



MANAGERITALIA

**OSSERVATORIO
DEL TERZIARIO
MANAGERITALIA**

REPORT FEBBRAIO 2024

EXPORT DI SERVIZI: **Buone dinamiche, molte opportunità da cogliere**

A CURA DI

Emilio Rossi (coordinatore) • Maddalena Conte • Adelaide Fabbi

RICERCA STUDI E AMBIENTE DI SACE



MANAGERITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DIRIGENTI, QUADRI, EXECUTIVE PROFESSIONAL
DEL COMMERCIO, TRASPORTI, TURISMO, SERVIZI, TERZIARIO AVANZATO

Manageritalia (Federazione nazionale dirigenti, quadri e professional del commercio, trasporti, turismo, servizi, terziario avanzato) rappresenta dal 1945 a livello contrattuale i dirigenti del terziario privato e dal 2003 associa anche quadri ed executive professional. Offre ai manager rappresentanza istituzionale e contrattuale, valorizzazione e tutela verso la politica, le istituzioni e la società, servizi per la professione e la famiglia, network professionale e culturale. Promuove e valorizza il ruolo e il contributo del management allo sviluppo economico e sociale.

Oggi Manageritalia associa oltre 43.000 manager. La Federazione è presente sul territorio nazionale con 13 Associazioni e una dedicata agli executive professional che offrono un completo sistema di servizi: formazione, consulenze professionali, sistemi assicurativi e di previdenza integrativa, assistenza sanitaria ai manager e alla famiglia, iniziative per la cultura e il tempo libero.

 www.manageritalia.it

 manageritalia@manageritalia.it

 0229516028

powered by





Tabella dei contenuti

1. EXECUTIVE SUMMARY	2
2. ANDAMENTO ECONOMIA GLOBALE, EUROPEA ED ITALIANA.....	4
3. LE CGV DEI SERVIZI: LA NUOVA FRONTIERA DELLA GLOBALIZZAZIONE	5
4. L'EXPORT ITALIANO DI SERVIZI MANTIENE IL PIEDE SULL'ACCELERATORE	7
5. IL TURISMO GUIDA LA DINAMICA	8
6. RECUPERO DIFFUSO A QUASI TUTTE LE DESTINAZIONI.....	10
7. IL DIGITALE ALLARGA LE FRONTIERE DEI SERVIZI!	11
8. PRODUTTIVITÀ DEI SERVIZI E BARRIERE AL COMMERCIO	12
9. PERFORMANCE DIGITALE E COMPETITIVITÀ DELL'EXPORT.....	14
10. INTELLIGENZA ARTIFICIALE E SERVIZI, CHE TIPO DI LEGAME?	16



OSSERVATORIO DEL TERZIARIO MANAGERITALIA

Export di Servizi

Buona dinamica, molte opportunità da cogliere

A cura di Manageritalia, in collaborazione con Ricerca Studi e Ambiente (SACE)

