

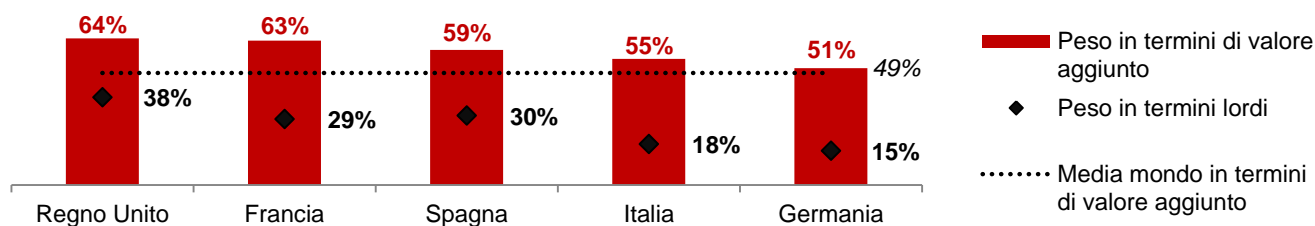
Servizi e catene globali del valore: un nuovo paradigma

I servizi, benché costituiscano solo un quinto degli scambi totali, **contribuiscono alla metà del commercio mondiale in termini di valore aggiunto e la loro rilevanza all'interno delle Catene Globali del Valore (CGV) è in aumento**, sia come *input* per la produzione di altri beni o servizi che come *output* per il consumo finale. Di fatto, **la stessa esistenza delle CGV è dovuta al miglioramento e alla diffusione di alcuni servizi**, come i trasporti, la finanza e l'ICT, che hanno reso possibile frammentare e coordinare la produzione in varie aree del globo¹.

I servizi stanno ridefinendo il modo in cui le imprese creano valore. Mentre la produzione di un manufatto aggiunge valore in modo lineare a ogni fase (logica "a serpente"), nella produzione di un servizio diverse componenti agiscono simultaneamente alla creazione del valore (logica "a ragno")². In generale, le attività che generano la quota di valore aggiunto maggiore lungo le *value chain* manifatturiere tendono a essere i servizi: dalla ricerca e sviluppo alla logistica, dalla consulenza alla gestione del *brand*. Di conseguenza, molte imprese industriali scelgono di incrementare la quota di servizi all'interno dei propri cicli produttivi (attaccando diversi ragni al serpente) per aumentare il valore aggiunto finale dei propri prodotti o vendere i servizi stessi come prodotto finale.

Negli scambi internazionali i servizi pesano oltre un terzo del valore aggiunto manifatturiero e in alcuni settori la quota è ben più alta: ad esempio, in media circa il 40% del valore aggiunto dell'export di un prodotto alimentare o di un capo di abbigliamento è riconducibile ai servizi connessi (ad esempio, il *design*, la distribuzione, il marketing e la pubblicità). **Se si considerano anche i servizi in-house**, ovvero quelli espletati all'interno dell'azienda produttrice, più difficilmente misurabili, **si stima che mediamente il 50% del valore aggiunto manifatturiero origini dai servizi**³. In termini di esportazioni totali, la quota del valore aggiunto dei servizi varia tra le diverse geografie, dal 37% del Cile all'86% del Lussemburgo, anche a seconda della specializzazione produttiva dei singoli paesi. Per l'Italia è attorno al 55% in confronto a un peso dell'export di servizi pari al 18% dell'export totale (Fig. 1).

Fig. 1 – Peso dei servizi sull'export, valore aggiunto e totale (2011 ultimo anno disponibile per il valore aggiunto)



Fonte: Elaborazione SACE su dati Ocse (TiVA database 2016)

I servizi avranno un ruolo sempre più centrale nella creazione del valore a livello globale e potrebbero presto sostituire la manifattura come *driver* per la crescita e lo sviluppo, oltre che favorire un rinvigimento della globalizzazione, fortemente messa in discussione dai recenti sviluppi protezionistici in varie aree del mondo. A differenza dei beni, però, **uno degli ostacoli principali allo sviluppo delle CGV dei servizi non risiede tanto nelle misure protezionistiche "al confine"** (dazi e tariffe), **quanto nelle misure regolamentarie "oltre-confine"** (leggi nazionali e prassi): ad esempio, l'export di servizi ad alta intensità di dati è spesso ostacolato dalla divergenza delle normative sulla privacy nei diversi paesi. Molti servizi, tuttavia, sono inclusi nei beni esportati e perciò soggetti alle stesse misure protezionistiche che impattano i beni. Armonizzare le normative e aprire ulteriormente i mercati dei servizi significherebbe incentivare la competitività delle imprese e rappresenterebbe un vantaggio non solo per il terziario, ma anche per la manifattura. In alcuni casi, come è avvenuto per Regno Unito e India, lo sviluppo di un'industria nazionale dei servizi e l'accesso alle CGV di questi settori può perfino modificare il vantaggio comparato del paese.

di – Gabriella Baldassarre

¹ World Bank Group (2017), "Services Trade and Global Value Chains".

² Nber (2013), "Spiders and snakes: Offshoring and agglomeration in the global economy".

³ Unctad (2017), "Trade, services and development".