

ARTIGIANATO E PICCOLE IMPRESE PATRIMONIO PER I TERRITORI

Nuove traiettorie
di sviluppo

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

ARTIGIANATO E PICCOLE IMPRESE PATRIMONIO PER I TERRITORI

Nuove traiettorie
di sviluppo

FrancoAngeli

Copyright © 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Presentazione	pag.	5
Prefazione	»	7
Piccole imprese eccellenti: un patrimonio da valorizzare		
Considerazioni introduttive	»	9
1 Il ruolo delle MPI nel sistema economico italiano	»	15
1.1 Vent'anni di cambiamenti globali: flussi commerciali, demografia, cultura e tecnologia	»	15
1.2 Italia al top tra le principali 20 economie del mondo per occupazione nelle MPI	»	21
1.3 La leadership manifatturiera nell'Ue a 28	»	26
1.4 I distretti manifatturieri a vocazione artigiana	»	31
1.5 Una Pubblica Amministrazione più efficiente per un contesto favorevole alla produttività	»	40
2 L'artigianato come fattore di sviluppo	»	44
2.1 Produrre, costruire il bello e curare persone e cose: il quadro dell'artigianato italiano	»	44
2.2 Il valore artigiano	»	48
2.3 L'artigianato e l'economia ibrida	»	50
2.4 La specializzazione settoriale nell'artigianato nei territori italiani	»	56
2.5 Il capitale umano: training on the job e passaggio generazionale	»	69
2.6 La leadership del made in Italy nei settori di Micro e Piccola Impresa sui mercati internazionali	»	73

2.7	Tendenze recenti del made in Italy nei settori a maggiore concentrazione di MPI	pag.	81
2.8	Le minacce per il made in Italy tra filiere globali e contraffazione	»	87
2.9	L'impatto della Brexit sull'export di MPI	»	90
2.10	Il sistema di Micro e Piccola Impresa: la leadership delle Marche nell'economia manifatturiera	»	91
3	Propensione delle micro e piccole imprese all'innovazione	»	109
3.1	Il processo di innovazione: il ruolo delle MPI	»	109
3.2	I principali risultati dell'indagine empirica	»	114
3.3	Il marketing come strategia di sviluppo delle Associazioni e delle MPI	»	123
4	Casi di imprese eccellenti: un'ipotesi interpretativa dei processi innovativi	»	128
4.1	La terziarizzazione dell'economia	»	128
4.2	I processi di innovazione della produzione	»	131
4.3	I processi di innovazione del prodotto	»	134
4.4	I processi di innovazione organizzativa	»	138
4.5	I processi di innovazione del mercato	»	142
4.6	Le innovazioni nello sviluppo di reti di impresa	»	147
4.7	Il processo innovativo mediante la partecipazione a network istituzionali	»	151
4.8	La genesi di start up innovative	»	153
	Osservazioni "non conclusive"	»	160
	Appendice - La mappa dei Distretti Industriali	»	163
	Bibliografia	»	182

PRESENTAZIONE

Il saper fare è la cifra distintiva del nostro modo di produrre: una miriade di piccole e piccolissime imprese che hanno caratterizzato e caratterizzano il tessuto produttivo del Paese, aziende che hanno intrapreso con coraggio la strada del cambiamento e dell'innovazione tecnologica, perseguendo il primato del valore del prodotto e della relazione tra imprenditore e cliente.

Questo libro, che abbiamo fortemente voluto, dimostra l'attualità ed il valore delle piccole imprese, ne descrive la straordinaria vivacità, le sfide, le difficoltà, i punti di forza. L'artigianato è un modello d'impresa resiliente che si sa adeguare all'evoluzione dei tempi, un mix di capacità e visione imprenditoriale, di trasformazioni che assecondano l'evoluzione tecnologica e i cambiamenti economici: le piccole imprese sono un patrimonio che non solo non possiamo permetterci di disperdere ma dobbiamo valorizzare e sostenere.

Il concetto di piccola dimensione è mutato non solo per le variabili che tradizionalmente possono essere utilizzate (fatturato, numero addetti, valore aggiunto), ma anche per il ruolo delle ICT e dell'economia digitale che ha offerto nuove opportunità.

