innovazione



Policy Maker/
enti pubblici



Associazioni di
categoria



Imprese



Università



Istituti di ricerca



Venture capital

❑ Fondi Horizon su numero istituti di ricerca¹:

- Italia: 55% fondi su 8 istituti
- Germania: 53% fondi su 3 istituti
- Francia: 55% fondi su 2 istituti

❑ Venture capital: limitati investimenti in Italia rispetto ai principali paesi Europei:

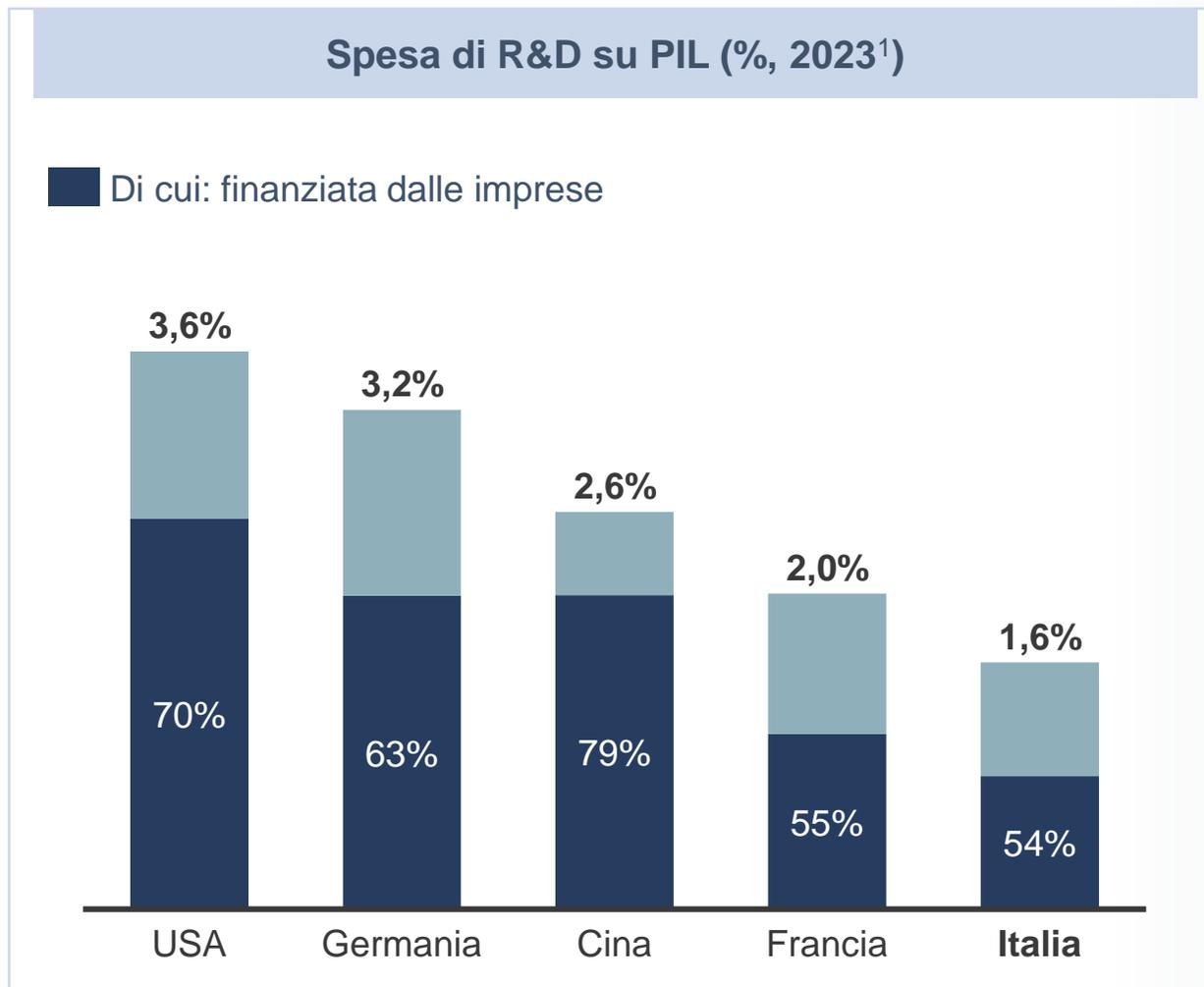
- Italia: 0,024% PIL
- Germania: 0,049% PIL
- Francia: 0,074% PIL

Occorre gestire la frammentazione fra i soggetti incaricati di favorire processi di innovazione tramite un approccio integrato e sinergico per massimizzare l'impatto delle politiche a sostegno dell'innovazione

È importante favorire un maggiore coinvolgimento delle imprese al finanziamento ed all'orientamento dell'innovazione



L'innovazione in Italia è focalizzata ad avere un **impatto concreto** su tessuto industriale domestico ed estero ma sono **presenti livelli di coinvolgimento diversi** fra i vari soggetti



Tale innovazione non è però guidata dagli investimenti delle aziende che è necessario diano un **contributo maggiore** vista la nostra capacità di effettuare innovazione di qualità

I maggiori investimenti in innovazione possono essere abilitati anche da azioni strategiche che innalzino la competitività del Sistema Italia



