



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Dal Made in al Sense of Italy

APRILE 2024

Ufficio Studi Confcommercio

@USConfcommercio #USC

Editing a cura di Francesco Rossi – Direzione Centrale Comunicazione e Immagine Confcommercio.

© 2024 Confcommercio-Imprese per l'Italia

Seguici su Twitter: @USConfcommercio #USC

1. È tempo di estendere il concetto di Made in Italy. Per valorizzarlo appieno è necessario includervi i servizi alle famiglie consumatrici della grande città del mondo, legati soprattutto al turismo, al fine di identificare un aggregato che cresca molto quando l'attività economica internazionale cresce, e diminuisca poco, o resti stazionario, quando l'attività economica internazionale diminuisce.

Questa nuova definizione porta al concetto di *Sense of Italy (Sofl)*¹, generatore di emozioni e di ricavi da attività economiche. Più precisamente, il Sofl è un *meta-brand*, o *super-brand* in cui la scelta dei consumatori è guidata dal c.d. *Country of Origin Effect*.

Il Sofl esprime la risultante di scelte di consumo guidate non più o non solo dal classico rapporto qualità/prezzo, ma anche da fattori emozionali, come la realizzazione di un "desiderio" indotto da un'esperienza. Vale a dire: importo dall'Italia prodotti del Sofl perché ho visitato l'Italia e visito l'Italia perché ho fruito nel mio paese di prodotti del Sofl, di cui "desidero" (verbo centrale nel Sofl) continuare a fruire.

Prima ancora della sua capacità di attrazione di acquirenti-fruitori esteri o dall'estero, il Sofl agisce come catalizzatore di desideri, propensioni e acquisti degli italiani in Italia; è ben vero che tante esportazioni ci devono inorgoglire e servono ad accrescere il nostro benessere economico, ma è altrettanto vero e rilevante che l'auto-contenimento dei flussi turistici e l'auto-attrazione dei beni italiani acquistati dagli italiani sostengono produzione e reddito e, al contempo, riducono le importazioni (che entrano con segno negativo nella determinazione del PIL). Per qualcuno tale considerazione risulterà banale, ma la discussione istituzionale e mediatica sovra-pesa pericolosamente il ruolo delle semplici esportazioni (di beni e servizi) trascurando di dare la giusta importanza a quello che *non importiamo* grazie al *meta-brand* Italia.

Inoltre, quello che qui preme sottolineare è l'estraneità del Sofl alla dittatura della competitività: se è Sofl è super-competitivo, se no non è Sofl.

È fuor di dubbio che disporre di un contesto favorevole (burocrazia efficiente, equilibrato sistema fiscale, un sistema logistico-trasportistico funzionante o una

¹ Le questioni tecniche e le definizioni sono trattate in Bella M., Mauro L. (2023), Dal Made in Italy al *Sense of Italy*, *Economia italiana*, 2 e, più estesamente e integrate da alcuni preliminari esercizi econometrici in Bella M., Mauro L. (2024), Italy: non solo *made in* ma soprattutto *sense of*, in uscita su *Micro&Macro Marketing*.

giustizia civile affidabile) vantaggi anche il Sofl, ma lo stato del contesto non è dirimente per l'affermazione e il successo del Sofl.

I suoi prodotti e servizi, qualora i costi del produrli dovessero crescere, sarebbero venduti a prezzi maggiorati e non se ne dovrebbe avvertire grande nocimento in termini di quote di mercato a volume e a valore. Se così non fosse, il *meta-brand* Italia che sorregge, alimenta e definisce il Sofl, sarebbe più un'illusione che una realtà.

2. Sulla base dell'intersezione di questi criteri, da utilizzare anche in chiave interpretativa, è stata compilata la tabella 1 che indica le principali grandezze delle relazioni con l'estero costruite sulla base del Sofl.

Per individuare l'aggregato Sofl si è fatto ricorso a un criterio oggettivo seppur non scevro da elementi di arbitrarietà.

Si è partiti dagli scambi con l'estero secondo la classificazione ATECO delle attività produttive a livello di quinta cifra del codice – quindi un livello di dettaglio molto ampio per l'individuazione dei prodotti – e si è proceduto al calcolo dei diversi saldi settoriali (esportazioni meno importazioni), per individuare quei comparti di attività con domanda estera netta positiva, di significativa entità e persistente nel tempo.