Il mercato è ormai globale per tutte le aziende, per tutti i settori, anche se si svolge all'interno dei confini nazionali; la tecnologia è lo strumento indispensabile per essere competitivi; le reti sono importanti forme di collaborazione.

Ecco perché sono inutili e dannosi i dibattiti sulla dimensione aziendale che vedono nella eccessiva presenza delle piccole imprese uno degli elementi di minore competitività del sistema economico italiano.

Le considerazioni sviluppate dai contributi contenuti in questo libro consentono di rilevare la centralità delle piccole imprese, un sistema di valore e di valori da incrementare e per il quale costruire percorsi di sviluppo nell'in-

teresse del Paese. Dobbiamo essere in grado di valorizzare le differenze perché solo le differenze riescono a descrivere una realtà economica e sociale così complessa ed anche così straordinaria.

Pertanto l'artigianato, il sistema delle MPI e le sue peculiarità, la cura per il Made in Italy, vanno fatti conoscere sempre più perché sono un modello d'impresa resistente che si sa adeguare all'evoluzione dei tempi. Il futuro, ne siamo certi, vedrà ancora la piccola impresa protagonista della scena economica italiana, perché in grado di creare ricchezza, occupazione diffusa sul territorio, portando innovazione in settori tradizionali, guardando sempre avanti con fiducia.

La nostra gratitudine e uno speciale ringraziamento va all'Università Politecnica delle Marche, al Pro Rettore prof. Gian Luca Gregori per il lavoro svolto ed il sostegno dato al sistema delle piccole imprese. Una collaborazione proficua che parte da lontano e che ha permesso a due mondi apparentemente distanti, quello produttivo e quello accademico, non solo di dialogare ma di collaborare in un percorso di reciproca conoscenza e di sinergica intesa.

Il nostro ringraziamento va inoltre alla Confartigianato nazionale e al dott. Enrico Quintavalle responsabile del Centro Studi, per il prezioso contributo di analisi.

Valdimiro Belvederesi

Presidente Confartigianato Imprese Ancona - Pesaro e Urbino

Giorgio Cataldi

Segretario Confartigianato Imprese Ancona - Pesaro e Urbino

PREFAZIONE

L'eccellenza dell'artigianato italiano, il valore delle nostre piccole imprese non finiscono mai di stupire.

Ne abbiamo un'ulteriore dimostrazione in questo libro che, con il rigore dell'analisi scientifica e la vitalità della ricerca sul campo, descrive efficacemente un modello imprenditoriale unico al mondo.

Sono grato all'Università Politecnica delle Marche e a Confartigianato Imprese Ancona - Pesaro e Urbino per aver collaborato a realizzare quest'opera. La piccola impresa italiana ne emerge con la grandezza delle sue peculiarità: custode della nostra tradizione manifatturiera e di servizio ma, contemporaneamente, fortemente innovativa e pronta a cavalcare le nuove tendenze dei mercati internazionali.

Abbiamo, così, la conferma che le piccole imprese sono tutt'altro che un retaggio del passato. A dispetto della banalità dei pregiudizi sulle 'taglie' aziendali, i nostri nuovi artigiani stanno cavalcando l'onda lunga dell'economia mondiale che intreccia tradizione e innovazione per soddisfare la domanda di consumatori sempre più desiderosi di prodotti e servizi creati ad hoc per le proprie esigenze.

In altre parole, il futuro è già scritto nel passato dell'artigianato italiano: si chiama 'saper fare a regola d'arte', uso intelligente e flessibile delle tecnologie digitali, personalizzazione di beni e servizi.

Certo, non è tutto così facile. Le analisi che leggiamo in queste pagine ci accompagnano tra le virtù dei nostri piccoli imprenditori ma documentano anche i vizi di un'Italia spesso inospitale per chi vuole mettere a frutto idee e creatività.

Questo libro ha altresì il merito di disegnare le traiettorie per il futuro del nostro sistema associativo che deve saper accettare la sfida del nuovo, deve

lanciare il cuore oltre l'ostacolo per aiutare le persone a realizzare il proprio sogno imprenditoriale. La forza di Confartigianato sta nel saper trarre dal proprio passato la spinta e le motivazioni per evolvere, migliorare il proprio modello organizzativo e adattarlo alle esigenze degli imprenditori soci.

