

I pochi eletti: nuovi fatti sull'internazionalizzazione delle imprese europee

Thierry Mayer, Gianmarco I.P. Ottaviano

Università Sorbona di Parigi, Università di Bologna

Classificazione JEL: F120; R130

1. INTRODUZIONE

«Internazionalizzazione» è un concetto ambiguo. Dal punto di vista di chi decide la politica economica, «internazionalizzazione» rimanda alla presenza di un paese nei mercati internazionali, misurata in termini della sua quota di esportazioni, importazioni e IDE (investimenti diretti all'estero). Dal punto di vista dei manager, «internazionalizzazione» si riferisce invece alla capacità dell'impresa di generare valore attraverso attività internazionali. Sebbene complementari, i due punti di vista sono stati finora trattati separatamente. I decisori di politica economica si interessano a esportazioni, importazioni e IDE aggregati in una prospettiva spesso settoriale. I manager si preoccupano invece del fatto che le attività internazionali di esportazione, importazione e investimento diretto comportano costi aggiuntivi rispetto alle attività domestiche, generando barriere che solo alcune imprese riescono a superare. La prospettiva che privilegiano è quindi quella delle loro imprese.

La distinzione tra i due punti di vista è connessa a obiettivi e interessi diversi, ma anche a due diversi modi di pensare. Ai manager interessano casi studio e situazioni esemplari. I decisori di politica economica preferiscono invece l'informazione statistica.

Traduzione italiana di Cecilia Mutti. L'originale in inglese, The Happy Few: The Internationalisation of European Firms, by Gianmarco I.P. Ottaviano and Thierry Mayer (CEPR), Bruegel Blueprint Series, 3, è disponibile on line: all'indirizzo www.bruegel.org.

Questo articolo si basa sul rapporto EFIM 2007, «The Happy Few: The Internationalisation of European Firms», Bruegel Blueprint Series Volume III. EFIM (<http://www.bruegel.org/Public/SimplePage.php?ID=1720>) è un network di otto centri di ricerca, appartenenti a otto paesi europei, creato nel 2006 con il coordinamento di Bruegel e CEPR per lavorare su questioni di politica economica riguardanti l'internazionalizzazione delle imprese europee e affrontabili al meglio usando dati statistici a livelli d'impresa.

La mancanza di questo tipo di informazione sulle singole imprese ha finora impedito l'inclusione sistematica dell'analisi a livello di impresa nella strumentazione di cui si serve chi decide la politica economica. Scopo del presente saggio è far capire che i tempi sono ormai maturi per arricchire tale strumentazione dal momento che i dati a livello di impresa stanno diventando disponibili e forniscono nuove informazioni che non possono più essere ignorate. Inoltre, l'analisi statistica a livello di impresa permette di riconciliare i due punti di vista del decisore di politica economica e del manager. In particolare, il saggio mette in evidenza il fatto che l'analisi dei dati statistici a livello di impresa rivela alcuni fenomeni che a livello aggregato passano completamente inosservati. In primo luogo, l'evoluzione delle esportazioni, delle importazioni e degli IDE aggregati è guidata dalle variazioni di due «margini». Nel caso delle esportazioni, il margine «intensivo» si riferisce alle esportazioni medie per impresa, mentre il margine «estensivo» concerne il numero di imprese che esportano. Definizioni analoghe si applicano al caso delle importazioni e degli IDE. In secondo luogo, il margine estensivo è di gran lunga più importante di quello intensivo nel determinare l'evoluzione di esportazioni, importazioni e IDE aggregati. In terzo luogo, il margine estensivo è «sottile», nel senso che le imprese attive sui mercati internazionali sono rare e un numero molto ridotto di esse traina buona parte delle esportazioni, delle importazioni e degli IDE aggregati. Infine, il margine estensivo è un «club esclusivo» nella misura in cui le imprese attive sui mercati internazionali sono diverse dalle altre: sono più grandi, generano maggior valore aggiunto, pagano salari più alti, utilizzano più capitale per addetto, impiegano manodopera più specializzata e hanno una più alta produttività. Senza dati a livello di impresa è semplicemente impossibile osservare questi fenomeni e, infatti, finora non è stato fatto.

In sintesi, la performance internazionale di un paese è determinata da un numero molto ridotto di imprese competitive. In termini di politica economica, questo implica che il successo di un paese nei mercati internazionali dipende soprattutto dall'aumento del numero di imprese coinvolte, piuttosto che da una più intensa attività delle imprese già coinvolte. In questa ottica, le politiche economiche che promuovono la crescita in dimensione e produttività delle imprese sono molto più importanti di quelle che incoraggiano esportazioni, importazioni e IDE in quanto tali.

Il saggio è organizzato in quattro ulteriori sezioni. La sezione 1 evidenzia il fatto che le imprese attive sui mercati internazionali sono rare e il loro *club esclusivo* è dominato da una manciata di grandi attori. La sezione 2 fa vedere che le imprese internazionalizzate sono diverse dalle altre, essendo migliori in termini di varie misure di performance aziendale. La sezione 3 analizza i flussi aggregati di commercio e IDE, mettendo in luce l'importanza del margine estensivo. Infine, la sezione 4 conclude discutendo le implicazioni di politica economica.

Un'ultima precisazione. I dati a livello di impresa sono generalmente raccolti da bilanci aziendali e da indagini a campione condotte da amministrazioni pubbliche o istituti di ricerca nei vari paesi. La mancanza di omogeneità e coordinamento tra i diversi soggetti coinvolti è del tutto normale. Impedisce, tuttavia, di creare una banca dati omogenea che copra tutti i paesi europei. Questo vuol dire che soltanto un numero ristretto di questioni può essere affrontato sistematicamente in tutti i paesi. Piuttosto che limitare l'attenzione a tali questioni, si è deciso di coprire una più vasta gamma di aspetti, selezionando per ognuno di essi i migliori dati disponibili nei singoli paesi.

2. L'INTERNAZIONALIZZAZIONE È PER POCHI

In questa sezione si utilizzano i dati a livello d'impresa per mostrare che le imprese attive sui mercati internazionali («imprese internazionalizzate») sono poche e, tra queste poche, solo un numero ristretto registra attività di esportazione e di IDE rilevanti sul mercato globale.

2.1. *Le «superstar» delle esportazioni*

Concentriamo la nostra attenzione sul commercio internazionale e classifichiamo le imprese di un paese in ordine decrescente rispetto alle loro esportazioni. La tabella 1 illustra i contributi di diversi segmenti della classifica alle esportazioni aggregate nei casi di Belgio, Francia, Germania, Ungheria, Italia, Norvegia e Regno Unito.

I campioni relativi a Belgio e Norvegia includono tutte le imprese di quei paesi e sono quindi esaustivi. I campioni relativi a Regno Unito, Germania, Ungheria e Italia riguardano soltanto imprese relativamente grandi e sono pertanto selettivi. Nel caso della Francia sono invece disponibili sia un campione esaustivo che un campione selettivo paragonabile a quelli britannici, tedeschi, ungheresi e italiani. Nel presente saggio utilizziamo soprattutto il campione selettivo, che offre informazioni più dettagliate. Ove possibile, comunque, diamo anche i risultati relativi al campione completo.

Per ogni paese, le colonne nella tabella 1 evidenziano il contributo alle esportazioni aggregate dell'uno per cento («top 1 per cento»), del cinque per cento («top 5 per cento») e del dieci per cento («top 10 per cento») dei maggiori esportatori. Le cifre sono impressionanti. Nei campioni esaustivi l'1 per cento dei maggiori esportatori copre più del 45 per cento delle esportazioni aggregate, il 5 per cento dei maggiori esportatori più del 70 per cento delle esportazioni aggregate, il 10 per cento dei maggiori esportatori più dell'80 per cento delle esportazioni aggregate. I risultati riferiti a Germania, Ungheria

TAB. 1. *Peso dei maggiori esportatori nel esportazioni aggregate (settore manifatturiero), anno 2003*

Paese d'origine	Top 1%	Top 5%	Top 10%
Germania	59	81	90
Francia	44 (68)	73 (88)	84 (94)
Regno Unito	42	69	80
Italia	32	59	72
Ungheria	77	91	96
Belgio	48	73	84
Norvegia	53	81	91

Nota: I campioni di Francia, Germania, Ungheria, Italia coprono solo imprese relativamente grandi. Quelli di Belgio e Norvegia sono invece esaustivi. Nel caso della Francia i numeri tra parentesi si riferiscono al campione esaustivo, gli altri campione selettivo.