Il numero delle attività produttive prese in esame, poco più di un centinaio, è stato mantenuto costante nelle osservazioni temporali considerate.

Si è immaginato che una parte consistente dell'aggregato Sofl sia caratterizzata da quattro A (un'impostazione non nuova nella pubblicistica sull'argomento): l'Agroalimentare, l'Abbigliamento (tessile-moda, accessori, gioielleria, articoli sportivi e occhialeria), l'Arredamento (filiera del mobile, ceramica e piastrelle) e, infine, le Apparecchiature, un agglomerato estremamente vasto di prodotti meccanici ed elettromeccanici che rappresenta il principale punto di forza delle esportazioni manifatturiere italiane, ma del quale si è scelto di considerare solo le due voci "elettrodomestici" e "apparecchi per uso domestico non elettrici", in quanto direttamente collegati alla fruizione di "esperienze" da parte dei consumatori finali in qualsiasi parte del mondo.

La restante parte del *Sense of Italy* è costituita dai servizi limitatamente alla voce viaggi, ossia la spesa per consumi dei non residenti sul territorio italiano, la cui componente prevalente è riconducibile ai flussi turistici *incoming*².

Tab. 1 – Il *Sense of Italy* (Sofl): beni e servizi ad alto contenuto emozionale e creativo
miliardi di euro a prezzi correnti

	Esportazioni			Saldo X-M		
	2002	2007	2022	2002	2007	2022
Agroalimentare	14,1	17,7	42,9	9,4	11,8	30,2
Abbigliamento	43,5	46,3	79,0	26,9	24,5	40,1
Arredamento	24,1	25,3	29,7	20,8	19,5	18,9
Apparecchiature consumer	8,9	13,4	17,6	4,5	6,7	8,4
totale beni Sofl	90,6	102,8	169,3	61,6	62,4	97,7
totale beni	269,1	364,7	626,2	7,8	-8,6	-34,1
turismo consumer	28,2	31,2	44,3	20,9	17,2	25,3
totale Sofl	118,9	133,9	213,6	82,5	79,6	123,0
totale beni e servizi	329,6	441,8	713,0	10,2	-5,5	-29,5
PIL				1.350,3	1.614,8	1.946,5
saldo bilancia commerciale in % del PIL				0,8	-0,3	-1,5
saldo bilancia commerciale al netto dell'energia in % del PIL				2,7	2,9	4,7
saldo beni e servizi Sofl in % del PIL				6,1	4,9	6,3

nota: X indica le esportazioni, M le importazioni; l'aggregazione dei settori delle 4A è stata effettuata per somma di valori di X e M riferiti a beni manufatti individuati secondo l'ATECO 2007 a livello di Categoria (5-digit), estratti dalla banca dati Coeweb dell'ISTAT (<https://www.coeweb.istat.it/>); le corrispondenze tra le **A** e i codici ATECO sono indicate nei riferimenti contenuti nella nota 1; turismo consumer = spesa in Italia dei non residenti e saldo X-M per il turismo consumer è la spesa in Italia dei non residenti meno la spesa all'estero dei residenti (Istat).

I saldi dell'interscambio di beni Sofl risultano ampiamente positivi e crescenti nel tempo e, dunque, contribuiscono decisamente alla formazione del prodotto lordo. Si confrontino le esportazioni e i saldi dei beni Sofl con le esportazioni e i saldi del totale beni, ricordando che è il saldo estero che contribuisce al PIL (e non la mera

2 Una congettura ben supportata da evidenza empirica e contabile riguarda l'appropriazione del valore generato da un'attività esportativa di un bene in funzione del modo in cui esso è esportato. Mentre si può ipotizzare che il valore aggiunto generato dal consumo di un pasto da parte di uno straniero presso un ristorante italiano sia quasi tutto valore aggiunto italiano (servizi turistici), se non sono presenti alimenti importati; invece, la medesima quantità di beni che venisse esportata in forma di merci oltre la frontiera presso un paese straniero necessiterebbe di servizi di trasporto e di servizi assicurativi. E, infatti, i saldi X-M delle voci servizi dei trasporti e servizi assicurativi nella bilancia commerciale sono entrambe negative (nel 2022 per 17,8 e 2,3 miliardi di euro rispettivamente). Quindi, non le includiamo nel Sofl.