In questo, le esperienze imprenditoriali narrate nell'ultimo capitolo ci rincuorano e schiudono agli occhi dei lettori un futuro di passione, di intelligenza e di coraggio.

La *passione* che anima tutti noi, impegnati ogni giorno al servizio degli artigiani.

L'*intelligenza* di saper ascoltare e anticipare le aspettative degli imprenditori, di saper leggere e interpretare i mutamenti del contesto in cui si muovono le imprese.

Il *coraggio* di confrontarsi con l'innovazione, di misurarsi con il cambiamento per dare risposte efficaci, all'altezza delle aspettative dei nostri associati.

Cesare Fumagalli

Segretario Generale Confartigianato Imprese

PICCOLE IMPRESE ECCELLENTI: UN PATRIMONIO DA VALORIZZARE

di *Gian Luca Gregori*¹

Considerazioni introduttive

1². Un noto elemento che contraddistingue il sistema economico italiano è la limitata presenza sia di grandi gruppi sia di grandi imprese e ciò non solo nei settori manifatturieri ma anche nel terziario. La piccola dimensione delle imprese ha origini storiche complesse ed è anche la conseguenza di un capitalismo familiare, che ha portato con il tempo ad una rarefazione del già modesto numero di grandi imprese (Fortis e Cursio, 2006). Fra le economie avanzate, l'Italia è pertanto l'unico Paese ad avere un modello di industrializzazione con una struttura imprenditoriale "frammentata", composta in prevalenza da piccole e medie imprese (Varaldo, 2014, 45). Le aziende con meno di 10 addetti (cioè le cosiddette "micro-imprese") rappresentano in Italia oltre il 94% del numero totale delle imprese (manifatturiere e di servizio), mentre in Germania l'82% e in Gran Bretagna l'89%. Esse hanno di conseguenza una rilevanza significativa nell'economia italiana, sia in termini occupazionali, sia in termini di incidenza sul fatturato³.

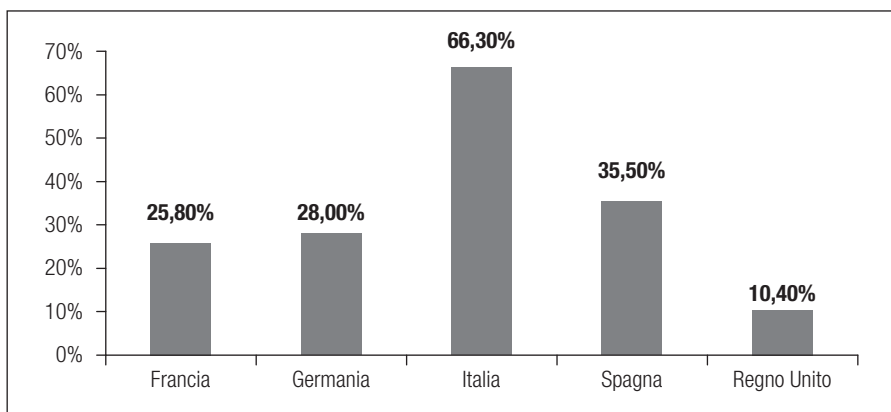
1. Pro Rettore Università Politecnica delle Marche.

2. di Aldo Bellagamba, Facoltà Economia "Giorgio Fuà" Università Politecnica delle Marche.

3. Le micro-imprese assorbono infatti il 46% degli occupati a livello nazionale, contro un valore medio a livello europeo del 29,5% e una quota per l'economia tedesca del 18,8%. Queste generano inoltre il 25,2% del fatturato delle imprese italiane, una percentuale decisamente superiore a quella media europea (pari al 16,7%) e a quella degli altri principali Paesi, quali la Germania (11,1%), la Francia (22,5%) e la Gran Bretagna (12,9%). Le imprese con almeno 250 addetti assorbono invece poco più di un quarto dell'occupazione manifatturiera contro il 40% della media dell'Unione Europea e il 52% della Germania (Accetturo et al., 2013, 16).