1. Executive Summary

- L'economia globale, europea e italiana ha dimostrato una notevole capacità di resilienza di fronte alle due gravi crisi della pandemia e della crisi energetica. Dopo il sostenuto rimbalzo del Pil avvenuto nel 2021 e 2022, le economie avanzate sono tuttavia tornate nel 2023 su sentieri di crescita moderata. Allo stesso tempo, l'Asia si è confermata come motore principale della crescita mondiale.
- Lo scorso anno le economie europee hanno affrontato l'inflazione esplosa nel 2022 a causa della crisi energetica e allo stesso tempo proseguito il percorso verso gli obiettivi Net Zero. Il processo di aggiustamento della macchina industriale definito nel Green Deal, si è rivelato, anche per altri fattori di natura strutturale, tuttavia complesso, particolarmente in Germania, con perdita di produzione industriale e di occupazione. Nel corso del 2023, l'inflazione tendenziale è calata progressivamente nell'Eurozona chiudendo l'anno al 2,9% (rispetto al 9,2% del dicembre 2022). L'Italia ha riportato uno dei valori di inflazione più contenuti (0,6%) accompagnato anche da una crescita tra le più sostenute tra i peer europei, spinta da politiche fiscali espansive.
- A seguito della Crisi Finanziaria Globale, mentre la crescita del commercio mondiale di beni in volume si è quasi dimezzata (dall'8,1% annuo del 2000-07 al +4,4% del 2010-19), quella di servizi è più che raddoppiata (dal +2,8% al +7,1% annuo, rispettivamente). Queste due opposte dinamiche confermano un ruolo sempre più cruciale del Terziario per la crescita economica, non solo in quanto turismo e input intermedio per la manifattura, ma sempre più come componente della domanda finale prodotta attraverso le proprie complesse catene globali del valore (CGV): la Banca Mondiale ha stimato, infatti, che circa due terzi del commercio di servizi riguarda segmenti intermedi integrati nelle CGV del Terziario stesso.
- Le esportazioni globali di servizi forniti digitalmente (es. servizi finanziari, informatici, amministrativi e professionali) sono cresciute a un ritmo del 7,5% medio annuo dal 2005 al 2019; la buona dinamica è proseguita anche durante le due crisi, portando la crescita complessiva in valore tra 2019 e 2022 al 37% e arrivando nel 2022 a una quota sul commercio di servizi globali pari al 54% erodendo la quota delle esportazioni sia di beni sia di altri servizi. Inoltre, negli ultimi vent'anni, i costi del commercio dei servizi digitali si sono ridotti fortemente (-14%, in misura molto superiore a quanto registrato dagli altri comparti del Terziario).
- Il potenziale del commercio digitale delle piattaforme online apre nuovi spazi per una maggiore partecipazione sia dei Paesi meno sviluppati ma con una forza lavoro qualificata (es. India e Filippine), sia delle PMI. Inoltre, può contribuire a rendere le CGV più resilienti a shock avversi, come è avvenuto recentemente con la crisi pandemica. L'Europa rappresenta il principale fornitore, ma l'Asia sta mostrando recentemente la maggiore dinamicità rispetto agli altri Paesi.
- Per l'Italia, l'export di servizi ha risentito in misura significativa e prolungata delle restrizioni alla mobilità legate all'emergenza pandemica e solo nel 2022 si è superato il livello pre-Covid. La buona dinamica è proseguita a un ritmo vivace nel 2023 con una crescita stimata dell'11,2% a €135 miliardi e attesa per il 2024 a un ulteriore incremento del 4,6% - un tasso più sostenuto rispetto al pre-pandemia grazie al maggior ruolo che stanno assumendo i servizi nel commercio con l'estero, anche nei Paesi emergenti.
- La notevole performance ottenuta nel 2022-2023 dall'export italiano di servizi, migliore anche di quella dei peer europei – a fronte, comunque, di un valore inferiore – ha origine principalmente in due fattori:



a) una maggiore contrazione nel 2020 seguita da una ripresa più lenta; b) la diversa composizione settoriale, più incentrata sul turismo e meno su altri servizi alle imprese e trasporti.

- Germania, Francia e Stati Uniti sono i primi tre fruitori dell'export italiano di servizi (così come di quello di beni), ognuno con valori superiori ai €10 miliardi, seguiti da Svizzera e Regno Unito. Se da un lato si è riscontrato un recupero di valori di export su quasi tutte le destinazioni, dall'altro si nota una tendenza alla regionalizzazione rispetto ai valori pre-pandemia, con un maggior peso delle destinazioni UE rispetto a quelle extra-UE.
- Nonostante la buona dinamica degli ultimi anni, le esportazioni italiane di servizi restano ancora storicamente più basse rispetto ai peer europei, sia in livello assoluto sia in rapporto al Pil o al totale delle esportazioni. La bassa produttività media dei servizi italiani di mercato ne è uno dei principali motivi. La Finanza ha riportato nel ventennio precedente la pandemia una dinamica della produttività del lavoro superiore (seppur di poco) di quella ottenuta dai suoi peer, mentre il settore del commercio è stato caratterizzato da una dinamica della produttività del lavoro in linea con i nostri peer, forse non a caso settori italiani con un aumento delle dimensioni medie di impresa e di aumento di concorrenza negli ultimi due decenni.
- Per accrescere la produttività dei servizi italiani vi sono diverse leve su cui poter agire tra cui la riduzione degli oneri burocratici, l'adeguamento agli standard normativi internazionali, una maggiore managerialità nell'elevato numero di imprese a conduzione familiare, una maggiore crescita degli investimenti tecnologici inclusi quelli in IA, una maggiore apertura alla concorrenza in molti comparti all'interno dei vari settori.
- Le imprese italiane potranno beneficiare di numerosi aspetti positivi che l'IA offre loro, in particolare andando a implementarne l'utilizzo. Un fattore fondamentale per cogliere queste opportunità sarà l'aumento delle competenze in digitalizzazione sia di base che avanzata, con la potenzialità di offrire nuovi prodotti digitali, di cui l'IA è elemento sempre più determinante. A oggi, il numero di imprese che utilizza almeno una tecnologia IA nei comparti dei servizi (e anche nella manifattura) è ancora contenuto, in particolare nel comparto di informazione e comunicazione.
- La capacità di formare e accrescere il capitale umano degli addetti del Terziario rimane una sfida aperta e un'opportunità da cogliere per il futuro del settore stesso. In tale ottica è quindi fondamentale puntare anche sulla formazione sia continua che specifica sul posto di lavoro, che risulta inferiore in Italia rispetto ai peer europei. Le imprese italiane potranno contare su diversi strumenti e servizi formativi a loro disposizione, tra cui la SACE Academy e il CFMT - Centro di Formazione Management del Terziario - di Manageritalia.