esportazione). Per quanto riguarda i beni Sofl, esportando nel 2022 circa 169 miliardi (terza colonna della tabella) di merci si registra un saldo netto di quasi 98 miliardi (sesta colonna). Guardando invece al totale esportazioni di beni compaiono i saldi negativi, gravati anche dalla voce energia, di cui si dirà tra un attimo.

Analoga valutazione si desume guardando al totale della bilancia commerciale, cioè includendo anche i servizi. Nel 2002, per esempio, per fare 10 miliardi di euro di saldo (quarta colonna) è stato necessario esportare quasi 330 miliardi di euro di beni e servizi (prima colonna). Nello stesso anno, invece, l'Italia ha realizzato un saldo di 82,5 miliardi di euro di Sofl esportando un volume di Sofl di soli 119 miliardi di euro.

Nel 2007 e nel 2022 il saldo commerciale complessivo è negativo, quello del Sofl è, rispettivamente, di 80 e 123 miliardi di euro.

Il concetto di Sofl non può essere meglio spiegato da questi numeri: è il Sofl che fa il PIL, cioè il nostro benessere economico, non le mere esportazioni.

La sezione relativa al saldo complessivo dei beni è depressa dalla contabilizzazione della bilancia energetica. In altre parole, si potrebbe obiettare che nella definizione del Sofl si esclude convenientemente l'energia e si imputi ai beni in generale il suo saldo pesantemente negativo. Tenendo conto di questa correzione, cioè escludendo l'energia, il saldo dei soli beni nel 2022 passerebbe da un deficit di circa 34 miliardi di euro ad un surplus di circa 91 miliardi, ancora inferiore di oltre 30 miliardi di euro al saldo dei beni Sofl.

Questa semplice evidenza aritmetica dimostra, semmai, che il Sofl paga ampiamente la nostra bolletta energetica.

Un ulteriore aspetto di capitale rilievo nell'identificazione del Sofl e della sua possibile valorizzazione risiede nella dimensione crescente dei valori assoluti del contributo alla ricchezza nazionale e nella persistenza del segno positivo del saldo esportazioni meno importazioni. Perché il *Sense of Italy* non dipende dal ciclo economico; perché il valore che gli si riconosce nel mondo consente politiche di prezzo molto soddisfacenti; perché incorpora quote relativamente ridotte di importazioni e, in generale, di valore aggiunto prodotto all'estero.

L'evidenza è definitivamente testimoniata dalle ultime tre righe della tabella 1: sul saldo estero del Sofl si può contare, quasi a prescindere dal contesto internazionale.

Vale giusto la pena di sottolineare che la componente del turismo in ingresso nel nostro paese, che contabilmente vale come esportazioni di servizi, evidenzia una dimensione rilevante, inferiore in livello assoluto alla sola voce dell'abbigliamento delle quattro A, ma superiore alle rimanenti tre. In termini di saldo, il solo turismo consumer vale, nel 2022, oltre un quinto del saldo complessivo del Sofl.

3. L'idea è che, se di Sofl si tratta, al ciclo economico internazionale espansivo dovrebbe corrispondere una sua forte crescita – in termini di valore aggiunto dei settori che producono i beni e i servizi che ne fanno parte e non solo di esportazioni – mentre in corrispondenza di un ciclo negativo, la riduzione della ricchezza prodotta dal Sofl dovrebbe essere moderata. Il contrario, per confronto, dovrebbe verificarsi per i beni e i servizi non-Sofl: quest'ultimo aggregato è pari al valore aggiunto totale, misurato ai prezzi base, meno il valore aggiunto generato dalla pubblica amministrazione e meno il valore aggiunto del Sofl.

È indispensabile recuperare il concetto di valore aggiunto come indicatore genuino di ricchezza prodotta, in accordo con l'idea che il Sofl può svolgere anche il ruolo di ridurre i volumi di beni importati, attivando domanda domestica³.