Fino agli inizi degli anni '70 l'Italia presentava una situazione di equilibrio tra imprese delle diverse classi dimensionali; successivamente a questa data, si è invece ridotta progressivamente la presenza di grandi imprese ed è aumentato il peso delle imprese più piccole (Varaldo, 2014, 45). Alcuni studiosi hanno considerato la diminuzione del numero delle grandi imprese uno dei principali fattori della crisi industriale italiana degli ultimi decenni (Amatori et al., 2013); inoltre, secondo altri ricercatori, in Italia la grande impresa è stata fortemente penalizzata da inefficienze e ostacoli istituzionali, giuridici e ambientali, che hanno, da un lato, creato forti incentivi al mantenimento di aziende di piccole dimensioni e, dall'altro, disincentivato (o addirittura ostacolato) la formazione di grandi e medie imprese (Varaldo, 2014, 58).

Figura 1 – Quota delle imprese “familiari” con un management composto esclusivamente da membri della famiglia proprietaria in alcuni Paesi europei.



Fonte: Bugamelli et al., 2012.

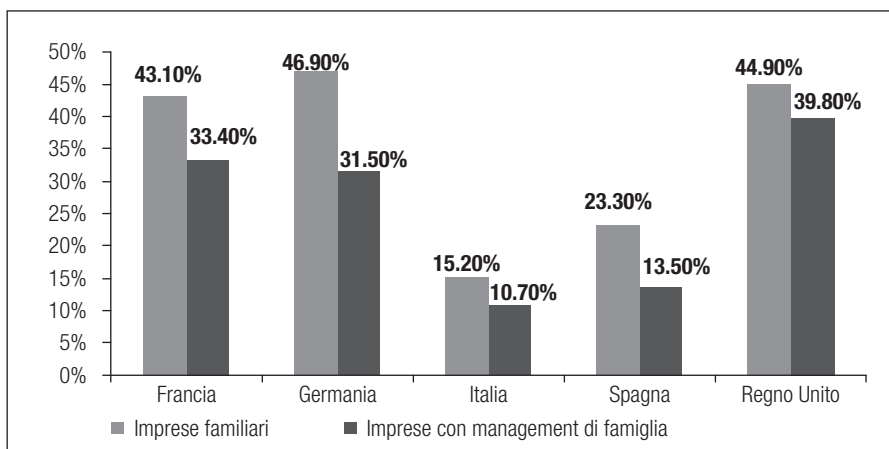
Alcune analisi empiriche hanno individuato vari elementi di specificità delle imprese italiane nella struttura proprietaria e, soprattutto, nei modelli organizzativi e gestionali prevalenti. Queste analisi hanno, ad esempio, evidenziato che l'86% delle imprese italiane fa capo ad una famiglia proprietaria⁴. Le differenze più rilevanti fra le imprese familiari italiane e quelle dei principali paesi europei sono state tuttavia individuate nella minore propensione a coinvolgere dirigenti esterni alla famiglia, nel maggiore grado di accentramento dei processi decisionali e nel limitato utilizzo di sistemi di remunerazione incentivanti per i manager. Bugamelli et al. 2012 pongono in evidenza che il 66,3% delle imprese familiari italiane ha un management costituito comple-

4. La percentuale in esame è lievemente superiore a quella della Francia (80%), della Spagna (83%) e del Regno Unito (81%). Solo la Germania ha una quota di imprese familiari superiore a quella dell'Italia e pari al 90% delle imprese (Bugamelli et al., 2012).

tamente da membri della famiglia proprietaria; come evidenziato nella *Figura 1*, tale percentuale è molto più bassa nelle altre principali economie europee. In Italia solo un terzo delle imprese familiari ha manager esterni alla famiglia, che prendono parte alla gestione dell'azienda, mentre tale percentuale risulta molto più elevata negli altri quattro principali paesi europei considerati.

Un ulteriore elemento che contraddistingue queste imprese è l'accentramento decisionale⁵. Come illustrato nella *Figura 2*, la maggiore differenza fra le imprese familiari dei paesi europei considerati attiene soprattutto al livello di diffusione dei sistemi di remunerazione dei manager basati sulle performance⁶. Alcuni studi hanno dimostrato che, a parità di altre condizioni, le attività di innovazione e di esportazione verso i mercati emergenti più dinamici risultano meno intense nelle imprese in cui prevalgono modelli di gestione più accentrati e tradizionali e dove i manager hanno vincoli di parentela con la famiglia proprietaria (Barba Navaretti et al., 2008; Bugamelli et al., 2012).