Fonte: EFIM (2007).

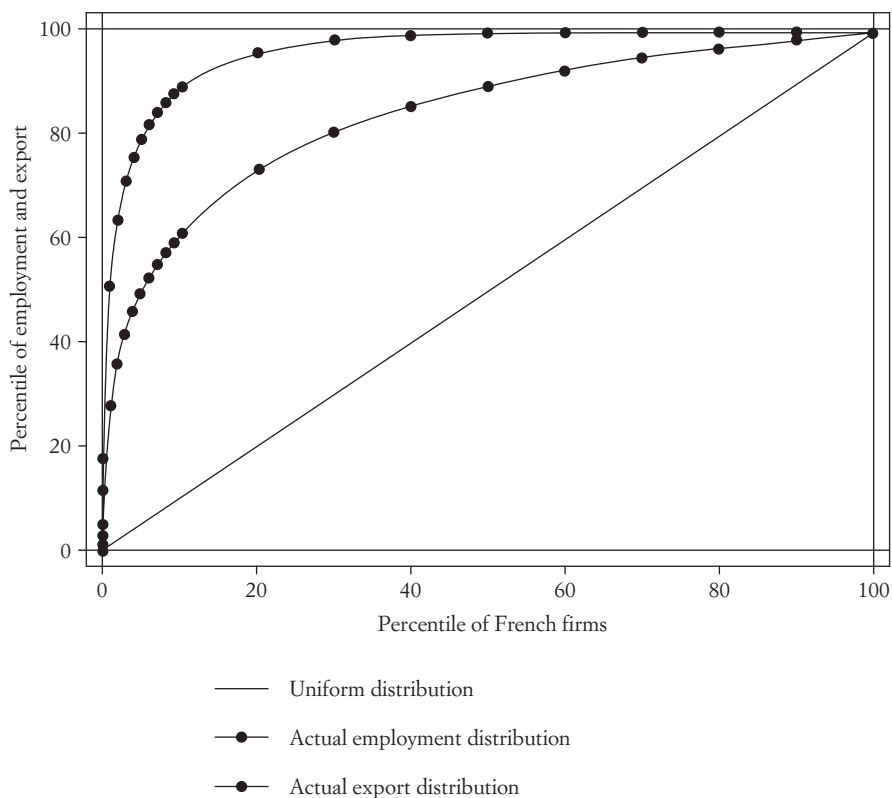
ria, Italia e Regno Unito sono meno netti. Comunque, il confronto tra i campioni selettivi ed esaustivi, possibile nel caso della Francia, suggerisce che tali risultati possano essere attribuiti alla restrizione delle banche dati di quei paesi a imprese relativamente grandi.

Questa caratteristica dell'internazionalizzazione è analizzata ulteriormente nella figura 1 nel caso della Francia (campione selettivo). La curva più alta *actual exports distribution* traccia la distribuzione delle esportazioni. Gli esportatori sono disposti in ordine decrescente per volume di esportazioni da sinistra a destra lungo l'asse orizzontale a partire dal più grande, mentre lungo l'asse verticale è riportato il loro contributo cumulato alle esportazioni aggregate. I contributi cumulati dell'1 per cento, del 5 per cento e del 10 per cento dei maggiori esportatori sono quelli già riportati nella tabella 1. Come punto di riferimento, la retta bisettrice (*uniform distribution*) traccia la distribuzione corrispondente al caso in cui tutte le imprese esportassero gli stessi volumi di merci. Perciò, più lontana è la curva dalla bisettrice, più le esportazioni aggregate sono concentrate nelle mani di poche imprese esportatrici. Usando il campione selettivo, siamo in grado di tracciare una distribuzione simile anche per quanto riguarda la dimensione delle imprese in termini di occupazione (*actual employment distribution*). Questa rappresenta un altro interessante punto di riferimento. Essendo più bassa, indica che la concentrazione è sì alta in termini di dimensione, ma ancora più alta in termini di esportazioni. In altre parole, l'internazionalizzazione di un paese è dovuta essenzialmente a poche imprese «superstar».

La figura 2 si concentra sui contributi delle *superstar* delle esportazioni, approfondendo l'analisi del *club* esclusivo dell'1 per cento dei maggiori esportatori¹. Il risultato è ancora una volta impressionante: lo 0,001 per

¹ Poiché qui ci concentriamo su un numero più ristretto di imprese, abbiamo bisogno di usare il campione esaustivo per ottenere una distribuzione rappresentativa. È usata una rappresentazione in scala logaritmica per aumentare la leggibilità della figura.

FIG. 1. *Il fenomeno degli esportatori superstar (Francia, campione selettivo)*



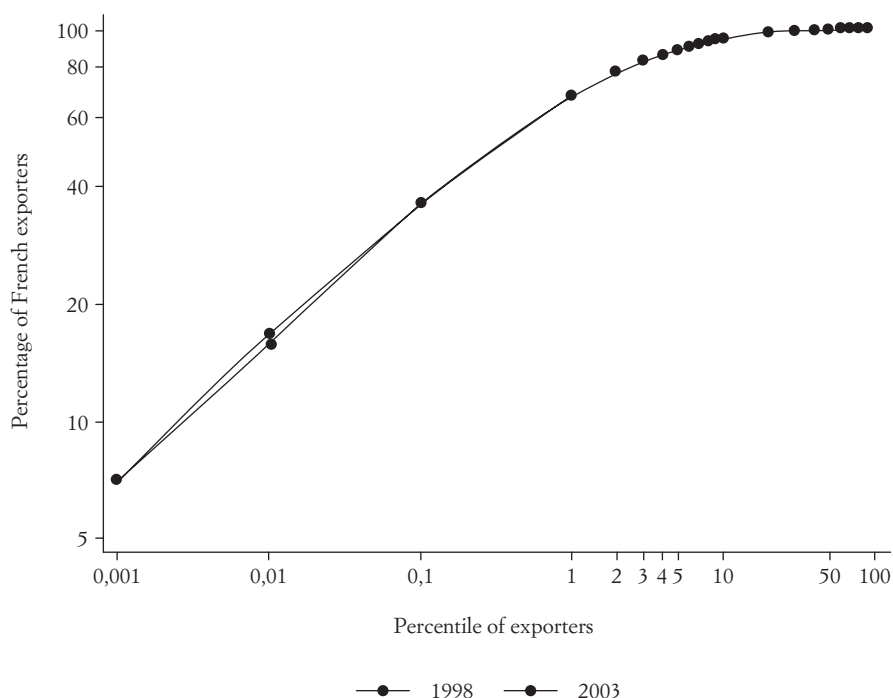
Fonte: EFIM (2007).

cento, lo 0,01 per cento e lo 0,1 per cento dei maggiori esportatori coprono poco meno del 10 per cento, 20 per cento e 40 per cento delle esportazioni aggregate.

Per l'Europa in generale, possiamo riassumere i risultati come segue:

Fatto 1 – Il mercato delle esportazioni è guidato da un ristretto numero di esportatori superstar. L'1 per cento, il 5 per cento e il 10 per cento dei maggiori esportatori copre non meno del 40 per cento, del 70 per cento e dell'80 per cento delle esportazioni aggregate.

FIG. 2. Il fenomeno degli esportatori superstar, trasformazione logaritmica (Francia, campione esaustivo)



Fonte: EFIM (2007).

2.2. Intensità dell'attività di esportazione

Il fatto che soltanto un numero estremamente limitato di imprese determini le esportazioni aggregate di un paese suggerisce che quella degli esportatori sia una categoria eterogenea contenente imprese molto diverse tra loro. La tabella 2 mostra che la percentuale di esportatori sul numero totale di imprese è circa il 65 per cento per la Francia, il 60 per cento per la Germania, il 45 per cento per l'Ungheria, il 75 per cento per l'Italia e il 40 per cento per la Norvegia. Le percentuali più elevate registrate per Francia, Germania e Italia, riflettono la concentrazione dei rispettivi campioni su imprese relativamente grandi. Per ogni paese, la tabella riporta anche la percentuale di imprese che esportano più di una data quota del fatturato (che hanno, cioè, una «intensità dell'attività di esportazione» superiore a un dato livello) e la rispettiva percentuale di esportazioni aggregate coperta.