Definito il perimetro della base dati, abbiamo stimato la seguente equazione di regressione lineare, una volta riferita al Sofl e un'altra volta riferita all'aggregato non-Sofl:

$$(1) \quad \Delta\% \text{ v.a.} = \kappa + \beta_A \Delta\% \text{PIL}_A + \beta_B \Delta\% \text{PIL}_B + \gamma \Delta\% \text{IC}$$

in cui la variabile dipendente è la variazione percentuale del valore aggiunto reale – del Sofl e del non-Sofl separatamente – e $\Delta\% \text{PIL}$ è la variazione percentuale del PIL mondiale pro capite in termini reali, con A indicante il ciclo alto o espansivo e B il ciclo basso o recessivo o di stagnazione⁴; infine, l'indice di competitività IC è il deflatore del valore aggiunto (dell'aggregato presente a sinistra) diviso per il tasso di cambio

3 A causa della indisponibilità dei dati, non è stato possibile costruire una misura del valore aggiunto delle 4A perfettamente sovrapponibile ai segmenti di attività economica prescelti per la tabella 1.

4 L'identificazione temporale delle fasi recessive è fornita dal *business cycle dating* dell'Ocse.

dollaro/euro. Per non generare confusione, consideriamo che se la competitività di un bene cresce (cioè cresce l'IC) di quel bene, a parità di tutte le altre condizioni, se ne consumerà (venderà) di più. Per ottenere questo effetto, il denominatore di IC è dollari per euro in modo tale che se l'euro si apprezza la competitività scende (ci vogliono più dollari per un euro e, viceversa, in caso di deprezzamento). Questo spiega il segno positivo del relativo parametro nella tabella 2, nella quale sono presentati i principali risultati dell'analisi di regressione.

Tab. 2 – Un primo test empirico del Sofl (risultati della stima dell'equazione 1)⁵

	variabile dipendente: var. % v.a. reale	
	Sofl	non-Sofl
costante (κ)	-5,2 (-4,6)	-2,4 (-3,3)
PIL mondiale pro capite crescente (β_A)	3,1 (7,5)	1,5 (5,4)
PIL mondiale pro capite stagnante o decrescente (β_B)	2,4 (4,3)	1,5 (4,0)
indice di competitività (γ)	0,1 (1,3)	0,1 (1,3)
R ² corretto	0,9	0,7

periodo di stima: 1999-2022; la differenza tra le elasticità del Sofl alle diverse fasi del ciclo economico mondiale è statisticamente significativa agli usuali livelli di confidenza (5%).

L'evidenza più significativa riguarda la risposta del valore aggiunto del Sofl al ciclo economico rispetto al non-Sofl. L'aggregato selezionato che gode, secondo noi, dell'effetto del *country of origin* cresce molto (elasticità pari a 3,1) se il ciclo mondiale, depurato dall'effetto della demografia, è elevato, cioè se il PIL mondiale pro capite (reale) cresce. Viceversa, se il ciclo mondiale è negativo o stagnante diminuisce ancora più che proporzionalmente (elasticità pari a 2,4), ma molto meno intensamente rispetto alla simmetrica fase di crescita. Il contrario accade per il non-Sofl: gli altri beni e servizi di mercato, infatti, crescono relativamente poco (elasticità pari a 1,5) se il ciclo mondiale è positivo e diminuiscono relativamente poco se il ciclo mondiale è negativo (elasticità ancora pari a 1,5). L'effetto prezzo è modesto per entrambi gli aggregati.

5 In entrambe le equazioni è presente una variabile *dummy* che seleziona il 2020, trattato come *outlier*, ben al di fuori del semplice ciclo stagnante o recessivo.

Nel complesso, si tratta di un esercizio di prima approssimazione, con diversi limiti. Di buono c'è che i parametri hanno il segno atteso e sono statisticamente significativi e il loro ordinamento è accettabile e coerente con le attese.

Sviluppare il concetto di Made in Italy per farlo approdare a quello più pregnante di *Sense of Italy* permette di identificare meglio il ruolo della parte più attraente – e universalmente desiderata – della nostra vita economica.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

www.confcommercio.it