

Outlook Digital Export

I mercati di opportunità

Export Innovation Workshop 4 dicembre 2023





Tendenze di mercato

L'e-commerce, negli ultimi anni, ha conosciuto una crescita esponenziale, accelerata dalla pandemia di COVID-19.

Proprio durante questo periodo si è registrata un'impennata del digital export che ha consentito alle imprese italiane di riuscire a sopravvivere, ed in molti casi anche a prosperare.

Ciò che ci si aspetta è che questa tendenza continuerà anche nel futuro, con un aumento del commercio elettronico transfrontaliero e della digitalizzazione dei processi commerciali.

+20%

Valore export digitale 2022 rispetto al 2021 (B2B e B2C)

+15%

Valore export digitale 2021 rispetto al 2020 (B2B e B2C)

+14%

Valore export digitale 2020 rispetto al 2019 (B2B e B2C)



Quali sono i settori di maggiore valore per l'export digitale italiano?

B2



Fashion:
10,1 Mld €



Food & Beverage:
2,6 Mld €



Arredamento:
1,3 Mld €

B2B



Automotive:
38 Mld €



Fashion:
26 Mld €



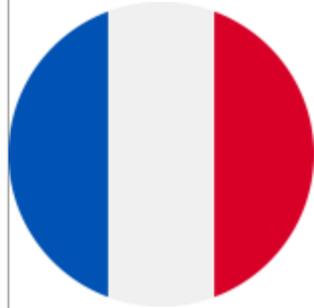
Meccanica:
17,8 Mld €

Quali sono i Paesi di maggiore interesse per l'e-commerce Made in Italy?

Stati Uniti



Francia



Canada



Germania



Fattori premianti:

- Prossimità culturale
- Potere d'acquisto dei consumatori
- Maturità del tessuto produttivo e infrastrutturale
- Alto livello di digitalizzazione



Singapore



Regno Unito



Corea del Sud



Svizzera

Criticità:

- Elevato numero di competitor



Punti di attenzione e potenziale inesplorato:

Nonostante i dati siano più che incoraggianti, **l'Italia appare in svantaggio rispetto ai propri *peers* europei:**

Se da un lato la dimensione dell'impresa non è di per sé un fattore determinante, ciò che fa la differenza è il modesto livello di maturità che le aziende italiane dimostrano:

1. Nella propensione all'innovazione;
2. Nell'approccio strutturato alla propria strategia di export digitale;
3. Nelle competenze digitali interne;

Individuare mercati appetibili per una strategia di esportazione è un fattore chiave per la crescita delle aziende in questo segmento

L'Osservatorio sull'export digitale del Politecnico di Milano ha realizzato una ricerca per indagare l'export digitale delle PMI italiane

Obiettivo

L'obiettivo dell'analisi è quello di identificare i paesi di maggior interesse per l'export digitale italiano;

Target

Sono stati selezionati 20 paesi da analizzare, scelti fra le principali economie e geografie mondiali;

Attività

Analisi delle performance di ogni paese rispetto alle 4 dimensioni e alle variabili/indicatori di cui sono composte. Alla fine dell'analisi è stato possibile sviluppare un ranking di attrattività per l'export digitale italiano dei paesi considerati;

Metodologia

L'indice sintetico è stato costruito raccogliendo e utilizzando le performance di ciascun paese rispetto a **37 variabili/indicatori**. Questi indicatori sono raggruppati in **9 macrocategorie**, divise in **4 aree logiche** di interesse, o **dimensioni**. Le 4 dimensioni considerate sono: Economy & Policy; Trade; E-Commerce; Size;