I risultati per Francia, Italia e Norvegia sono simili e mostrano come, sebbene solo un piccolo sottoinsieme di imprese esporti una quota importante

del proprio fatturato, questo stesso gruppo di imprese sia responsabile di una larga frazione delle esportazioni totali. In Francia, Germania e Regno Unito, circa il 10 per cento di tutte le imprese esporta più del 50 per cento del fatturato, ma queste imprese coprono solo il 50-75 per cento delle esportazioni aggregate.

Il confronto tra Francia e Germania è interessante perché mette in luce il valore aggiunto dell'analisi dei dati a livello di impresa rispetto ad analisi più aggregate. In Germania il numero di imprese che esportano più del 50 per cento del fatturato è maggiore che in Francia. Inoltre, questa categoria di imprese rappresenta una quota molto più rilevante delle esportazioni aggregate. Dalla tabella 2 si evince che in Germania il maggiore contributo (68 per cento) alle esportazioni aggregate deriva da imprese che esportano dal 50 per cento al 90 per cento del loro fatturato. Al contrario, in Francia il maggior contributo (46 per cento) viene da imprese che esportano dal 10 per cento al 50 per cento del loro fatturato. La Francia, comunque, possiede un maggior numero di imprese completamente «globalizzate», che vendono cioè più del 90 per cento del fatturato all'estero, e la quota di esportazioni aggregate di tali imprese è di quasi due volte più grande che in Germania. Questo dato richiama altri risultati, che sottolineano come uno dei punti di forza della struttura industriale tedesca rispetto a quella francese sia la robusta presenza di imprese medie coinvolte nell'attività di esportazione ².

I riquadri (a) e (b) della figura 3 illustrano questo fenomeno per l'intera distribuzione delle imprese in due anni, e cioè nel 1998 e nel 2003. Sebbene questo tipo di raffronto trasversale tra paesi debba essere considerato con grande prudenza, sembra davvero mostrare come la recente differenza di performance aggregata tra Francia e Germania nei mercati internazionali derivi dalle imprese con media intensità di esportazioni. Nel 1998, le distribuzioni relative ai due paesi sono piuttosto simili, anche se la Francia presenta un numero lievemente maggiore di imprese che esportano frazioni molto piccole o molto grandi del loro fatturato. Nel 2003, la situazione è diversa e vede la Germania superare decisamente la Francia in termini di quota di imprese che esportano frazioni intermedie del loro fatturato. Resta comunque da approfondire se questo cambiamento nelle distribuzioni abbia in qualche modo influenzato l'improvvisa differenza di performance nell'esportazione registrata tra i due paesi nello stesso periodo di tempo.

Per quanto riguarda l'Italia, il 3 per cento e il 25 per cento delle imprese esportano più del 90 per cento e più del 50 per cento del fatturato e coprono il 7 per cento e il 70 per cento delle esportazioni aggregate. Per la Norvegia,

² Si veda Artus, Fontagné (2007). Questo dato deve essere preso con cautela poiché i campioni tedesco e francese utilizzati non sono esaustivi. Tuttavia, i criteri adottati per costruire i campioni selettivi dei due paesi sembrano sufficientemente comparabili.

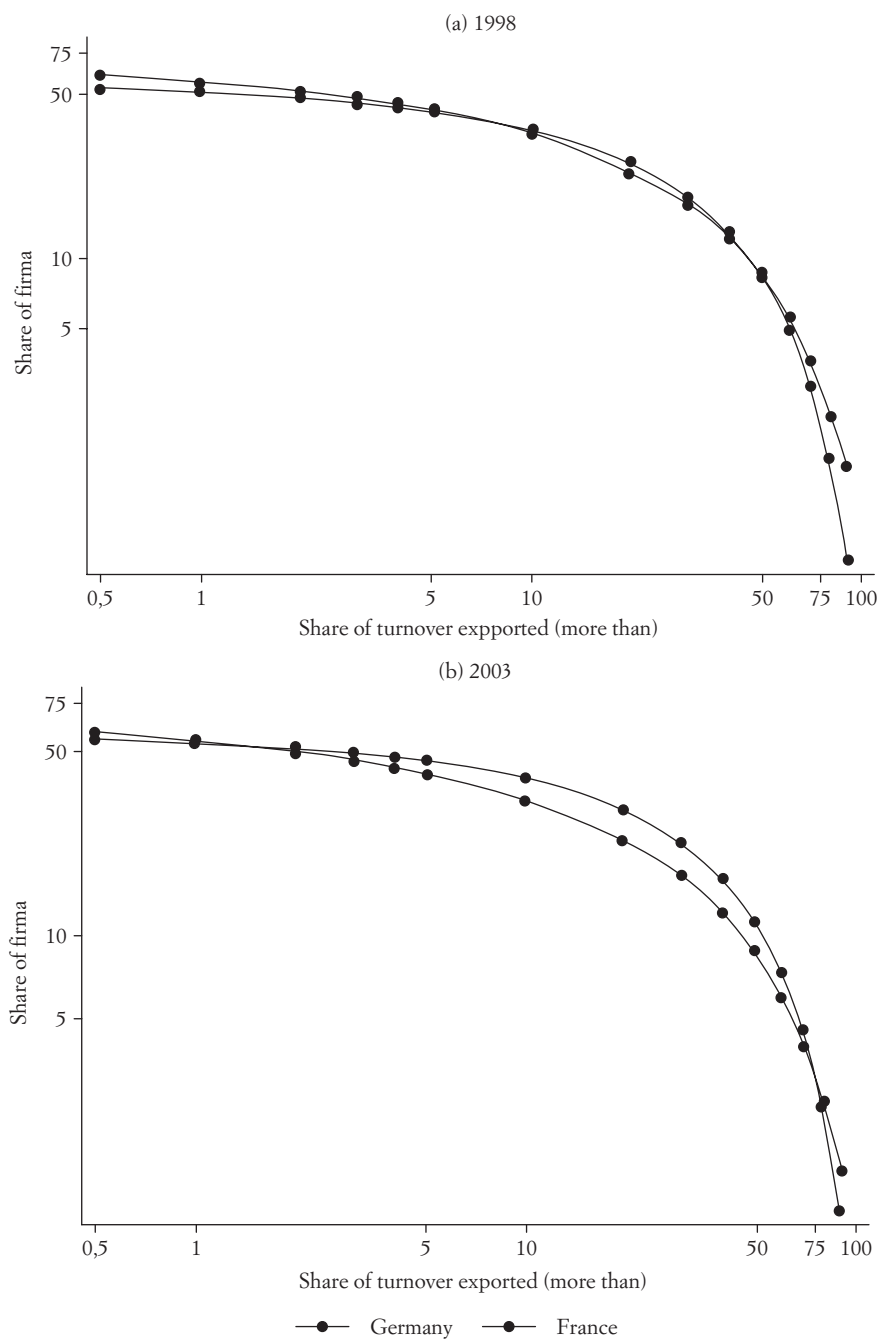
TAB. 2. *Distribuzione dei campioni di esportatori per percentuale di fatturato esportato, anno 2003*

Paese d'origine	N imprese	Esportazioni totali (mld €)	% esportatori	% imprese che esportano più del				% esportazioni totali da parte di imprese che esportano più del			
				5% del fatturato	10% del fatturato	50% del fatturato	90% del fatturato	5% del fatturato	10% del fatturato	50% del fatturato	90% del fatturato
Germania	48.325	488,66	59,34	46,89	40,30	11,85	0,96	99,49	98,54	73,57	5,95
Francia	23.691	171,73	67,3	41,16	33,04	9,02	1,39	93,58	95,11	49,22	9,71
Regno Unito	14.976	71,46	28,33	22,52	19,27	8,07	1,51	97,60	93,40	65,70	19,00
Italia	4.159	58,61	74,44	64,90	57,42	25,58	2,91	99,71	98,53	69,09	7,52
Ungheria	6.404	30,01	47,53	38,43	34,74	22,19	11,01	99,86	99,64	92,01	69,13
Norvegia	8.125	16,07	39,22	17,98	14,45	5,19	1,26	98,51	97,42	70,27	28,57

Nota: I campioni di Francia, Germania, Ungheria, Italia coprono solo imprese relativamente grandi. Quelli di Belgio e Norvegia sono invece esaustivi.

Fonte: EFIM (2007).

