



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Dal Made in al Sense of Italy

FORUM CONFCOMMERCIO-AMBROSETTI
Roma, Villa Miani

17 aprile 2024

MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

traccia per una presentazione orale

Evviva il Made in Italy... ma a noi non basta (scusate se siamo il terziario di mercato)

* i servizi NON sono «fatti» (esistono solo con la cooperazione del fruitore)

* *allora tu ti fissi con le parole...* eh sì, proprio così: senza le parole giuste non si può pensare bene, e a pensare male si finisce per male agire...

* qui si offrono criteri empirici-quantitativi per il *Made in* che confluisce nel più ampio aggregato del Sofl (*Sense of Italy*)

parola d'ordine «desiderio»

concetto guida: contaminazione reciproca tra prodotti e servizi (importo *Made in* perché sono stato in Italia, vado in Italia perché ho provato a casa mia il *Made in*)

2 Criteri di selezione ed evidenze empiriche descrittive del Sofl per l'anno 2022

beni e servizi
che:

(1) generano
emozione

presso il
consumatore
finale della
grande città

del mondo e

(2) hanno un
saldo (X-M)

positivo e
cospicuo.

	miliardi di euro		%
	X	X-M	(X-M)/PIL
totale beni e servizi	713,0	-29,5	-1,5
Agroalimentare	42,9	30,2	
Abbigliamento	79,0	40,1	
Arredamento	29,7	18,9	
Apparecchiature consumer	17,6	8,4	
turismo consumer	44,3	25,3	
totale Sofl	213,6	123,0	6,3
totale non-Sofl	499,4	-152,5	-7,8
totale non-Sofl netto energia	495,4	-32,0	-1,6

Esiste il Sofl? evidenze preliminari

il Sofl, realizzazione del super-brand Italia, deve essere

- * elastico al ciclo (mondiale) positivo
- * anelastico o meno elastico al ciclo negativo
- * scarsamente elastico al proprio prezzo

in assoluto e rispetto all'aggregato del non-Sofl

<i>elasticità del valore aggiunto reale a:</i>	Sofl	non-Sofl
PIL mondiale pro capite crescente	3,1	1,5
PIL mondiale pro capite stagnante o decrescente	2,4	1,5
indice di competitività	0,1	0,1

troviamo evidenze che la parte più desiderata e pregiata della nostra economia (il Sofl) è davvero caratterizzata da parametri che la rendono resistente al ciclo economico e non (troppo) soggetta a insidie di prezzo

Esiste il Sofl? evidenze preliminari: contaminazione positiva tra export di beni e presenze turistiche

Secondo il concetto di Sofl, **vogliamo spiegare l'export dell'Italia verso 45 paesi europei ed extra-europei** in funzione del PIL di quei paesi e delle presenze turistiche (notti) degli stranieri in Italia (2013-2019), considerando l'impedenza data dal quadrato della distanza (c.d. modello gravitazionale)

tutti i parametri sono significativi all'1%

	IV voli commerciali programmati	OLS	OLS* presenze ritardate di 3 periodi
costante	8,2	6,8	6,8
presenze	0,5	0,9	0,8
PIL	0,4	-0,2	-0,2
distanza ²	negativa	negativa	negativa
n.obs.	270	315	315

... quindi al crescere dell'1% delle presenze in Italia degli stranieri di un paese, a parità di altre condizioni, le importazioni dall'Italia di quel paese crescerebbero tra lo 0,5% e lo 0,9% (che sarebbero le esportazioni dell'Italia verso quel paese)

Fonti e note

chart 2: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Istat-Coeweb.

chart 3: elaborazioni e stime USC su dati UNdata (<https://data.un.org/>).

chart 4: elaborazioni USC su dati Istat-I.stat, servizi, trasporto aereo (vari anni).



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Dal Made in al Sense of Italy

FORUM CONFCOMMERCIO-AMBROSETTI
Roma, Villa Miani

17 aprile 2024

MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

traccia per una presentazione orale