Ratio

Il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



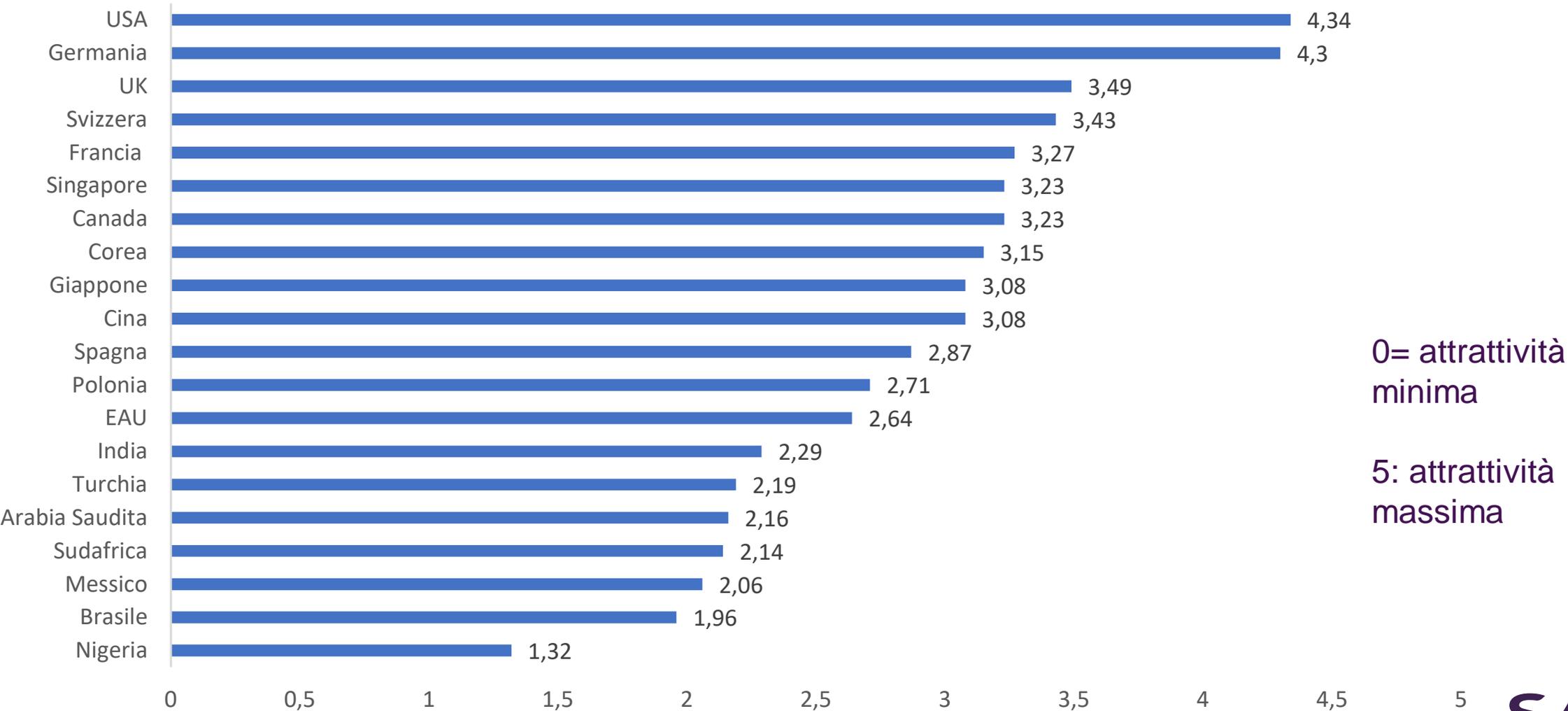
SACE e il PoliMi per l'Export Digitale: una proposta di analisi



- ✓ Nella valutazione del rischio politico viene utilizzato l'indicatore SACE (esproprio, violenza politica, trasferimento)
- ✓ Il modello abbina ad ogni paese un indicatore su una scala da 1 a 5 dove 1 è il valore di attrattività minimo, 5 massimo



