

## Rapporto Export *Update* 2019-2022. L'export tiene il passo ma rallenta

SACE SIMEST (Gruppo CDP) aggiorna le previsioni del Rapporto Export: dopo il 3,2% stimato per il 2019, le nostre esportazioni sono previste in aumento del 2,8% nel prossimo anno e del 3,7% medio annuo nel 2021-2022.

*Milano, 17 dicembre 2019* – Dai macchinari per lavorare tessuti pregiati in Perù a quelli utilizzati nei lavori di costruzione di nuove strade e porti nelle Filippine, dal Giappone che sta sempre più apprezzando il nostro vino alla Russia il cui interesse verso le birre artigianali sta crescendo notevolmente; dagli alimenti pronti o congelati per *single* in Francia alla richiesta dell'Indonesia di mobili in legno dal *design* italiano; dalle creme e prodotti per la cura personale in India grazie al miglioramento dello stile di vita ai medicinali e preparati farmaceutici nel Paese del Dragone: sono numerose le opportunità che le imprese italiane hanno nel 2020 e oltre per esportare il *Made in Italy* nel mondo.

Ma il quadro internazionale attualmente continua a essere caratterizzato da diversi rischi di natura politica ed economica: dalle tensioni commerciali tra Usa e Cina alla questione Brexit, dalle crisi di alcune economie emergenti (come l'Argentina) alle proteste che stanno interessando Hong Kong e alcuni Paesi dell'America Latina, fino alle persistenti difficoltà in alcune geografie dell'area medio-orientale. Nel corso dell'anno è aumentata l'incertezza sui possibili esiti di queste criticità e la magnitudo del loro impatto sulle scelte degli operatori economici a livello globale. Tutto ciò è oggetto della prima edizione del Rapporto Export *Update* 2019-2022, a sei mesi di distanza dalla pubblicazione del Rapporto Export 2019-2022 "Export Karma: il futuro delle imprese italiane passa ancora per i mercati esteri".

### Rapporto Export *Update* | Le previsioni riviste dell'export italiano per il 2019-2022

Le previsioni di crescita per l'export italiano di beni per il 2019 sono sostanzialmente confermate: dal 3,4% stimato a maggio scorso al 3,2%. La lieve correzione al ribasso è dovuta al rallentamento delle vendite dei beni di investimento e in particolare macchinari e mezzi di trasporto. Oltre ogni aspettativa invece le vendite dei prodotti nei settori della farmaceutica e alimentari. La dinamica positiva del nostro export però è influenzata dal peggioramento del quadro globale, tra tutti l'inasprimento della politica commerciale dell'amministrazione Trump. Per questo il 2020 vedrà un aumento più timido, del 2,8%. Per il biennio 2021-2022 le vendite di beni italiani all'estero dovrebbero accelerare il passo fino al 3,7% medio annuo, ipotizzando un progressivo miglioramento del contesto macroeconomico globale.

Tra i **paesi più promettenti** sono incluse diverse geografie asiatiche tra cui Cina, Giappone, India, Malesia e Vietnam, ma anche alcune economie del Nord Africa come il Marocco. In America Latina nuove opportunità di business potranno emergere in Perù e nel Medio Oriente in Qatar. Tra i paesi dell'area CSI, l'Ucraina potrebbe sorprendere così come Polonia, Repubblica Ceca e Ungheria nell'Europa dell'Est.

## Rapporto Export Update | Su quali settori e Paesi puntare?

Nel 2020 e nel successivo biennio l'export italiano continuerà ad avanzare grazie, principalmente, alla ripresa dei beni di investimento, che beneficeranno di una più favorevole dinamica della domanda globale trainata soprattutto dal recupero dei Paesi emergenti. Per contro, è atteso un rallentamento fisiologico dei beni di consumo e agroalimentari, dopo l'ottima performance di quest'anno, sebbene la crescita continuerà a ritmi relativamente più sostenuti soprattutto nel periodo 2021-22. L'Ufficio Studi di SACE SIMEST ha delineato i settori e i paesi più promettenti sui quali puntare.