2. Andamento economia globale, europea ed italiana

Negli ultimi anni l'economia globale, europea e italiana hanno tutte dimostrato una notevole capacità di resilienza di fronte a due gravi crisi quali la pandemia e la crisi energetica conseguente all'invasione dell'Ucraina da parte della Russia.

Il quadro economico attuale risente del processo di aggiustamento conseguente alle due crisi, soprattutto in relazione all'inflazione e all'aumento del debito a esse conseguenti. Nel corso del 2023 le economie avanzate sono tornate (come atteso) su sentieri di crescita moderata, dopo il sostenuto rimbalzo del Pil avvenuto nel 2021 e 2022. Allo stesso tempo l'Asia si è confermata come motore principale della crescita mondiale. Nonostante le sfide persistenti, i segnali di progresso sono stati significativi già nella prima metà dell'anno e la probabilità di un cosiddetto atterraggio morbido è aumentata negli ultimi mesi del 2023.

A fronte di un tasso di crescita dell'economia mondiale e degli USA intorno al 2,5%, e con l'Italia (+0,8%) che cresce più dell'Eurozona (intorno al +0,5%), l'Asia ha messo a segno una performance stimata intorno al +4,5%, guidata da Cina (+5,2%, in rallentamento rispetto all'ultimo ventennio) e India (+7%).

Le economie europee (e quindi anche l'Italia) si sono trovate nel 2023 a dover affrontare sia l'inflazione esplosa nel 2022 a causa della crisi energetica sia il percorso verso gli obiettivi Net Zero, aggiungendo elementi di complessità ai limiti strutturali (demografia, bassa dinamica della produttività) che le caratterizzavano prima del Covid.

L'inflazione annua è calata progressivamente nell'Eurozona nel corso del 2023, dal 9,2% al 2,9% (dicembre 2023 su dicembre 2022), grazie soprattutto al collasso dei prezzi dell'energia e, in misura minore, all'effetto delle politiche monetarie restrittive della BCE iniziate nella seconda parte del 2022. L'Italia chiude il 2023 come uno dei Paesi con la minore inflazione (0,6% a dicembre 2023 su dicembre 2022) e la maggior crescita tra i Paesi europei, avendo continuato a beneficiare degli investimenti relativi al PNRR.

Un contributo importante alla riduzione dell'inflazione è venuto anche dal sostanziale superamento delle precedenti problematiche legate alla logistica e ai trasporti, un fattore chiave per lo sviluppo del commercio internazionale nei prossimi anni. Allo stesso tempo le recenti turbolenze nell'area del Mar Rosso rappresentano un rischio per una fetta significativa degli scambi via Canale di Suez da e verso l'Europa, con impatto al rialzo sui noli e sui tempi di consegna delle merci.

La lotta all'inflazione tramite politiche monetarie restrittive ha generato una progressiva riduzione della crescita dell'attività economica europea nel corso del 2023, nel momento in cui l'aggiustamento fiscale non ha consentito politiche di bilancio contro-cicliche nonostante gli investimenti in larga parte pubblici derivanti dal Green Deal. In questo contesto, il processo di aggiustamento della macchina industriale della Germania (che rimane il nostro principale partner) si è rivelato particolarmente difficile, con perdita di produzione industriale e di occupazione.