I Paesi con maggiore attrattività per l'export digitale italiano





I Paesi con maggiore attrattività per l'export digitale italiano

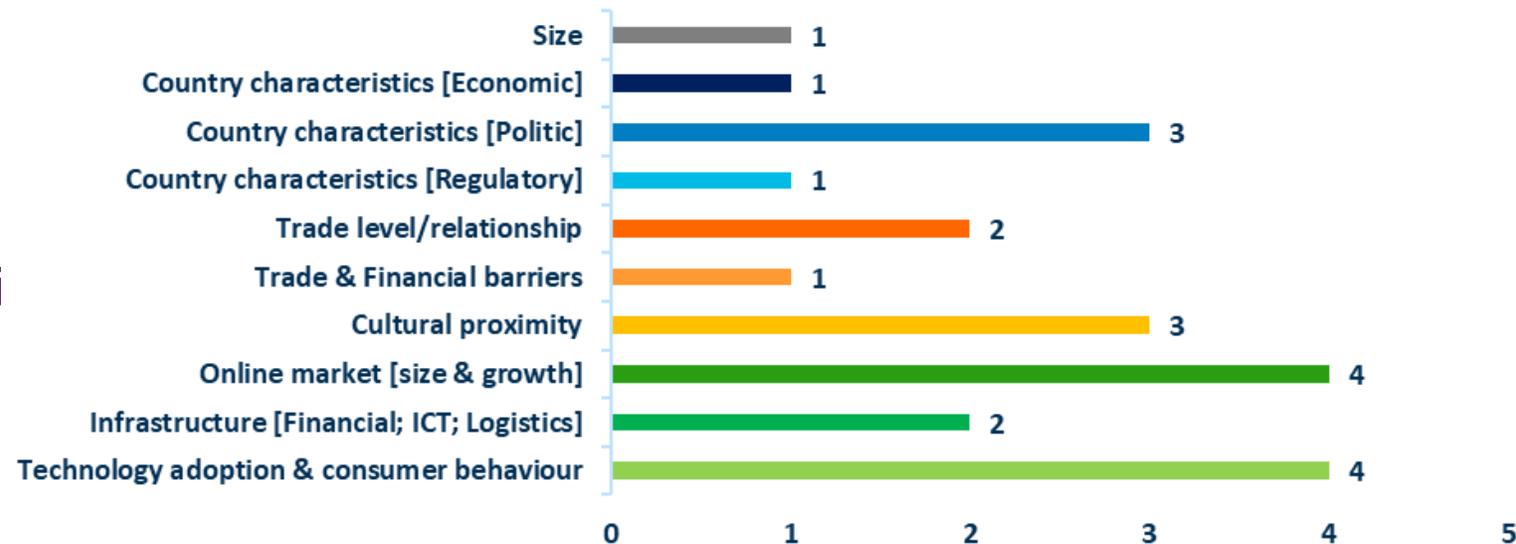
Indice di attrattività	
USA	4,34
Germania	4,3
UK	3,49
Svizzera	3,43
Francia	3,27
Canada	3,23
Singapore	3,23
Corea	3,15
Cina	3,08
Giappone	3,08
Spagna	2,87
Polonia	2,71
EAU	2,64
India	2,29
Turchia	2,19
Arabia S	2,16
Sudafrica	2,14
Messico	2,06
Brasile	1,96
Nigeria	1,32

- ✓ I paesi avanzati offrono un livello medio di attrattività più elevato grazie ad elementi strutturali (stabilità contesto macro, qualità della burocrazia, ampiezza dell'infrastruttura e commerce)
- ✓ Tuttavia diversi mercati emergenti presentano livelli più elevati in alcune componenti dell'indicatore come lo sviluppo del commercio online, la qualità dell'infrastruttura IT e della rete logistica.
- ✓ Di particolare interesse la dinamica di paesi già partner acquisiti dell'export Made in Italy, per i quali l'export digitale può costituire un ulteriore elemento di crescita.