STRATEGIE DI FILIERA



- Creazione di **campioni** nazionali ed europei
- **Re-shoring**
- **Coinvolgere le filiere** nell'intero sistema d'innovazione (es. open innovation)

POLITICHE DI INVESTIMENTO ED INCENTIVI



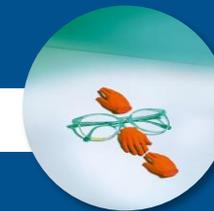
- **Meccanismi fiscali semplici e orizzontali**, in sinergia con l'Europa
- **Innovazione digitale da affiancare** ad un **approccio sostenibile** ed alla **transizione energetica**
- **Incentivazione M&A** per creazione massa critica e sinergie

FOCUS TECNOLOGIA



- **Dati and Digital everywhere**
- **Artificial Intelligence / Gen AI** a scala (🔍 approfondimento in slide successiva)
- **Collaborazione cross-livello per strategie sistemiche** su **tecnologie** di rilevanza strategica

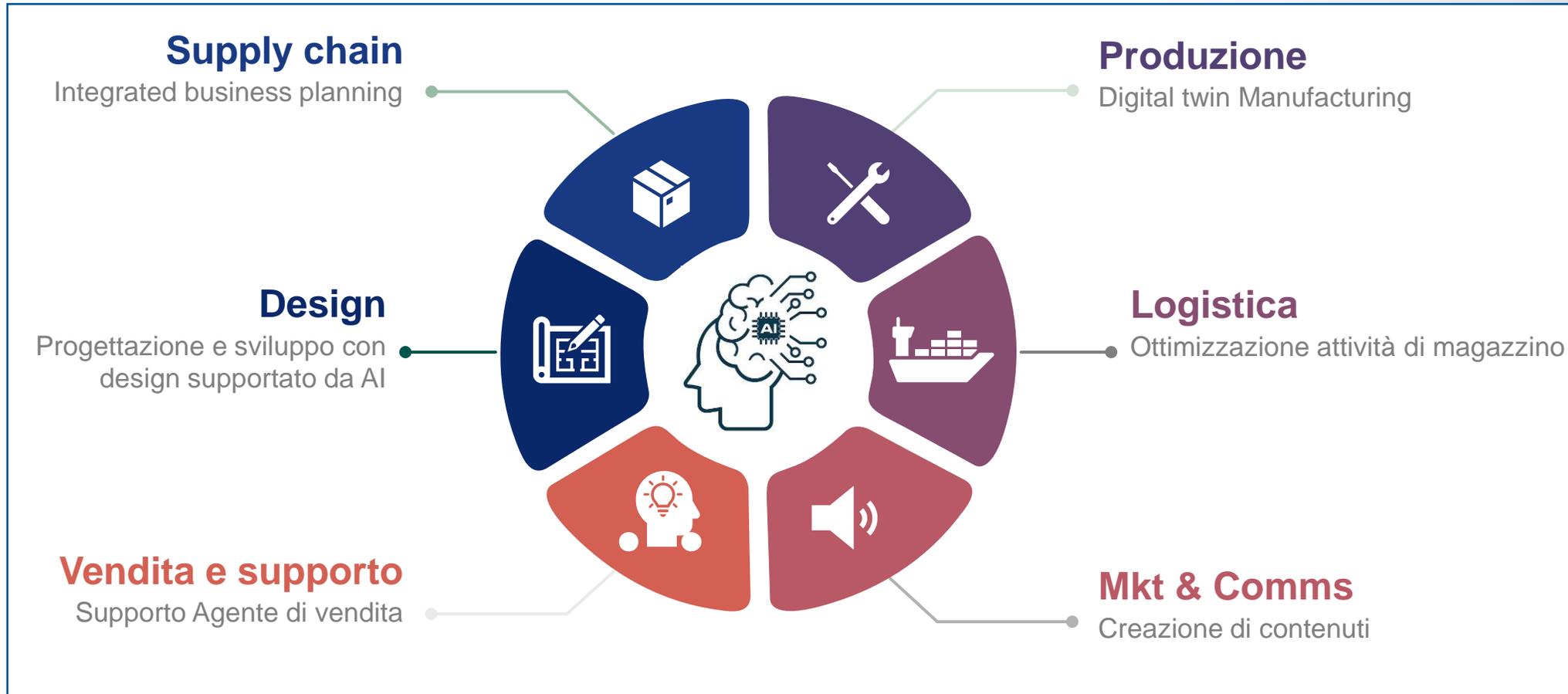
STRATEGIE DI MARKETING



- **Arricchire l'immagine di qualità** dei prodotti Italiani come **prodotti tecnologicamente avanzati**
- Difesa dalla contraffazione, **attacco al «Fake-Italy»**
- **Valorizzazione sistemica** del brand **«Made in Italy»**

Education ed adattamento delle competenze

L'investimento in AI sarà chiave per potenziare le capacità umane ed il «genio italico», in ogni ambito della catena del valore



Recenti studi¹ sulla AI/ Gen AI e la loro capacità di impattare tutta la catena del valore stimano (entro il 2030) un ritorno di 4,6\$ per ogni 1\$ investito in tali tecnologie