3. Le CGV dei servizi: la nuova frontiera della globalizzazione

A partire dagli anni '90, la frammentazione dei processi produttivi industriali a livello internazionale, favorita dal progresso tecnologico e sostenuta dalle politiche commerciali liberali, ha innescato un profondo cambiamento nelle relazioni economiche tra Paesi, generando un alto livello di integrazione dei mercati e dando origine allo sviluppo delle Catene Globali del Valore (CGV). I successivi due decenni sono stati caratterizzati da una forte accelerazione degli scambi internazionali di beni intermedi, che ha trainato l'espansione del commercio mondiale complessivo, incluso quello dei trasporti e dei servizi per la manifattura e l'agricoltura. A seguito della Crisi Finanziaria Globale (CFG), si è assistito a un assestamento del commercio di beni su tassi di crescita relativamente più contenuti (in media +4,4% in volume nel decennio 2010-19, in calo rispetto al +8,1% al periodo 2000-07), avviando una tendenza – ancora in corso – ribattezzata recentemente “*slowbalization*”.

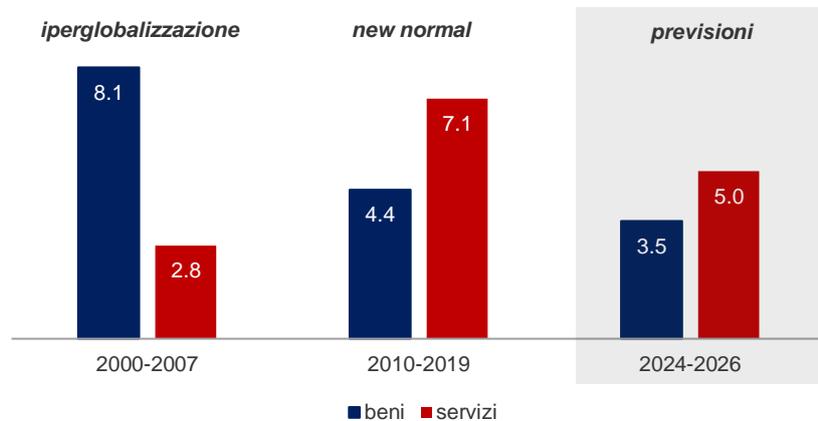
Le cause della stagnazione sono ascrivibili a fattori di natura strutturale, tra cui il fisiologico assestamento delle CGV manifatturiere e il cambiamento del modello di sviluppo di alcune economie emergenti (in primis, la Cina). Non da meno, con la CFG sono riemersi atteggiamenti di chiusura, che sembravano aver raggiunto l'apice con la “guerra commerciale” tra l'amministrazione americana e quella cinese nel 2018-19, ma che invece si sono ulteriormente intensificati con i più recenti shock. La crisi pandemica e i rischi geopolitici hanno infatti alimentato i timori legati alla sicurezza sanitaria, energetica e alimentare, dando luogo a un'impennata di nuovi interventi restrittivi del commercio internazionale con l'adozione e il rafforzamento di dazi e misure protezionistiche non tariffarie.

Sebbene, alla luce di queste considerazioni, alcuni osservatori abbiano paventato la fine della globalizzazione, non solo questo fenomeno non trova ancora riscontro nei dati macroeconomici e nelle scelte strategiche delle imprese, ma dovrebbe essere analizzato considerando al contempo il ruolo crescente del settore dei servizi sugli scambi mondiali. Nel periodo 2010-19, il tasso medio di crescita del commercio di servizi in volume è stato pari a +7,1%, in aumento rispetto al +2,8% registrato in media tra il 2000 e 2007. Per quanto ancora minoritario¹, il peso dei servizi sugli scambi mondiali era salito così al 18% nel 2019, dal 13% registrato nel 2007 all'apice della iper-globalizzazione dei beni. Escludendo dall'analisi la congiuntura negativa che ha impattato soprattutto i servizi nel triennio 2020-22, in particolare a causa delle restrizioni alla mobilità delle persone, lo scorso anno i movimenti transfrontalieri sono tornati pressoché ai livelli del 2019² e, secondo lo scenario macroeconomico attuale (Cfr. Scheda 1), nell'orizzonte di previsione 2024-2026 sono attesi crescere in media verso ritmi simili a quelli precedentemente osservati nel decennio *new normal*, a fronte di una dinamica relativamente più moderata per i beni (Fig. 3.1).