**Meccanica strumentale.** Performance positive per il settore dei **macchinari** (+4,2% nel 2020 e +4,4%, in media, nel biennio 2021-22) sia nei principali mercati di destinazione quali **Cina, India, Spagna, Stati Uniti e Russia**, sia in diverse geografie meno battute in Africa Subsahariana, Asia e America Latina. In **Angola** c'è domanda di **macchinari industriali e agricoli**, coerentemente con la strategia del Governo che mira alla diversificazione dell'economia con investimenti in quest'ultimo settore. In **Ghana** e **Kenya** ci saranno opportunità per gli esportatori italiani di **macchinari per la trasformazione alimentare** e **macchinari impiegati nei comparti minerario e dell'oil&gas**. Nelle **Filippine**, tra gli altri, i nostri apparecchi e macchine **di sollevamento e movimentazione** troveranno terreno fertile grazie al massiccio programma di miglioramento delle infrastrutture in atto che comprende strade, porti e aeroporti, nonché al boom del settore edile. In **Vietnam**, i **macchinari** richiesti sono quelli dei settori **conciario-calzaturiero** e del **tessile-abbigliamento**; ma anche per la lavorazione di **gomma e plastica, legno e mobili**. In **Perù** le prospettive sono positive per i **macchinari**, sia per **l'industria agro-alimentare, sia per quella tessile**, poiché sta tentando di riposizionarsi su una fascia più alta di mercato sfruttando le pregiate materie di cui dispone, quali fibre di alpaca e vigogna, nonché cotone di ottima qualità, ma ha bisogno di tecnologie produttive più avanzate.

**Chimica.** Gli esportatori italiani del settore, i cui fatturati all'estero sono previsti avanzare dell'1,8% nel 2020 e del 3,6% in media nel biennio 2021-22, potrebbero essere ripagati da strategie e azioni mirate in **Cina e India**. Nel Paese del Dragone, il comparto della **farmaceutica**, anche **biotech**, offre le prospettive più interessanti. Il mercato indiano ha potenzialità rilevanti con la sua **industria chimica**, che è la terza più grande in Asia e la sesta a livello globale (dopo Usa, Cina, Germania, Giappone e Corea del Sud) e ha già un ruolo chiave per il progresso del Paese sia in campo industriale sia agricolo. Sono due le principali novità introdotte dal Governo indiano di interesse per le nostre imprese: da un lato, la possibilità per le aziende straniere di effettuare investimenti diretti al 100%; dall'altro, la riduzione dei dazi dal 14% al 10% sull'import dei prodotti chimici. Nuove opportunità di business andranno inoltre ricercate nel **comparto farmaceutico** indiano – il terzo più grande del mondo in termini di volumi e il tredicesimo in valore – e in quello della **cosmetica**. La crescita in India delle vendite di **prodotti per la cura personale** è infatti atteso avanzare del 15-20% nei prossimi anni, ponendo la domanda interna nel comparto come una delle più dinamiche a livello globale. Ciò è legato all'aumento del reddito che sta incentivando l'evoluzione dello stile di vita di una parte della popolazione.

**Metalli.** Le esportazioni italiane cresceranno del 2% nel 2020 e, mediamente, del 3,9% nei due anni successivi. Tra i mercati da tenere sotto osservazione vi è il **Brasile**: sulla scia di un percorso di crescita iniziato nel 2017 infatti, l'export italiano nel settore – in particolare di **ferro e acciaio** – destinato al Paese sudamericano dovrebbe proseguire la buona dinamica, guidato dall'espansione infrastrutturale del Paese. Per ragioni simili, prospettive favorevoli anche

in **Marocco**, economia interessata da un vasto numero di opere per l'ammodernamento del Paese, obiettivo che il Governo sta perseguendo.