FIG. 3. *Intensità d'esportazione: Francia e Germania*



Fonte: EFIM (2007).

circa l'1 per cento e il 5 per cento delle imprese esportano più del 90 per cento e del 50 per cento del fatturato e coprono, rispettivamente, circa il 30 per cento e il 70 per cento delle esportazioni aggregate.

Nel caso dell'Ungheria la situazione è in qualche modo diversa. Circa il 10 per cento e il 22 per cento delle imprese ungheresi esportano rispettivamente più del 90 per cento e del 50 per cento del fatturato, coprendo all'incirca il 70 per cento e il 90 per cento delle esportazioni aggregate. Questo rivela che gran parte delle imprese ungheresi è coinvolta in un'intensa attività internazionale, probabilmente per quel ruolo, che si attribuisce all'Ungheria, di retrobottega industriale della Germania.

Quanto rilevato implica:

Fatto 2 – Soltanto alcune imprese esportano un'ampia quota del loro fatturato. Circa il 5 per cento e il 25 per cento delle imprese esportano, rispettivamente, più del 90 per cento e del 50 per cento del fatturato e coprono, rispettivamente, il 10 per cento e il 70 per cento circa delle esportazioni globali.

Se si raffrontano queste percentuali con quelle riportate nella tabella 1, si nota che la percentuale delle imprese con la massima intensità d'esportazione è maggiore della percentuale di esportatori *superstar*. Di conseguenza, non sempre gli esportatori *superstar* sono imprese che esportano alte quote del loro fatturato.

2.3. I margini delle esportazioni

Un numero molto ristretto di imprese ha un peso sproporzionato nelle esportazioni aggregate. Queste imprese non esportano necessariamente grandi quote del loro fatturato. Per dominare le esportazioni aggregate, devono quindi essere di grandi dimensioni. La tabella 3 fornisce ulteriori informazioni su queste imprese. La tabella si riferisce alla Francia, ma, come si è visto sopra, i vari paesi del nostro campione sono sorprendentemente simili tra loro, una volta considerata la diversa selettività dei campioni.

Il riquadro superiore della tabella riporta la percentuale di imprese che esportano un dato numero di prodotti (righe) in un dato numero di mercati (colonne). Il riquadro rivela una configurazione bipolare dovuta alla maggiore concentrazione di imprese nelle celle in alto a sinistra e in basso a destra. In particolare, il 30 per cento delle imprese esporta soltanto un prodotto verso un solo mercato, mentre il 10 per cento delle imprese esporta più di dieci prodotti verso più di dieci mercati.

Il riquadro inferiore illustra, invece, la frazione di esportazioni aggrega-

TAB. 3. *Distribuzione degli esportatori francesi per numero di prodotti e di mercati*

Quota degli esportatori francesi nel 2003 (N. totale di esportatori: 99.259)				
N. di prodotti	No. di paesi			
	1	5	10+	Totale
1	29,61	0,36	0,22	34,98
5	0,76	0,45	0,62	4,73
10+	0,95	0,89	10,72	18,57
Totale	42,59	4,12	15,54	100,00
Quota delle esportazioni francesi nel 2003 (esportazioni totali: 314,3 mld €)				
No. di prodotti	No. di paesi			
	1	5	10+	Totale
1	0,7	0,08	0,38	1,86
5	0,3	0,08	1,06	1,97
10+	0,28	0,45	76,3	81,36
Totale	2,85	1,55	85,44	100,00

Fonte: EFIM (2007).

te spiegata da un dato numero di prodotti esportati (righe) verso un dato numero di mercati (colonne). In questo riquadro non si riscontra alcuna configurazione bipolare: le imprese che esportano più di dieci prodotti su più di dieci mercati coprono oltre il 75 per cento delle esportazioni aggregate.

Dal confronto dei due riquadri si evince:

Fatto 3 – I grandi esportatori esportano molti prodotti su molti mercati. Le imprese che esportano più di dieci prodotti in più di dieci mercati coprono oltre il 75 per cento delle esportazioni aggregate.

In sintesi, l'andamento delle esportazioni è influenzato da alcune imprese di punta che sono di grande dimensione e forniscono un grande numero di mercati esteri di molti prodotti differenziati. Se ne deduce che esiste un processo attraverso il quale soltanto imprese sufficientemente grandi e con una gamma di prodotti sufficientemente ricca sono in grado di fronteggiare la competizione a livello internazionale. Analizzeremo nella sezione 3 le caratteristiche che rendono gli esportatori – e a maggior ragione i grandi esportatori – diversi dalle altre imprese. Chiameremo tali differenze i «vantaggi competitivi» degli esportatori.

In termini di copertura dei mercati, si può infine affermare che maggiore è il numero dei mercati che un'impresa serve, maggiore è la distanza media che intercorre tra il suo paese d'origine e i paesi di destinazione dei suoi prodotti. Da questo punto di vista, la tabella 3 indica che la distanza dei mercati

esteri influisce sulle esportazioni aggregate riducendo soprattutto il numero di esportatori, piuttosto che il volume medio di esportazioni per impresa. Faremo un raffronto più dettagliato di questi due componenti delle esportazioni aggregate nella sezione 4, dove chiameremo aggiustamento lungo il «margine estensivo» la reazione delle esportazioni aggregate in termini di numero di esportatori e aggiustamento lungo il «margine intensivo» la reazione delle esportazioni aggregate in termini di esportazioni medie per impresa. A tale proposito, dato che molte barriere commerciali sono tipicamente correlate con la distanza, la tabella 3 suggerisce che l'impatto delle politiche commerciali sulle esportazioni aggregate passa soprattutto attraverso variazioni nel numero di imprese esportatrici.

3. IL TALENTO DELLE IMPRESE INTERNAZIONALIZZATE

Questa sezione mostra che le imprese internazionalizzate hanno migliori risultati delle altre imprese in termini di vari indici di performance.

3.1. *I vantaggi competitivi di esportatori e multinazionali*

La tabella 4 riporta i «vantaggi competitivi» delle imprese internazionalizzate misurati dal rapporto tra i livelli di occupazione, valore aggiunto, salari, capitale per addetto e, quando disponibile, uso di manodopera specializzata di tali imprese e quelli delle imprese inattive sui mercati internazionali.

Il messaggio della tabella è chiaro: in tutti i paesi, le imprese impegnate in attività di esportazione hanno una migliore performance di quelle confinate a un ambito domestico. La differenza si nota, in particolare, in termini di occupazione e valore aggiunto. C'è, comunque, una certa variabilità tra paesi. Ad esempio, i vantaggi degli esportatori sono significativamente più bassi per la Francia (2,2 e 2,6) e per l'Italia (2,4 e 2,1) rispetto al Belgio (9,1 e 14,8) e alla Norvegia (6,1 e 7,9). Questo è probabilmente dovuto al fatto che le banche dati italiane e francesi comprendono soltanto imprese relativamente grandi, fornendo campioni altamente selezionati di imprese puramente domestiche. Sebbene il vantaggio in termini di salario sia più basso, gli esportatori tendono comunque a pagare salari che sono il 10-20 per cento più alti rispetto a quelli pagati dalle imprese che non esportano.

Il vantaggio in termini di occupazione per gli esportatori tedeschi è in linea con Francia e Italia, mentre quello degli esportatori britannici è quasi nullo. Si tratta di un'eccezione piuttosto sorprendente nel confronto con tutti gli altri paesi e gli altri indicatori. Probabilmente questo risultato è dovuto al fatto che il campione di imprese britanniche è ancora più ristretto degli altri

TAB. 4. *Le imprese internazionalizzate hanno una performance migliore*

Paese d'origine	N. di occupati	Valore aggiunto	Salari	Capitale per addetto	Quota di manodopera specializzata
Vantaggi degli esportatori:					
Germania	2,99 (4,39)		1,02 (,06)		
Francia	2,24 (,47)	2,68 (,84)	1,09 (1,12)	1,49 (5,6)	
Regno Unito	1,01 (0,92)	1,29 (1,53)	1,15 (1,39)		
Italia	2,42 (2,06)	2,14 (1,78)	1,07 (1,06)	1,01 (0,45)	1,25 (1,04)
Ungheria	5,31 (2,95)	13,53 (23,75)	1,44 (1,63)	0,79 (0,35)	
Belgio	9,16 (13,42)	14,8 (21,12)	1,26 (1,15)	1,04 (3,09)	
Norvegia	6,11 (5,59)	7,95 (7,48)	1,08 (,68)	1,01 (0,23)	
Vantaggi delle multinazionali:					
Germania	13,19 (2,86)				
Francia	18,45 (7,14)	22,68 (6,1)	1,13 (0,9)	1,52 (0,72)	
Belgio	16,45 (6,82)	24,65 (11,14)	1,53 (1,2)	1,03 (0,82)	
Norvegia	8,28 (4,48)	11 (5,41)	1,34 (0,76)	0,87 (0,13)	

Nota: I campioni di Francia, Germania, Ungheria, Italia coprono solo imprese relativamente grandi. Quelli di Belgio e Norvegia sono invece esaustivi. Deviazioni standard tra parentesi.