Il Brasile si conferma un mercato acquisito, con potenzialità

- ✓ Destinazione di circa **€ 5 miliardi di export** (2022) e € 3,5 miliardi nei primi 8 mesi del 2023 (+6% previsioni yoy)
- ✓ Cosa emerge: **buona propensione al commercio digitale** e diffusione adeguata dei tool tecnologici e logistici di supporto
- ✓ L'export italiano nel paese vede un peso rilevante dei beni di investimento, ma **importanti margini di crescita nei beni di consumo**, che più si prestano agli strumenti dell'export digitale (in particolare tessile e abbigliamento, alimentare, farmaceutica)

Indice di attrattività: split delle 10 macro-categorie





Turchia: ampie opportunità in un contesto (meno) fragile

- ✓ Destinazione di export stabilmente in crescita e attesa **oltre i € 13 miliardi** del 2022 (€ 9,2 miliardi nei primi 8 mesi del 2023, atteso a +10% yoy)
- ✓ La composizione dell'export valorizza i **beni di investimento e intermedi coinvolti negli investimenti pubblici** (rete ferroviaria, stradale)
- ✓ Cosa emerge: Il paese si colloca a livelli medio-alti non solo nelle **capacità collegate all'e-commerce**, ma anche nella generale **apertura verso il commercio estero**

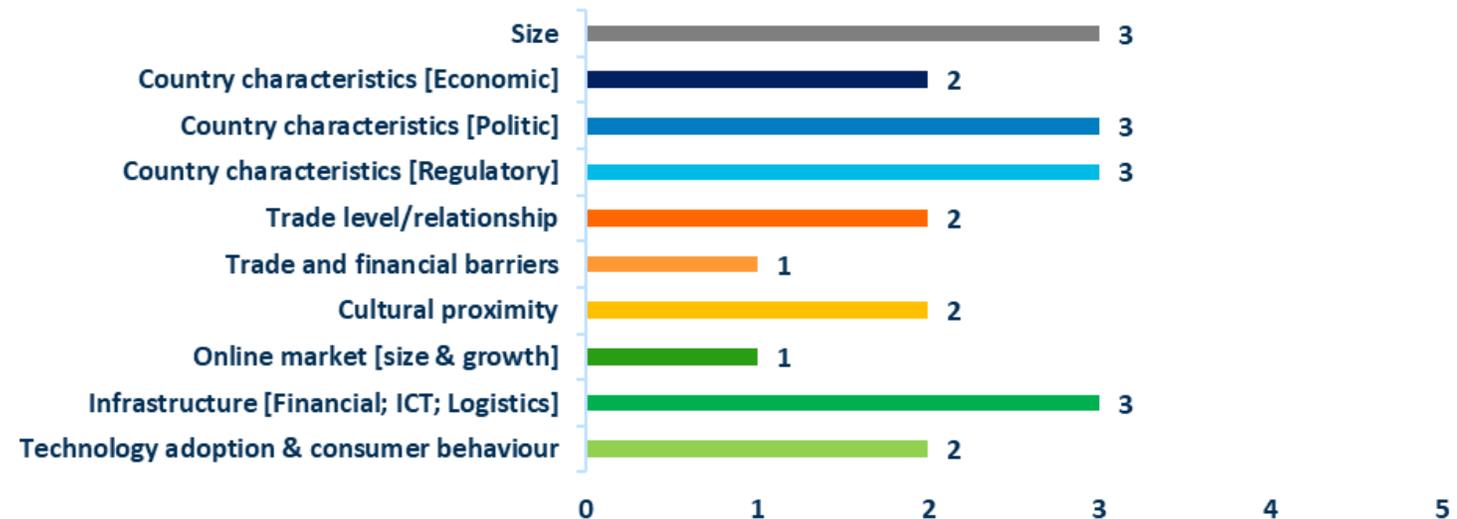
Indice di attrattività: split delle 10 macro-categorie



