

MADE IN ITALY: tra competizione internazionale e processo di digitalizzazione

“...se parole chiave come *machine learning* e *predictive maintenance* troveranno in tempi sufficientemente brevi spazio nelle voci di bilancio delle imprese italiane, il recupero di produttività è assicurato e, con esso, anche il successo del Made in Italy”

1. dalla metà degli anni novanta si registra un rallentamento importante
2. la quota di valore delle esportazioni prodotta in Italia (il “made in”) è, dal 1995, decisamente decrescente
3. le imprese italiane stanno con ritardo comprendendo, anche grazie ad industria 4.0, i vantaggi legati all’adozione di un approccio “digital”
4. è la “produzione” la fase del processo produttivo che può trarre maggiori benefici dal processo di digitalizzazione



MADE IN ITALY: tra competizione internazionale e processo di digitalizzazione

Il successo del “Made in Italy” è legato a due fattori fondamentali: elevata capacità di esportare e produzione in Italia con fattori della produzione e know-how italiani (“made in”). Su entrambi gli aspetti c’è da riflettere.

Da un lato, sebbene i dati storici¹ dal 1960 mostrino un trend decisamente crescente dell’export complessivo italiano, per settori chiave del Made in Italy si registra (Fig.1), dalla metà degli anni novanta, un rallentamento importante che ha fatto e fa discutere (nonostante i dati incoraggianti dell’ultimo anno).

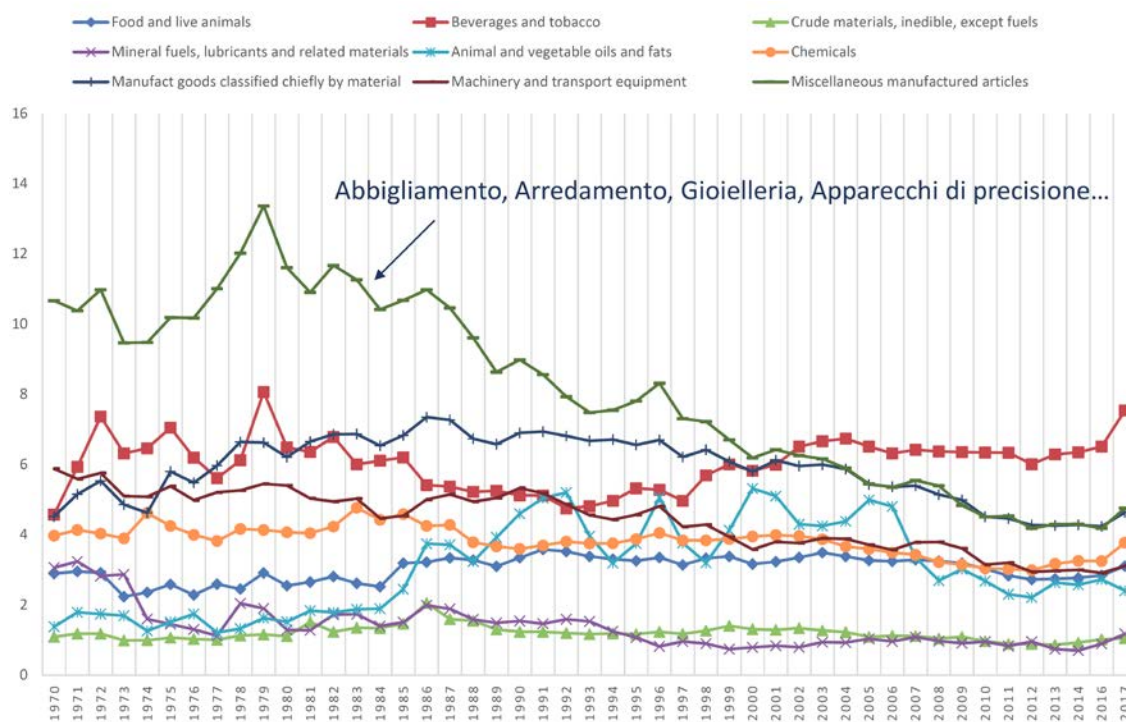


Fig. 3: Export settoriale italiano in % dell’export settoriale mondiale (Dati UN-Comtrade)

¹ Massimo Del Gatto, *Trends di Economia Internazionale*, Rubbettino Editore, 2018.

Dall'altro, recenti dati OCSE mettono in evidenza che la quota di valore delle esportazioni prodotta in Italia (il "made in") è, dal 1995, decisamente decrescente anche nei macro-settori del made in Italy (Fig.2).