Fonte: EFIM (2007).

a imprese relativamente grandi³. Pur tenendo conto del fatto che il suo campione è limitato a grandi imprese, l'Ungheria è un caso a sé stante, come lo era anche in termini di imprese che esportano più del 90 per cento del fatturato. Vantaggi abbastanza significativi caratterizzano occupazione (5,3), valore aggiunto (13,5) e salari (1,44). L'intensità nell'uso del capitale presenta invece vantaggi piuttosto bassi.

La figura 4 presenta due criteri per misurare la produttività degli esportatori francesi. Nel riquadro superiore, il valore aggiunto per addetto è indicato come produttività del lavoro («*labour productivity*»). Nel riquadro inferiore, la produttività totale dei fattori «TFP» si riferisce alla produttività di tutti i fattori produttivi considerati simultaneamente e misura il grado di efficienza complessiva dell'impresa nel loro impiego⁴. La figura mostra la distribuzione della produttività per tre gruppi di imprese belghe: le imprese puramente domestiche («*domestic*»), quelle che si limitano a esportare («*exporters*») e quelle che investono anche all'estero («*exporters and FDI*»)⁵.

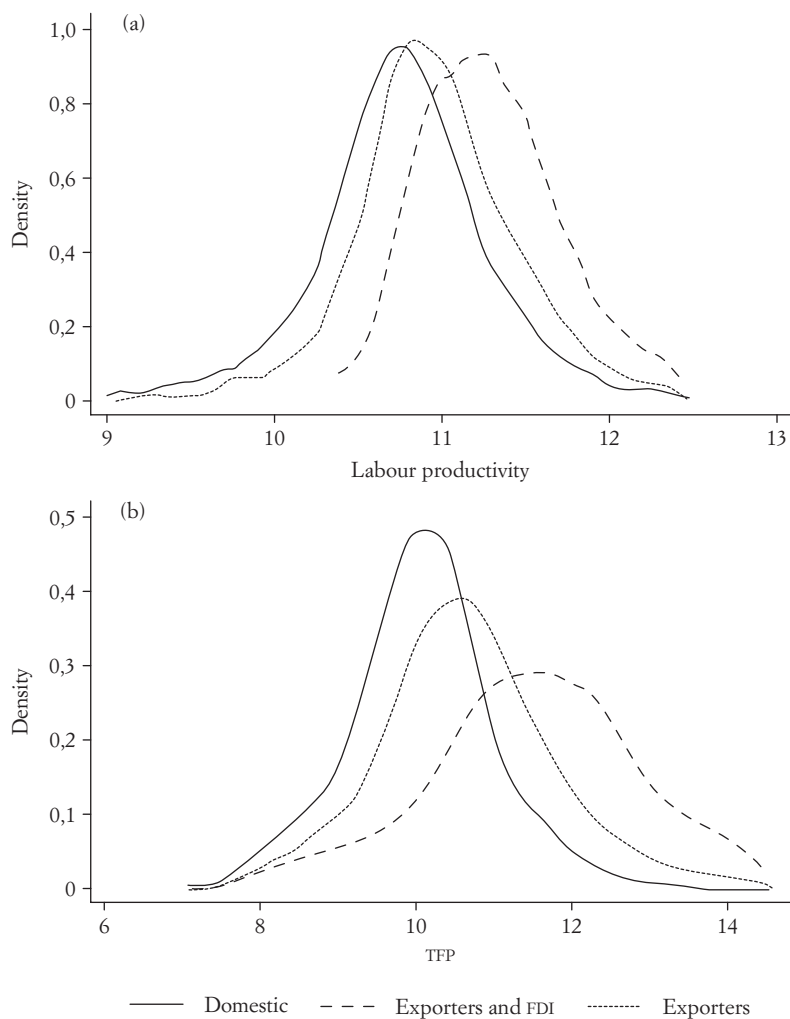
Per i tre gruppi, ciascun riquadro mostra le percentuali di imprese che raggiungono i vari livelli di produttività. In altre parole, i due riquadri descri-

³ È meno probabile che la scelta del campione spieghi, invece, la variabilità dei vantaggi delle multinazionali tra paesi dal momento che i vantaggi francesi sono piuttosto grandi.

⁴ Esistono varie procedure per stimare la TFP basate su funzioni di produzione a livello impresa. Quella usata nella figura 4 è il metodo di Olley e Pakes (1996).

⁵ Nei nostri campioni, quasi tutte le imprese che investono all'estero sono anche esportatrici.

FIG. 4. *Maggiore produttività delle imprese internazionalizzate (Belgio), anno 2004*



Fonte: EFIM (2007).

TAB. 5. *Percentuali di imprese esportatrici e domestiche a partecipazione straniera nel 2003*

Paese di origine	Non esportatori	Esportatori
Regno Unito	18,69	27,94
Italia	4,03	10,26
Ungheria	11,47	43,63
Belgio	0,58	12,23

Nota: I campioni di Ungheria, Italia e Regno Unito coprono solo imprese relativamente grandi. Quello del Belgio invece esaustivo.

Fonte: EFIM (2007).

vono la probabilità di trovare un'impresa con un certo livello di produttività estraendola in modo casuale da uno dei tre gruppi. Entrambi i riquadri mostrano lo stesso risultato: è più probabile che un'impresa multinazionale sia più produttiva di un'impresa esportatrice e che un'impresa esportatrice sia più produttiva di un'impresa puramente domestica. Questo non vale solo per il Belgio, ma è stato riscontrato per una molteplicità di paesi ⁶.

Riassumendo:

Fatto 4 – Le multinazionali hanno una migliore performance delle imprese esportatrici e queste, a loro volta, hanno una migliore performance di quelle che agiscono solo sul mercato domestico.

Gli esportatori si distinguono dalle imprese puramente domestiche anche per un'ulteriore caratteristica. In particolare, la tabella 5 mostra che è più probabile che gli esportatori siano a capitale straniero. Questo fenomeno risulta più evidente nei campioni esaustivi (Belgio) piuttosto che in quelli ristretti a imprese relativamente grandi (Ungheria, Italia e Regno Unito). In Ungheria, dove la proprietà straniera è molto più diffusa, la probabilità di trovare imprese a partecipazione straniera è quattro volte più alta tra gli esportatori che tra le imprese che non esportano.

Pertanto:

Fatto 5 – È più probabile che le imprese esportatrici siano a capitale straniero rispetto alle imprese che operano soltanto nel mercato domestico.

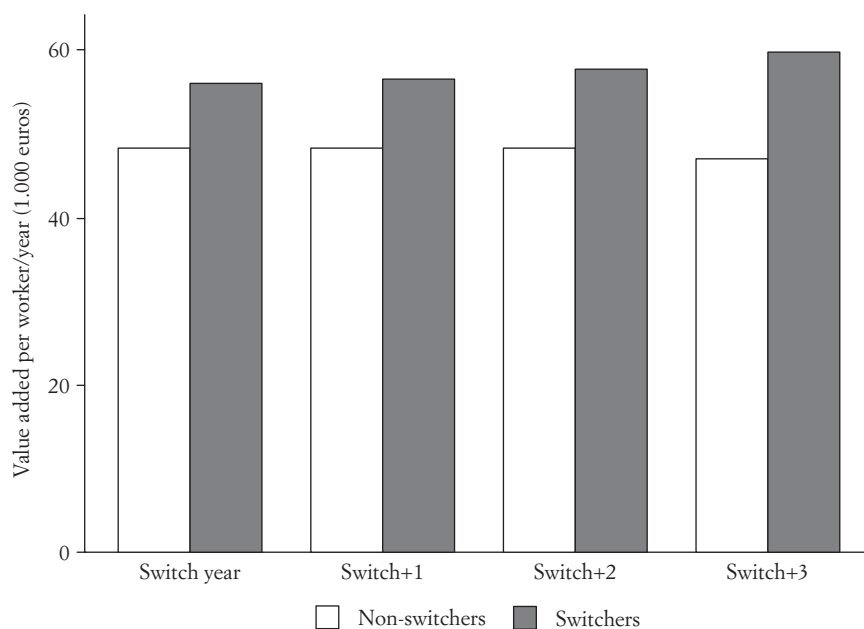
3.2. Si può imparare esportando o investendo all'estero?