Il «momento dell'India» e le opportunità per le aziende italiane

- ✓ Un partner da oltre € 4,8 miliardi di export nel 2022 (€ 3,4 miliardi nei primi 8 mesi del 2023, atteso a +11% yoy)
- ✓ Il boom demografico e l'aumento dei redditi disponibili continueranno a supportare l'espansione dei consumi domestici, (pari al 60% del Pil) e che nel 2031 dovrebbero raggiungere un valore di \$5.200 miliardi
- ✓ Cosa emerge: margini di miglioramento nell'apertura agli operatori esteri e nella dotazione e utilizzo degli strumenti dell'export digitale

Indice di attrattività: split delle 10 macro-categorie

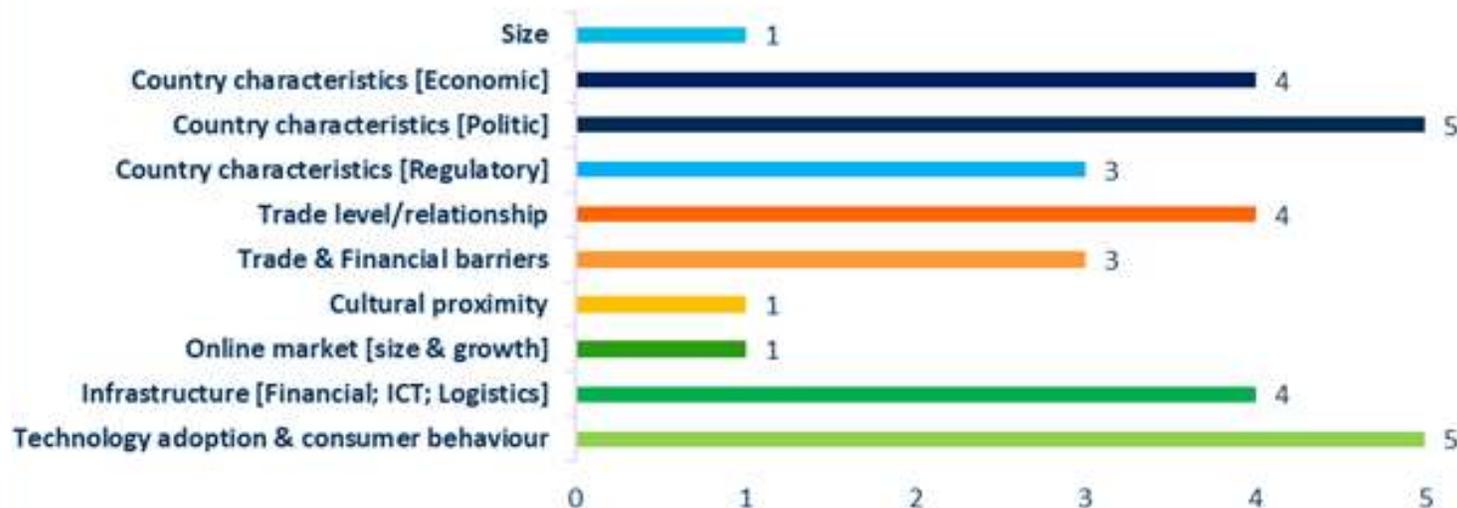




Emirati Arabi Uniti

- ✓ Un **potenziale da € 6 miliardi di export** nel 2022 (€ 4,8 nei primi 8 mesi del 2023 atteso a +9%yoy)
- ✓ **Export diversificato** nei settori di punta del Made in Italy, con diversi elementi di traino (EXPO, Cop28, ecc)
- ✓ Cosa emerge: un **mercato attrezzato** dal punto di vista degli strumenti e delle caratteristiche strutturali, con margini di miglioramento

Indice di attrattività: split delle 10 macro-categorie



Grazie per l'attenzione

Valentina Cariani

Ricerca, Studi e Ambiente