Figura 2 – Quota di imprese “familiari” e “a gestione completamente familiare” che adottano sistemi di remunerazione dei manager basati sul raggiungimento degli obiettivi in alcuni Paesi europei.



Fonte: Bugamelli et al., 2012.

5. La gestione accentrata caratterizza l'85% delle imprese familiari italiane contro l'80% di quelle francesi, il 74% di quelle tedesche, il 67% di quelle spagnole e il 66% di quelle della Gran Bretagna.

6. In Italia solo il 15% delle imprese familiari dichiara di aver sviluppato al proprio interno un sistema di remunerazione individuale dei dirigenti basato sul conseguimento degli obiettivi. Tale quota scende all'11% se si considerano solo le imprese con management completamente familiare. Molto più elevata è la quota di imprese che asserisce di remunerare i propri manager in base alle performance individuali negli altri paesi considerati, ad eccezione della Spagna. Secondo Bloom e Van Reenen (2007), l'analisi delle caratteristiche organizzative e gestionali delle imprese familiari di diversi paesi risultano rilevanti, in quanto esse possono influenzare le performance delle aziende.

2. Le considerazioni finora sviluppate consentono di pervenire a differenti elementi di sintesi ed anche alla formulazione di alcuni interrogativi.

Secondo vari soggetti (sia studiosi, sia giornalisti economici, sia manager di aziende di credito e di varie istituzioni, ecc.), la minore competitività del nostro Paese dipende dalla presenza eccessiva di piccole aziende!

Il mancato rispetto delle regole (ad esempio, l'evasione delle tasse, la presenza di "lavoro nero", ecc.) è spesso ed in molti casi ampiamente attribuito al sistema delle piccole e micro imprese!

In realtà, è così davvero? E soprattutto oggi?

Sono queste le imprese che hanno ottenuto agevolazioni fiscali e/o specifici contributi?

Sono queste le imprese che hanno creato problemi al sistema bancario, non restituendo le risorse finanziarie prestate o che hanno goduto di condizioni privilegiate dalle aziende di credito?

Ci sembra di poter affermare, sulla base di dati oggettivi, che nella stragrande maggioranza dei casi è semmai vero il contrario!

Può essere utile riflettere anche sul tema "burocrazia"; com'è stato rilevato, essa ha avuto un ruolo sicuramente negativo sulle grandi imprese ma, per motivi evidenti (connessi alle caratteristiche organizzative delle piccole imprese) ha un peso ancor più rilevante sulle MPI.

Tabella 1 – Esempi di "disomogeneità" delle MPI.

IMPRESE DI SERVIZIO che non possono esportare; dipendono molto dalla domanda nazionale. Si può intervenire su quella estera (si pensi ai turisti stranieri), per favorirne la crescita.
IMPRESE DI SERVIZIO CHE POSSONO ESPORTARE sono comunque in numero limitato.
IMPRESE DI FASE cioè specializzate in singole fasi di produzione.
IMPRESE CHE REALIZZANO COMPONENTI e che si collocano a vari livelli nell'ambito della filiera produttiva.
IMPRESE CHE REALIZZANO PRODOTTI FINITI si tratta anche in questo caso di un aggregato molto eterogeneo di imprese che possono essere distinte a seconda che abbiano o meno una rete commerciale, siano presenti o non presenti all'estero, abbiano sviluppato un product mix con alcune caratteristiche in termini di ampiezza e di profondità.

Fonte: nostre elaborazioni sui risultati di varie indagini empiriche.

Al contrario, si riscontra una limitata attenzione al sistema delle micro e piccole imprese, senza considerare il fatto che se queste “saltano”, in realtà entra in crisi l’intera economia; si evidenzia quindi la necessità di riconoscere la centralità della piccola e micro impresa.

Inoltre, possono essere utili le seguenti considerazioni.