Abbiamo visto che, lungo un ampio spettro di indici, le imprese che esportano all'estero i loro prodotti hanno migliori performance di quelle che non esportano. Da questo punto di vista, è interessante capire se tale superiorità sia antecedente al loro ingresso nei mercati esteri o se piuttosto la loro performance migliori in seguito a tale ingresso.

Questa problema di distinguere la causa dall'effetto è affrontato nella figura 5 e nella figura 6 nel caso di Francia e Norvegia. Le due figure considerano imprese che da puramente domestiche diventano esportatrici (*switchers*) e ne rappresentano l'evoluzione della produttività del lavoro durante i quat-

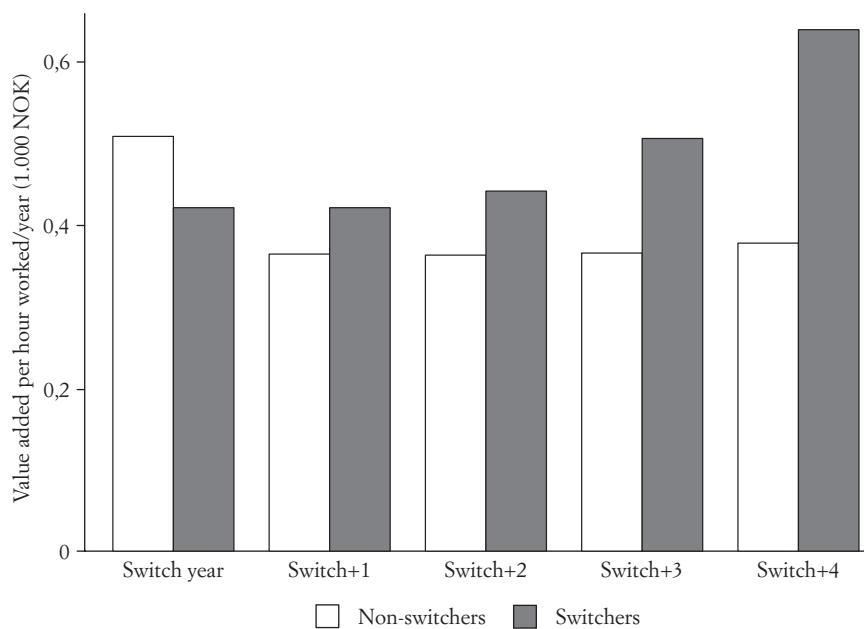
⁶ Per un confronto tra esportatori e non esportatori italiani si veda, ad esempio, Del Gatto *et al.* (2008).

FIG. 5. *Produttività relativa del lavoro dopo l'internazionalizzazione (esportazioni, Francia)*



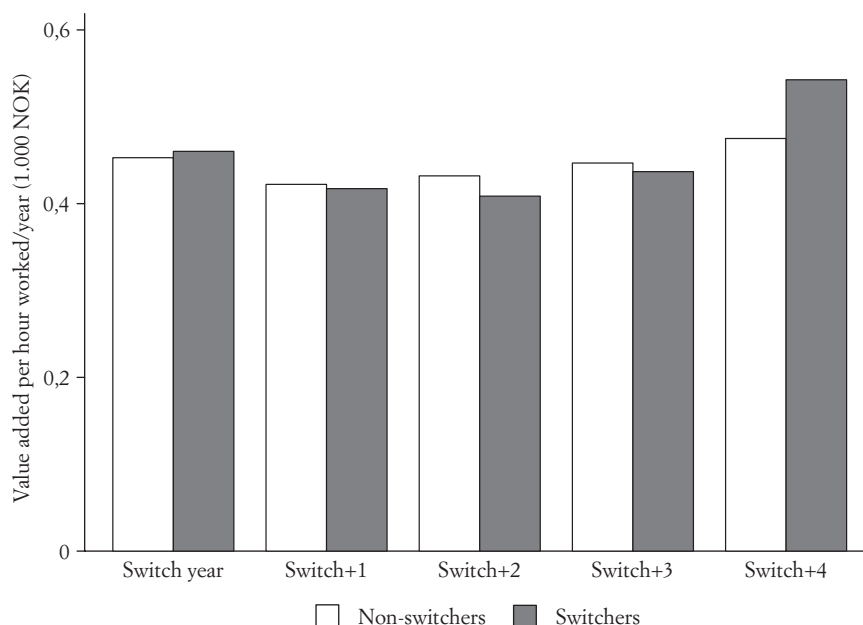
Fonte: EFIM (2007).

FIG. 6. *Produttività relativa del lavoro dopo l'internazionalizzazione (esportazioni, Norvegia)*



Fonte: EFIM (2007).

FIG. 7. Produttività relativa del lavoro dopo l'internazionalizzazione (IDE, Norvegia)



Fonte: EFIM.

tro anni successivi al loro ingresso nei mercati internazionali. Tale evoluzione è confrontata con quella di tutte le altre imprese (*non-switchers*).

Le due figure mostrano che le imprese che diventano esportatrici si muovono lungo traiettorie più ripide delle altre imprese, migliorando così la loro performance relativa. Questo vale sia che tale performance risulti migliore (Francia) sia che risulti peggiore (Norvegia) nel momento in cui si affacciano sui mercati internazionali. Due storie diversissime tra loro sono compatibili con questo fenomeno. Da una parte, poiché non conosciamo la situazione prima dell'internazionalizzazione, può essere che le imprese *switcher* stessero già muovendosi lungo una traiettoria migliore e che, quindi, l'acquisizione dello *status* di esportatore sia semplicemente il portato di una performance già promettente in partenza (*selection into export status*). D'altra parte, se invece le imprese *switcher* non fossero state già diverse dalle altre imprese prima dell'internazionalizzazione, l'acquisizione dello *status* di esportatore potrebbe aver permesso loro di migliorarsi confrontandosi con la concorrenza estera (*learning by exporting*).

Solo i dati norvegesi fotografano il comportamento di imprese che cominciano a investire all'estero, osservandole per i successivi quattro anni. La figura 7 confronta il comportamento di queste imprese *switcher* con quello delle

altre imprese *non-switchers* in termini di produttività del lavoro. L'andamento è a schiena d'asino. In particolare, la performance della prima categoria di imprese è migliore al momento dell'internazionalizzazione, diventa peggiore nei primi tre anni successivi al cambiamento di *status* e migliora al quarto anno.

Complessivamente, abbiamo stabilito:

Fatto 6 – Le imprese non sembrano avere una diversa performance dopo l'accesso ai mercati esteri.

Anche se, a distanza di uno o più anni dall'inizio dell'attività di esportazione, la performance delle imprese esportatrici è generalmente migliore rispetto a quelle delle imprese che non esportano, l'andamento temporale è di difficile interpretazione. Il quadro è ancora più confuso nel caso di imprese che iniziano a investire all'estero.

4. I MARGINI DELLE ESPORTAZIONI E DEGLI IDE

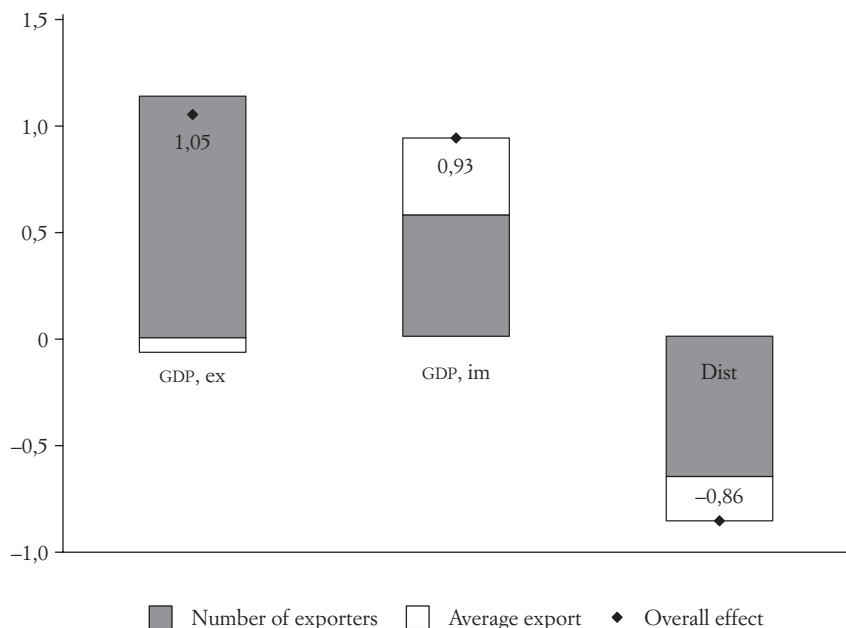
Questa sezione analizza nel dettaglio le esportazioni e gli investimenti diretti all'estero per capire se il canale principale attraverso il quale le loro determinanti operano è il margine intensivo o quello estensivo.