¹ Sebbene si osservi un generale spostamento delle preferenze dei consumatori verso i servizi, esiste un vincolo fisiologico alla crescita dei relativi scambi internazionali, ascrivibile al fatto che alcuni di essi non possono essere commerciati all'estero (ad esempio, alcuni servizi ospedalieri, taluni servizi alla persona e ricreativi, etc.).

² Secondo le stime Oxford Economics, nel 2023 gli scambi mondiali di servizi in valore sono cresciuti del 10% (+7% fonte UNCTAD) e dell'11,2% in volume.

Figura 3.1 – Tassi medi di crescita del commercio mondiale di beni e servizi a confronto (volumi)



Nota: il commercio mondiale è definito dal lato delle importazioni a prezzi costanti.
Fonte: Elaborazioni su dati Oxford Economics.

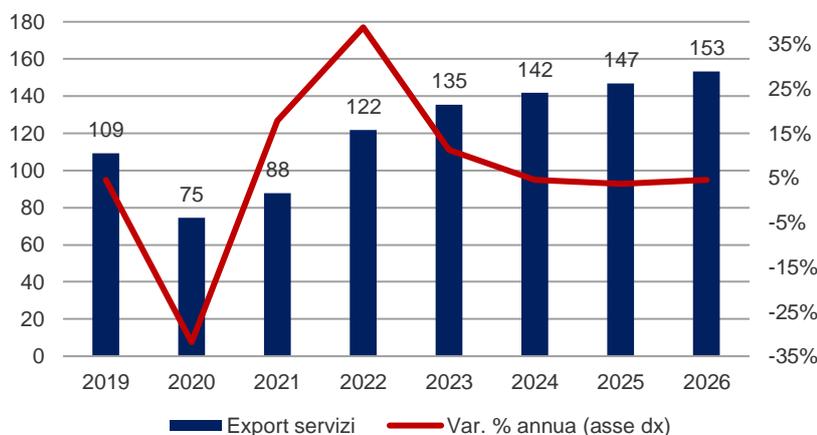
In relazione al Pil mondiale, l’elasticità apparente degli scambi di servizi è stimata attorno al 2% in media nel prossimo triennio, più alta di quella dei beni (di poco superiore all’unità), prospettando quindi un ruolo sempre più cruciale del settore per la crescita economica e l’occupazione, non solo per la rilevanza del turismo o in qualità di input intermedio nelle CGV manifatturiere, bensì anche e sempre più come componente della domanda finale prodotta attraverso le proprie complesse CGV. Il processo di “fornitura” di alcuni servizi (in particolare quelli che rientrano nella categoria “altri servizi commerciali” (che include i servizi finanziari, assicurativo-pensionistici, informatici, telecomunicazione e informazione, educativi e ricreativi, servizi aziendali e legati ai diritti di proprietà intellettuale) può essere infatti frammentato in più fasi e funzioni. Ad esempio, il processo di produzione del software può essere suddiviso in architettura, sviluppo del codice, test, implementazione, marketing e distribuzione, manutenzione, helpdesk, formazione e istruzione. Sebbene le statistiche tradizionali non riescano a catturare appieno il valore aggiunto generato dai servizi, la Banca mondiale ha stimato che circa due terzi del commercio di servizi riguarda segmenti intermedi e che quindi possono essere considerati integrati nelle CGV di questo macrosettore. Se da un lato il commercio di beni intermedi potrebbe aver raggiunto il picco, dall’altro quello di servizi continua a crescere, a sostegno della tesi che l’offshoring dei servizi rappresenti la nuova frontiera della globalizzazione.

Un’ulteriore spinta, che contribuirà significativamente ad accrescere la rilevanza dei movimenti transfrontalieri dei servizi e la loro integrazione nelle CGV sia manifatturiere che del settore stesso, è rappresentata dallo sviluppo e la diffusione delle tecnologie e infrastrutture digitali (Cfr. Scheda 7).