- 1) Relativamente alla occupazione, un incremento di 0,5 addetti in ognuna di queste imprese (sono oltre 4,5 milioni quelle attive) comporterebbe sostanzialmente un forte contributo alla soluzione di tale problematica.
- 2) Le MPI non rappresentano un aggregato omogeneo, ma estremamente eterogeneo; non risulta quindi efficace definire interventi a livello dell’operatore pubblico di tipo “generalista” (solo a titolo di esempio, si veda lo schema precedente, nel quale sono indicate alcune differenti tipologie di MPI).
- 3) Le MPI hanno le stesse problematiche delle imprese medio-grandi, ma non hanno le risorse necessarie per acquisire le competenze e quindi le possibili soluzioni. È pertanto necessario delineare interventi mirati, specifici e “non adattati” alle aziende di maggiore dimensione.
- 4) Si riscontra la presenza di numerose MPI eccellenti, che hanno realizzato differenti tipologie di innovazioni, come sarà possibile analizzare nel prosieguo del lavoro (senza la pretesa di realizzare una classificazione esaustiva, si veda lo schema seguente).

Tabella 2 – Tipologie di innovazioni realizzate dalle MPI.

Nella produzione e nei processi di realizzazione di prodotti e di servizi.
Organizzative e gestionali relative al controllo di gestione, al sistema informativo, ai brevetti, ecc.
Nella diversificazione di prodotti.
Nella diversificazione dei mercati.
Nei processi di internazionalizzazione.
Nella realizzazione di reti di imprese.
Nella creazione di start up di nuove imprese in vari settori.

Fonte: nostre elaborazioni sui risultati di varie indagini empiriche.

Relativamente alla struttura del lavoro, si osserva che questo si articola in quattro differenti capitoli.

Nel primo capitolo Enrico Quintavalle responsabile dell’Ufficio Studi Confartigianato analizza vari aspetti evolutivi delle MPI relativamente al loro peso a livello nazionale, al livello di specializzazione produttiva; ven-

gono esaminati differenti dati statistici, con l'obiettivo di verificare il ruolo delle MPI nei differenti territori italiani.

Nel secondo capitolo Enrico Quintavalle e Fabiana Screpante (Ufficio Studi Confartigianato Marche) prendono in considerazione l'artigianato come fattore di sviluppo, soffermandosi anche sulle opportunità e sulle minacce per il Made in Italy.

Nel terzo capitolo, Laura Moscatelli e Lucia Pizzichini, assegniste di ricerca del Dipartimento di Management dell'Università Politecnica delle Marche, presentano i risultati di un'ampia indagine empirica che ha coinvolto oltre 100 piccole imprese, sulle tematiche dell'innovazione, esaminata utilizzando differenti approcci interpretativi (organizzativo, relazionale, finanziario, ecc.). Marco Pierpaoli, responsabile Marketing e sviluppo associativo di Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino, analizza il marketing come strategia di sviluppo delle Associazioni e delle MPI.

Nel quarto capitolo a cura di Andrea Rossi, responsabile Innovazione della Confartigianato Imprese di Ancona – Pesaro e Urbino, sono analizzati i profili organizzativi di numerose imprese eccellenti di piccola dimensione, che hanno ottenuto performance di un certo rilievo, attuando strategie di innovazione di varia tipologia.

Hanno inoltre collaborato alla stesura delle considerazioni introduttive e delle osservazioni non conclusive i professori dell'Università Politecnica delle Marche Gian Luca Gregori e Aldo Bellagamba e la dottoressa Paola Mengarelli, responsabile Comunicazione di Confartigianato Imprese di Ancona – Pesaro e Urbino.

In sostanza, quindi, il lavoro affronta differenti tematiche, strettamente interconnesse, ponendosi diversi obiettivi conoscitivi:

- verificare il ruolo strategico che le MPI hanno nel sistema economico di molte regioni ed in particolare nel nostro Paese;
- analizzare il “modus operandi” che le caratterizza, con una prospettiva differente rispetto alla “tradizionale accezione e percezione” che molti “soggetti”, spesso non correttamente, continuano ad avere di tale sistema di imprese!