**Tessile e abbigliamento.** Le vendite di prodotti italiani (+2,9% per il prossimo anno e +3,3%, in media nel biennio successivo) potranno trarre vantaggio dalle evoluzioni positive attese in **Corea del Sud**, un'economia caratterizzata da una base di consumatori urbani e benestanti con gusti sempre più ricercati. In questo contesto, permarranno buone opportunità per i marchi dell'alta gamma e ne emergeranno di nuove anche in altri comparti, ad esempio quello sportivo, e segmenti di nicchia, quale quello dei prodotti in cashmere, che stanno diventando molto popolari. La moda *Made in Italy* troverà terreno fertile anche in **Giappone** il cui mercato è piuttosto dinamico sia nel comparto abbigliamento sia in quello delle calzature, con la presenza di un'ampia varietà di marchi nazionali e internazionali. Tokyo si conferma una delle città di punta in questo segmento a livello globale, ma anche Osaka, Kyoto e Kumamoto si vanno affermando come ulteriori *hub* del fashion. Le imprese italiane, nell'implementare le proprie strategie di prezzo, dovranno tener conto dell'aumento dell'Iva varato dal Governo giapponese lo scorso 1 ottobre. L'export italiano di prodotti dell'abbigliamento e delle calzature troverà un mercato dinamico anche in **Qatar**, economia in cui la spesa delle famiglie per i beni di questi comparti rappresenta già circa il 6% del totale. Il Paese desidera peraltro rivaleggiare con Dubai come principale destinazione per lo shopping nell'area. Un segmento di mercato in forte sviluppo e che merita particolare attenzione è quello del *modest fashion*, ossia dell'abbigliamento e degli accessori conformi alle indicazioni dell'Islam.

**Prodotti in legno (mobili inclusi).** la crescita delle esportazioni è prevista al 2,9% nel 2020 e al 3,6% medio nei due anni seguenti. Oltre a Paesi più noti, quali gli **Stati Uniti**, dove il *design* italiano continua a riscontrare forte apprezzamento, si dovrà intercettare la domanda proveniente da Paesi emergenti, come ad esempio l'**Indonesia**, la cui spesa per arredamento e casa rappresenta ben il 5% della spesa al dettaglio delle famiglie. La categoria **mobili e arredamento** cresce a un tasso medio annuo dell'8,9%, supportata dai bassi livelli di indebitamento delle famiglie e dal crescente accesso al credito. Il *Made in Italy* è particolarmente apprezzato dai consumatori indonesiani di fascia alta per i suoi caratteri distintivi: lusso, artigianalità e gusto esclusivo.

**Food.** L'export italiano nel 2020 sarà più dinamico per la componente **alimentare** (+2,2%;), ma meno per quella dei **prodotti agricoli** (+0,5%). Dal 2021-22, le prospettive torneranno rosee per entrambi i comparti: rispettivamente, +3,9% e +2,9%, in media. Tra le destinazioni più promettenti vi è la **Francia**, dalla cultura alimentare altamente sofisticata. L'attenzione delle famiglie al benessere e alla salute sta trainando le vendite di prodotti alimentari sani e biologici. Tra i prodotti più richiesti vi sono quelli ittici, nonché piatti pronti o congelati. La richiesta di questi ultimi conferma la necessità di prestare attenzione a una tendenza che va consolidandosi, ossia la crescita di famiglie composte da una persona che sta determinando un aumento della domanda di alimenti facili da preparare. Altro mercato con capacità di spesa pro capite tra le più alte al mondo e sofisticato è quello del **Giappone** i cui consumatori stanno imparando ad apprezzare il vino, che beneficia anche dell'eliminazione dei dazi a seguito dell'accordo siglato con l'UE ed entrato in vigore a febbraio. La **Russia**, nonostante abbia implementato misure di contrasto all'importazione di alcuni tra i nostri prodotti di punta, resta una geografia con uno sviluppato interesse verso l'agro-alimentare; un mercato in cui la spesa per tali beni supera il 30% del budget delle famiglie. Cresce l'*appeal* della birra artigianale, che ha raggiunto varie città russe. Infine, i nostri produttori nel settore, dovranno tener conto dei dazi introdotti dall'amministrazione americana. Questi non dovrebbero compromettere l'ottima performance verso gli **Usa**, ma alcune categorie di prodotti principalmente colpite, come formaggi e liquori, soffriranno una riduzione della

domanda proveniente da Washington. Dall'altro lato, l'imposizione di dazi su vino e olio d'oliva di Francia e Spagna, Italia esclusa, potrebbe consentire un rafforzamento delle nostre quote nel mercato nordamericano.

**Contatti per i media**

SACE | Ufficio Stampa

T. +39 06 6736888

[ufficio.stampa@sace.it](mailto:ufficio.stampa@sace.it)

**Contatti per aziende**

SACE | Customer Care

Numero Verde 800 269 264

[info@sace.it](mailto:info@sace.it)