4. L'export italiano di servizi mantiene il piede sull'acceleratore

L'export italiano di servizi ha risentito in misura significativa e prolungata delle restrizioni alla mobilità legate all'emergenza pandemica. Solo nel 2022, infatti, le esportazioni italiane di Terziario sono riuscite a superare il livello pre-pandemia grazie a un marcato incremento (+38,8% rispetto all'anno precedente; Fig. 4.1) che ha permesso di raggiungere un valore di €122 miliardi. Tale rialzo ha riportato l'incidenza delle vendite di servizi sul Pil nazionale uguale a quella del 2019 (pari al 6,1% dal 4,8% del 2021), mentre quella sul totale delle vendite estere italiane è stata pari al 16,3%, (dal 14,4% del 2021, ma ancora 2,2 p.p. in meno rispetto al livello pre-pandemia). La performance è proseguita a un ritmo particolarmente sostenuto anche tra gennaio e novembre dello scorso anno (ultimo dato disponibile) con una crescita dell'11,1% in termini tendenziali.

Figura 4.1 – Esportazioni italiane di servizi (valori correnti, € mld; var. % annua)



Fonte: Elaborazioni su dati Eurostat e Oxford Economics.

Anche nel confronto con i *peer* europei, si distingue l'andamento molto intenso segnato dalle nostre esportazioni, a fronte comunque di valori ben superiori che contraddistinguono le vendite di Terziario di Germania e Francia³. Questo risultato per l'Italia è dovuto a più fattori, tra cui una maggiore contrazione nel 2020 seguita da una ripresa più lenta e la diversa composizione settoriale, più incentrata sul turismo e meno su altri servizi alle imprese e trasporti⁴. L'export di servizi francese nel 2022 ha visto un aumento del 27,1%, seguito da una dinamica in lieve rialzo tra gennaio e novembre dello scorso anno (+1,1%), mentre quello tedesco – dopo un +18,1% – ha registrato addirittura una contrazione (-3,3%).

Secondo le recenti stime⁵, le esportazioni di servizi per l'intero 2023 sono attese in crescita dell'11,2% a quota €135 miliardi. Per quest'anno è previsto un incremento del 4,6% – un tasso inferiore a quello degli ultimi anni ma comunque sostenuto rispetto al pre-pandemia – e al 4% in media per il biennio 2025-26 che permetterà di superare i €150 miliardi di valore esportato alla fine del periodo di previsione. Tali andamenti favorevoli sono spiegati dall'espansione attesa del settore turistico ma anche dal maggior ruolo che stanno assumendo i servizi nel commercio con l'estero, determinato da fattori strutturali: in primo luogo, la più ampia offerta di servizi intermedi (alla produzione, informatici, professionali e finanziari) e lo sviluppo del settore terziario nei Paesi emergenti che potrà sostenere la domanda di servizi italiani⁶.

³ Nel 2022 l'export di servizi tedesco si è attestato a €408 miliardi, mentre quello francese a €327 miliardi.

⁴ Osservatorio del Terziario Manageritalia e SACE, *I servizi nel mondo di oggi e di domani: un treno che non si può perdere*, gennaio 2023.

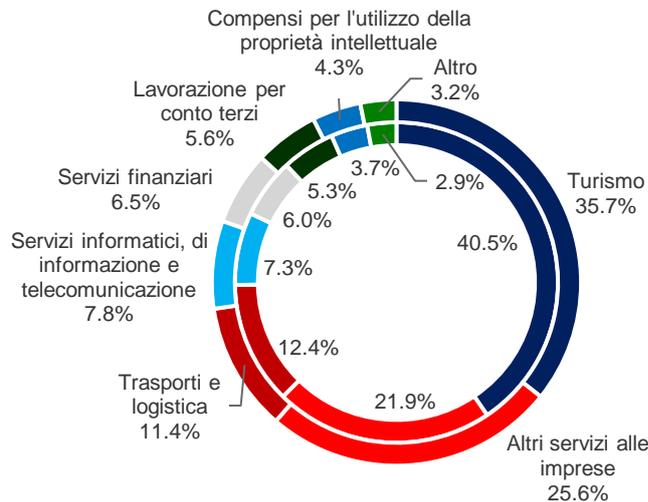
⁵ SACE, Rapporto Export Update, *Il futuro è adesso, insieme. Mercati di opportunità e strategie di crescita per le imprese, tra innovazione e sostenibilità*, dicembre 2023.