4.1. *Esportazioni*

Il metodo più efficace per collegare il commercio e gli IDE alle loro determinanti è la cosiddetta «equazione gravitazionale». Questa equazione spiega i flussi di commercio e IDE tra due paesi in termini della loro dimensione economica e di varie barriere agli scambi⁷. Per agilità espositiva, concentriamo inizialmente l'attenzione sui flussi commerciali, trattando gli IDE successivamente.

⁷ I fondamenti teorici dell'equazione gravitazionale sono emersi tardivamente rispetto al vasto numero di applicazioni empiriche. Tuttavia, negli ultimi dieci anni, si è resa disponibile un'ampia varietà di spiegazioni teoriche (si veda Anderson, Van Wincoop 2004, per una rassegna). In particolare, ricercatori come Chaney (2008), Helpman *et al.* (2007), Melitz e Ottaviano (2008) hanno iniziato a studiare l'importanza della eterogeneità delle imprese ai fini della comprensione dell'equazione gravitazionale. Autori come Bernard *et al.* (2007) ed Eaton *et al.* (2004) hanno svolto un lavoro complementare dal punto di vista empirico nel caso delle imprese statunitensi e francesi.

FIG. 8. I «margini» delle esportazioni



Fonte: EFIM (2007).

I dati aggregati mostrano che i flussi commerciali bilaterali sono influenzati positivamente dalle dimensioni dei diversi paesi e negativamente dalle barriere al commercio. Poiché alcuni impedimenti al commercio aumentano con la distanza tra paesi, questo risultato richiama la legge di gravitazione universale di Newton, da cui il nome di «equazione gravitazionale». Attraverso quali canali la dimensione dei paesi e la loro distanza reciproca determinano i flussi bilaterali? Da un lato, dimensione e distanza possono influenzare il numero degli esportatori («margine estensivo»). Dall'altro, possono influenzare le esportazioni medie per imprese («margine intensivo»).

La scomposizione delle esportazioni in margine estensivo e intensivo può essere effettuata nello stesso modo sul campione francese e su quello belga, poiché entrambi forniscono dati doganali pressoché esaustivi sulle esportazioni in una fascia di anni molto simile. La figura 8 mostra i risultati di tale scomposizione. In particolare, il grafico a barre mostra, in tonalità più scura, il contributo del margine estensivo (*number of exporters*) e, in tonalità più chiara, il contributo del margine intensivo (*average exports*) agli effetti complessivi (indicati da diamanti) delle tre forze gravitazionali: la dimensione del paese esportatore («GDP, ex»), la dimensione del paese importatore («GDP, im») e la distanza tra i due («Dist.»).

Gli effetti complessivi sono quelli che tradizionalmente si ottengono dalle equazioni gravitazionali: vicino a uno per le dimensioni dei paesi e vicino a 0,9 per la distanza reciproca. In altre parole, se una nazione A è del 10 per cento più grande di una nazione B, ne consegue che in media essa attrae dalle altre nazioni il 10 per cento di esportazioni in più di B. Analogamente, la nazione A esporta in media nelle altre nazioni il 10 per cento in più di B. Infine, se A dista in media il 10 per cento in più dagli altri paesi di B, allora A commercia, con gli altri paesi, il 9 per cento in meno di B.

Passando alla scomposizione degli effetti complessivi, il confronto tra le aree scure e chiare delle barre evidenzia che le forze gravitazionali hanno un maggiore impatto sul margine estensivo che su quello intensivo. In particolare, la diminuzione del numero di imprese spiega il 75 per cento dell'impatto negativo della distanza sui flussi di commercio. Analogamente, l'aumento degli scambi internazionali, associato con l'aumento della dimensione del paese importatore, deriva per il 60 per cento dall'aumento nel numero degli esportatori. Infine, l'effetto complessivamente positivo delle dimensioni del paese esportatore sul commercio internazionale deriva unicamente dall'aumento del numero delle sue imprese esportatrici.

Pertanto, abbiamo stabilito:

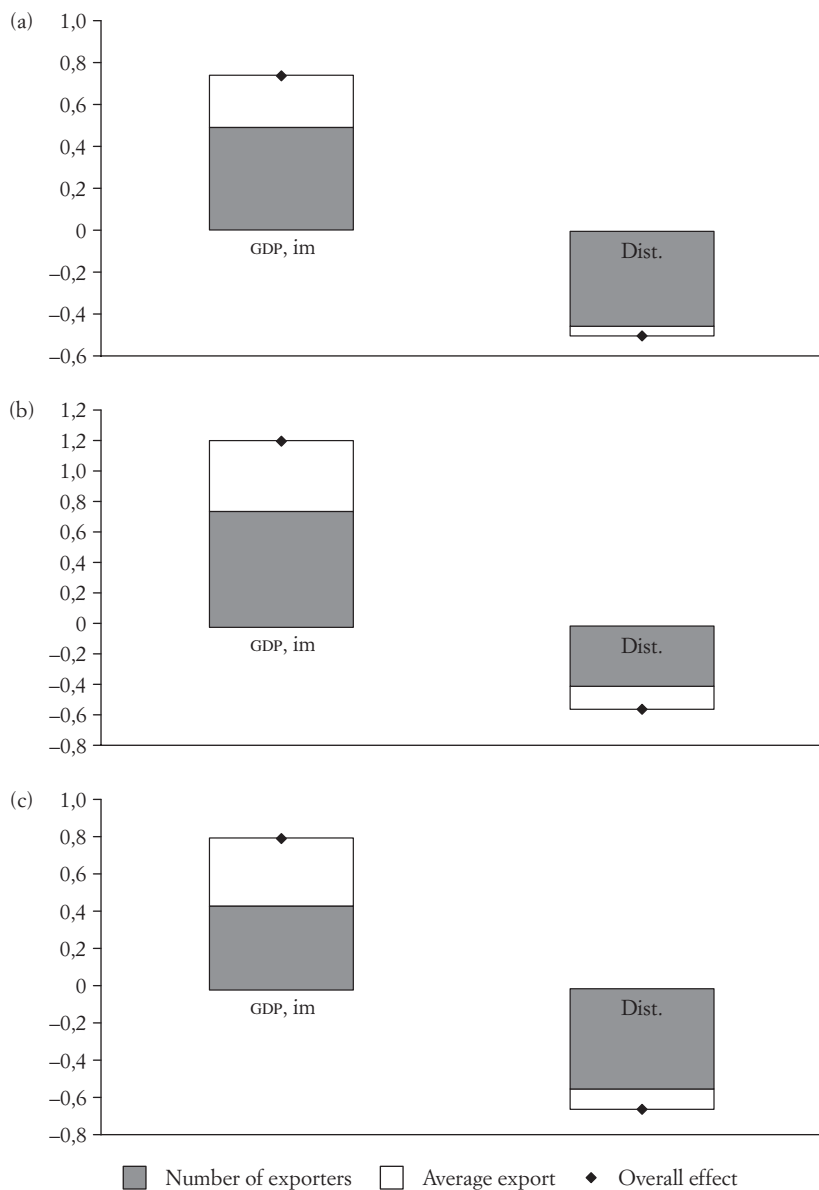
Fatto 7 – Il principale canale attraverso cui le determinanti delle esportazioni aggregate operano è il numero di esportatori. In particolare, è principalmente la diminuzione del numero di esportatori che determina l'impatto negativo delle barriere commerciali e l'impatto positivo della dimensione del paese importatore sulle esportazioni aggregate. L'aumento del numero delle imprese esportatrici determina, invece, completamente l'impatto positivo della dimensione del paese esportatore.