1

IL RUOLO DELLE MPI NEL SISTEMA ECONOMICO ITALIANO

di *Enrico Quintavalle*⁷

1.1 Vent'anni di cambiamenti globali: flussi commerciali, demografia, cultura e tecnologia

L'ingresso dell'economia italiana nella fase di ripresa dopo due ravvicinate e pesanti recessioni avviene in un contesto internazionale e nazionale che negli ultimi vent'anni ha registrato profondi cambiamenti economici e sociali.

Figura 1.1 – Il contributo nella crescita della ricchezza mondiale.

Anni 1995-2020; incid. % su crescita del Pil in Mld di dollari basato su parità di potere di acquisto (PPA); var. in punti percentuali.

Area	1995	2005	2015	2020	Variazione 1995-2005	Variazione 2005-2015	Variazione 1995-2015
Economie avanzate	57,9	40,1	32,8	26,6	-17,9	-7,3	-25,1
Economie emergenti e in via di sviluppo	42,1	59,9	67,2	73,4	17,9	7,3	25,1
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Fondo Monetario Internazionale.

La stilizzazione del cambiamento è data dal maggiore peso assunto dalle economie emergenti in un'epoca di crescente globalizzazione. Nell'ultimo ventennio, il contributo alla crescita della ricchezza mondiale - in termini di valori di Pil basati sulla parità del potere di acquisto⁸ - delle Economie

7. Responsabile Ufficio Studi Confartigianato.

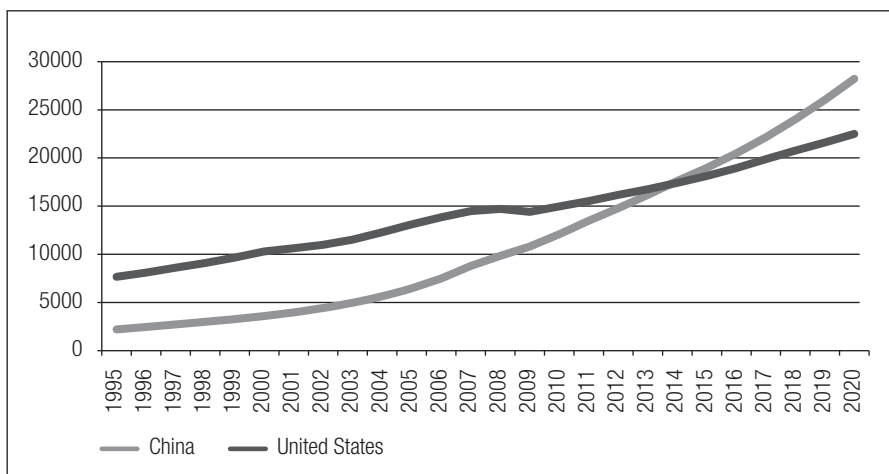
8. La Parità di Potere di Acquisto (PPA) è una unità di riferimento comune mediante la quale si può acquistare la stessa quantità di beni e servizi nei diversi Paesi tenendo conto dei differenti tassi di cambio e di inflazione.

avanzate a fronte di quelle emergenti si è letteralmente invertito: se nel 1995 il 57,9% della crescita del Pil mondiale dell'anno veniva determinata dalle Economie avanzate e il 42,1% dalle Economie emergenti e in via di sviluppo, nel 2015 queste ultime pesano per il 67,2% mentre le Economie avanzate contribuiscono per il restante 32,8%; nelle previsioni al 2020 questa divergenza si accentua ulteriormente.

Il crescente peso delle economie emergenti è esemplificato dal sorpasso della Cina sugli Stati Uniti: sempre secondo i dati del FMI nel 2014 la Cina ha realizzato un Pil in termini di parità di potere di acquisto di 17.617 miliardi di dollari correnti, superando i 17.419 miliardi degli Stati Uniti. Va ricordato che a dollari correnti, senza correzione per il potere di acquisto, il Pil della Cina nel 2014 ammonta a 10.380 miliardi di dollari e rimane inferiore di 7.039 miliardi (-40,4%) ai 17.419 miliardi di dollari del Pil degli Stati Uniti.

Figura 1.2 – Il sorpasso Cina-Stati Uniti.