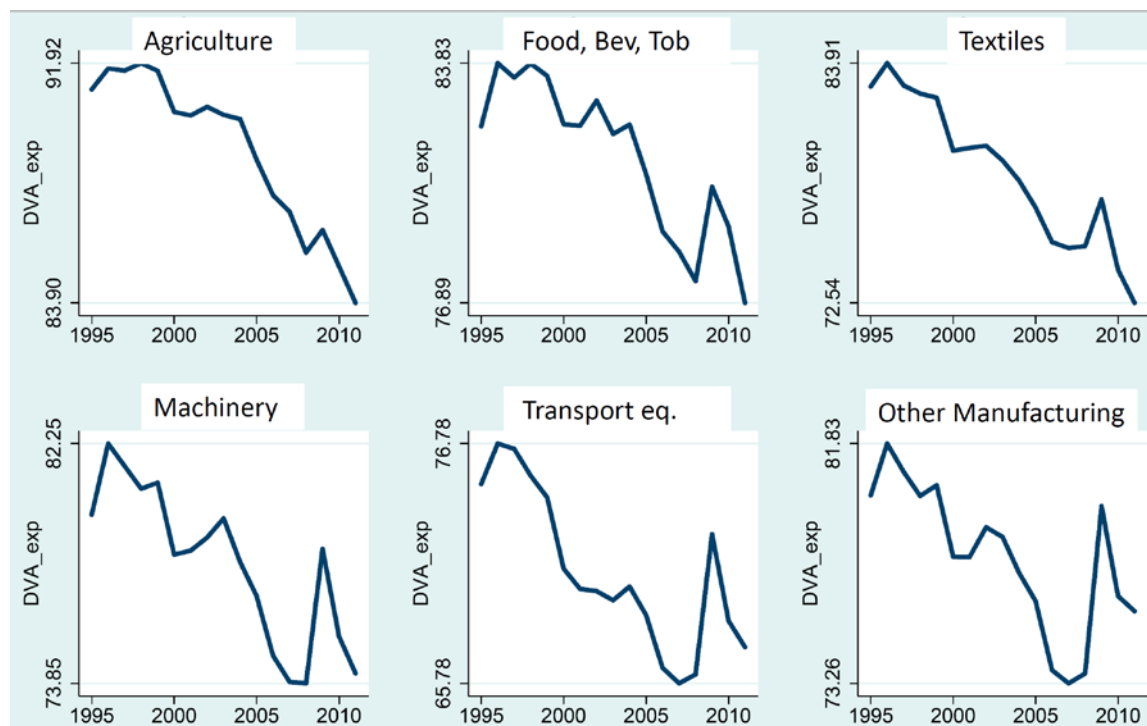


Fig. 2: Quota di Valore Aggiunto settoriale realizzato in Italia sul valore complessivo dell'Export settoriale italiano (elaborazioni su dati OECD - TiVA)

La parola chiave associata a tali cambiamenti è "produttività"; ed infatti anche la crescita della produttività delle imprese italiane rallenta drasticamente dalla metà degli anni novanta: a parità di fattori produttivi impiegati, sempre più imprese straniere diventano "più brave" di quelle italiane.

In questo contesto, un impulso decisivo potrebbe venire dal processo di digitalizzazione. Le imprese italiane stanno con ritardo comprendendo, anche grazie ad industria 4.0, i vantaggi legati all'adozione di un approccio "digital".

Spesso la porta d'ingresso è rappresentata dall'area marketing e vendite: espressioni come e-commerce e *digital marketing* sono ormai di uso comune, sebbene (recenti dati ICE) l'*e-commerce* sia ancora poco diffuso in Italia, rispetto a gran parte dei paesi europei, e le imprese italiane se ne servano soprattutto per raggiungere mercati esteri².

I prossimi passi saranno l'integrazione delle fonti (costruzione di *data lake*) e l'uso della statistica: non è sufficiente monitorare i canali social ma è necessario comprendere il mercato nella sua complessità, e per farlo è necessario affidarsi a professionisti della data science.

Poi c'è la produzione. Un recente studio OCSE³ mette in evidenza che per le imprese industriali è proprio la "produzione" la fase del processo produttivo che può trarre maggiori benefici dalla digitalizzazione: se parole chiave come *machine learning* e manutenzione predittiva troveranno in tempi sufficientemente brevi spazio nelle voci di bilancio delle imprese italiane, il recupero di produttività è assicurato e, con esso, anche il successo del "Made in Italy".

² [Rapporto ICE – Politecnico Milano, Esportazioni e E-commerce delle imprese italiane, 2018.](#)

³ [González L. and J. Ferencz, Digital Trade and Market Openness, OECD Trade Policy Papers, No. 217, 2018.](#)

M|RESEARCH

M|Research s.r.l. Sede (legale) Pescara: V.le G. d'Annunzio, 69 - 65127 Pescara
Sede Milano: Via Festa del Perdono, 10 - 20122 Milano
Tel +39 02 87167506 Fax +39 02 86882806
www.mresearch.it info@mresearch.it Skype: mresearchsr



M|Research è uno spin-off dell'Università degli Studi G. d'Annunzio di Chieti-Pescara