4.2. *Investimenti diretti all'estero*

Il modello gravitazionale è stato soprattutto utilizzato nello studio dei flussi commerciali. Recentemente, numerosi ricercatori hanno cominciato a usare le stesse determinanti per spiegare i flussi bilaterali di investimenti diretti e di portafoglio⁸. Tuttavia, mentre le equazioni gravitazionali dei flussi

⁸ Ad esempio, Head e Ries (2008) hanno recentemente sviluppato un modello di IDE in cui investitori eterogenei presentano offerte per ottenere i diritti di controllo su attività produttive estere. L'equazione di equilibrio per i flussi bilaterali di capitali assomiglia molto al tipo di equazione gravitazionale per i flussi commerciali derivata in presenza di esportatori eterogenei. Analogamente, Hijzen *et al.* (2007) studiano il ruolo che le barriere commerciali hanno nella spiegazione del numero di fusioni e acquisizioni transfrontaliere.

FIG. 9. I «margini» degli IDE



Fonte: EFIM (2007).

di capitali assomigliano molto a quella dei flussi commerciali, l'interpretazione dei loro coefficienti può essere molto diversa. In particolare, mentre nel caso dei flussi commerciali l'impatto negativo della distanza è riconducibile a

frizioni dovute a vari tipi di costi commerciali (compresi i costi di trasporto), nel caso dei flussi di capitali tale impatto è riconducibile a frizioni dovute ai costi di informazione e di transazione associati all'acquisizione di capitale all'estero.

Come nel caso delle esportazioni, la scomposizione dei margini può essere utilizzata per evidenziare i canali attraverso i quali le forze gravitazionali influenzano le vendite delle multinazionali attraverso affiliate estere. In questo caso, il margine estensivo si riferisce al numero di affiliate e quello intensivo alle vendite medie per affiliata. Nella figura 9 ciascun grafico a barre rappresenta il contributo del margine estensivo (*number of affiliates*) e di quello intensivo (*average sales*) agli effetti complessivi (indicati da diamanti) di due determinanti dei flussi aggregati: la dimensione del paese di destinazione (GDP, im») e la distanza di questo dal paese di origine delle multinazionali («Dist.»). La scomposizione dei margini degli IDE è possibile per la Norvegia (a), la Germania (b) e il Belgio (c), per i quali abbiamo sia il numero che le vendite delle affiliate estere.

La figura 9 mostra che, come avviene per le esportazioni, il comportamento aggregato delle vendite attraverso affiliate estere è in larghissima misura guidato dal margine estensivo. In particolare, il contributo del numero di filiali è sistematicamente più elevato del contributo delle vendite medie per filiale in tutti e tre i paesi.

Il grande impatto positivo della dimensione del paese di destinazione è degna di nota, in quanto evidenzia che, a questo livello di disaggregazione, l'IDE è primariamente guidato da considerazioni di accesso al mercato («IDE orizzontali») piuttosto che di riduzione dei costi di produzione attraverso delocalizzazione («IDE verticali») ⁹. Inoltre, la figura 9 mostra che la crescita nelle vendite delle filiali estere, associata con l'aumento della dimensione del paese di destinazione, viene per la maggior parte dall'aumento nel numero di filiali estere (65 per cento per la Norvegia, 61 per cento per la Germania e 53 per cento per il Belgio).

Quindi, abbiamo stabilito:

Fatto 12 – Il principale canale attraverso cui le determinanti degli IDE aggregati operano è il numero di affiliate estere. In particolare, mentre paesi più grandi o più vicini al paese di origine degli IDE attraggono più attività multinazionale, questa attrazione si manifesta soprattutto nel maggior numero di affiliate piuttosto che in maggiori vendite medie per affiliata.

⁹ Si vedano, per esempio, i lavori di Barba *et al.* (2004) e di Blonigen (2005) per definizioni dettagliate dei due tipi di IDE e per la relativa evidenza empirica.

5. CONCLUSIONI

La mancanza di informazione statistica adeguata ha finora impedito di usare l'analisi a livello di impresa a supporto della politica economica. In questo saggio, abbiamo mostrato che tale vincolo sta diventando meno stringente e che l'analisi a livello di impresa è in grado di fornire un nuovo punto di vista, utile a capire le determinanti dell'internazionalizzazione delle imprese europee.

In particolare, abbiamo visto che l'evoluzione delle commercio internazionale e degli IDE è guidata dalle variazioni di due «margini»: il «margine estensivo» si riferisce al numero di imprese coinvolte in tali attività; il «margine intensivo» al loro grado di coinvolgimento. Per esempio, nel caso delle esportazioni, mentre il primo concerne il numero di imprese, il secondo si riferisce alle esportazioni medie per impresa. L'analisi dei dati a livello di impresa rivela che il margine estensivo è di gran lunga più importante di quello intensivo nel determinare l'evoluzione degli scambi internazionali. La ragione è che sono rare le imprese capaci di agire sui mercati internazionali in modo rilevante da un punto di vista aggregato. Queste imprese *superstar* sono in media nettamente più grandi, generano maggior valore aggiunto, pagano salari più alti, utilizzano più capitale per addetto, impiegano manodopera più specializzata e hanno una più alta produttività. Ma se le *superstar* sono rare, la differenza in termini di performance aggregata di un paese sui mercati internazionali può essere fatta soprattutto dal numero di imprese «normali» che riescono a internazionalizzarsi. Per questo i governi devono dedicarsi alla rimozione delle barriere all'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese piuttosto che alle missioni commerciali all'estero in compagnia delle imprese *superstar*¹⁰.

Riferimenti bibliografici

- Anderson J.E., Van Wincoop E. (2004), *Trade Costs*, in «Journal of Economic Literature», 42, 3, pp. 691-751.
- Artus P., Fontagnè L. (2007), *Évolution récente du commerce extérieur français*, Rapporto n. 64 del Conseil d'Analyse Economique, Paris, la Documentation Française.
- Barba Navaretti G., Venables A.J. (2004), *Multinational Firms in the World Economy*, Princeton University Press.
- Bernard A.B., Jensen J.B., Redding S.J., Schott P.K. (2007), *Firms in International Trade*, in «Journal of Economic Perspectives», 21, 3, pp. 105-30.
- Blonigen B.A. (2005), *A Review of the Empirical Literature on FDI Determinants*, in «Atlantic Economic Journal», 33, 4, pp. 383-403.

¹⁰ Si veda, a questo proposito, lo studio di Head e Ries (2007).

- Chaney T. (2008), *Distorted Gravity: The Intensive and Extensive Margins of International Trade?*, in «American Economic Review», forthcoming.
- Del Gatto M., Ottaviano G., Pagnini M. (2008), *Openness to Trade and Industry Cost Dispersion: Evidence from a Panel of Italian Firms*, in «Journal of Regional Science», 48, 1, pp. 97-129.
- Eaton B., Kortum S., Kramarz F. (2004), *Dissecting Trade: Firms, Industries, and Export Destinations*, in «American Economic Review», 94, 2, pp. 150-54.
- EFIM 2007, *The Happy Few: The Internationalisation of European Firms*, Bruegel Blueprint, Series Volume III, EFIM, <http://www.bruegel.org/Public/SimplePage.php?ID=1720>.
- Head K., Ries J. (2007), *Do Trade Missions Increase Trade?*, University of British Columbia, working paper.
- Head K., Ries J. (2008), *FDI as an Outcome of the Market for Corporate Control: Theory and Evidence*, in «Journal of International Economics», 74, 1, pp. 2-20.
- Helpman E., Melitz M.J., Rubinstein Y. (2007), *Estimating Trade Flows: Trading Partners and Trading Volumes*, in «Quarterly Journal of Economics», forthcoming.
- Hijzen A., Görg H., Manchin M. (2007), *Cross-border Mergers and Acquisitions and the Role of Trade Costs*, in «European Economic Review», forthcoming.
- Melitz M., Ottaviano G. (2008), *Market Size, Trade, and Productivity*, in «Review of Economic Studies», 75, 1, pp. 295-316.
- Olley G., Pakes A. (1996), *The Dynamics of Productivity in the Telecommunications Equipment Industry*, in «Econometrica», 64, 6, pp. 1263-97.