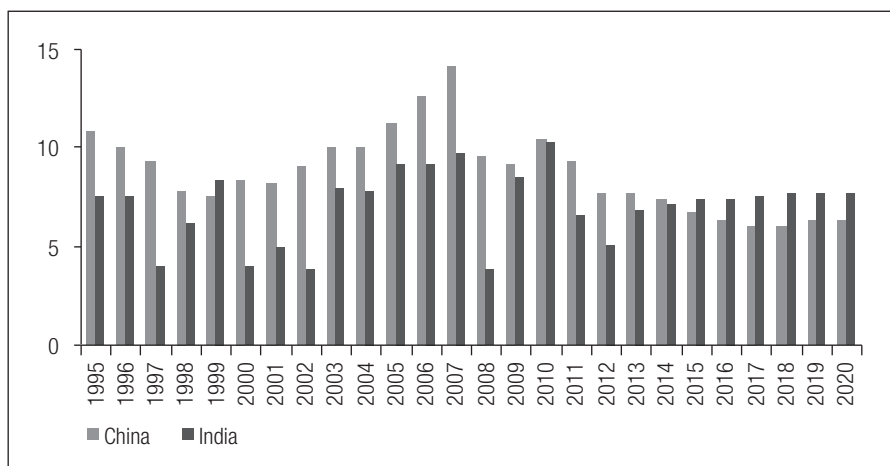
Anni 1995-2020; Pil in Mld di dollari basato sulla parità di potere di acquisto (PPA).



Fonte: Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Fondo Monetario Internazionale.

Lo spostamento del baricentro dello sviluppo mondiale verso le economie emergenti avviene in un contesto turbolento che vede modificarsi rapidamente le velocità di crescita relative delle economie maggiormente dinamiche; a tal proposito va osservato che, dopo un ventennio in cui la Cina ha stabilmente segnato un ritmo di crescita superiore a quello dell'India, nel 2015 si osserva un'inversione di questa tendenza, con il tasso di crescita del Pil a prezzi costanti dell'India (+7,5%) che supera quello della Cina (+6,8%); tale divario si mantiene fino all'ultimo anno di previsione considerato.

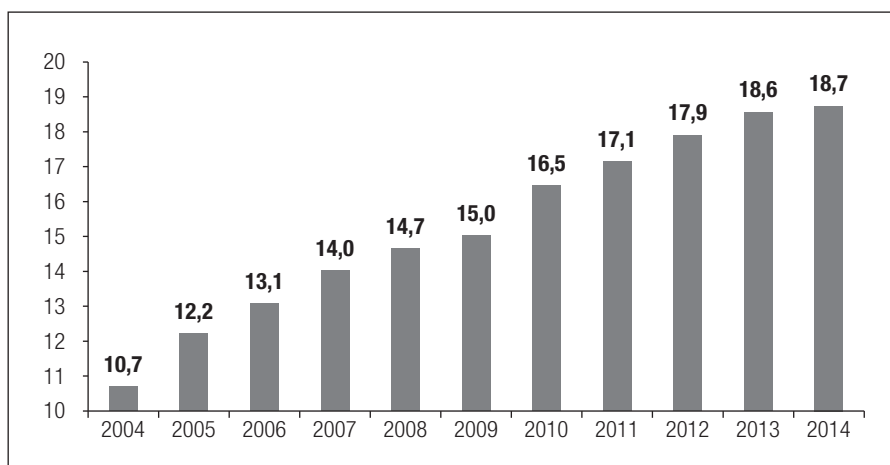
Figura 1.3 – Dal 2015 il tasso di crescita dell'India supera quello della Cina.
Anni 1995-2020; tasso di crescita tendenziale del Pil a prezzi costanti; valori percentuali.



Fonte: Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Fondo Monetario Internazionale.

Le dinamiche sopra illustrate relative ai trend di crescita sono state trainate dall'aumentato peso dei Paesi emergenti nei flussi del commercio mondiale; negli ultimi dieci anni, la quota delle esportazioni di merci dei BRICS - Brasile, Russia, India, Cina, Sudafrica - è quasi raddoppiata, passando dal 10,7% delle esportazioni mondiali del 2004 al 18,7% del 2014.

Figura 1.4 – Quote di mercato dell'export di merci dei BRICS nell'ultimo decennio.
Anni 2004-2014; % su totale export mondiale di merci.



Fonte: Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat-Ice.