⁶ Centro Studi Confindustria, *Rapporto di previsione – L'economia italiana torna alla bassa crescita?*, ottobre 2023. Secondo dati UNCTAD, infatti, l'import di servizi dei Paesi emergenti dal mondo, in valore, tra il 2010 e il 2022 è cresciuto a un tasso medio annuo del 6,4%, a fronte di un +5,2% a livello mondo.

5. Il turismo guida la dinamica

Al forte aumento registrato nel 2022 ha contribuito in ampia misura il turismo – tornato a essere il settore di punta dell’export di Terziario italiano – che ha pressoché raddoppiato il suo valore a €42 miliardi, poco inferiore a quello del 2019 (Fig. 5.1). Tale fenomeno, comune ai principali *peer* europei, mostra come la ripartenza degli spostamenti internazionali sia stata più lenta e parziale rispetto ad altri settori: da un lato, i viaggiatori europei, facilitati dalla vicinanza geografica, hanno segnato un deciso ritorno nel nostro Paese, dall’altro, il numero di turisti provenienti dall’area extra-Ue, specie da Americhe e Asia, è rimasto al di sotto dei livelli pre-pandemici; a ciò si è aggiunto il significativo calo degli arrivi dalla Russia. Va inoltre tenuto conto della maggior capacità di spesa pro-capite dei turisti non comunitari, specie statunitensi, rispetto a quella europea che incide notevolmente sul livello complessivo. Il 2023, invece, ha mostrato l’atteso recupero dei valori pre-crisi, favorito dalla completa ripresa dei movimenti intercontinentali, con il numero di viaggiatori stranieri in Italia che tra gennaio e ottobre è risultato in aumento del 14,9% in termini tendenziali, così come la spesa (+15,4%)⁷.

Figura 5.1 – Composizione settoriale dell’export italiano di servizi in valore, 2022 vs. 2019 (peso %; 2019 anello interno)



Nota: nella categoria “Altro” sono stati inclusi: servizi assicurativi e pensionistici (1,1% peso sul totale), beni e servizi delle amministrazioni pubbliche (0,8%), manutenzione e riparazione (0,6%), costruzioni (0,3%) e servizi personali, culturali e ricreativi (0,3%).

Fonte: Elaborazioni su dati Eurostat.

Le esportazioni di “altri servizi alle imprese” – che nel biennio 2020-21 è stato il primo settore delle vendite italiane di Terziario superando il turismo – hanno riportato una dinamica positiva (+12%) sopra i €30 miliardi. La spinta è arrivata dalla domanda di servizi di consulenza professionale e manageriale e servizi di R&S, a fronte comunque di un buon andamento di “altri servizi alle imprese o connessi al commercio” (tra cui quelli di architettura, ingegneria, scientifici e altri servizi tecnici). Queste tipologie di servizi, infatti, continueranno a mostrare ritmi di crescita positivi alla luce anche dei cambiamenti più strutturali che caratterizzeranno le vendite di Terziario nel prossimo futuro.

Anche l’export di trasporti, specie quello via aerea, ha beneficiato del ritorno agli spostamenti tornando in linea con i valori pre-Covid a €13,4 miliardi, grazie a una crescita del 30% circa rispetto al 2021. La graduale risoluzione dei problemi logistici sul lato dell’offerta – alla base dell’innalzamento dei costi del trasporto aereo e dei noli marittimi e quindi dei prezzi applicati per la spedizione di merci – ha permesso al settore di recuperare il terreno perso. Nel complesso, nel 2022 la quota di mercato media complessiva dei vettori italiani sulle merci da e per l’Italia, calcolata ponderando per i costi del trasporto, si è mantenuta pressoché stabile al 14,3% (-0.3 p.p. dall’anno precedente). A fronte di una quota di mercato quasi inalterata al minimo storico (7,1%) per

⁷ Banca d’Italia, *Tavole dati turismo internazionale*, gennaio 2024.



il settore marittimo, l'incidenza nel trasporto stradale è scesa al 21,6% (-1 p.p.), rimanendo comunque al di sopra del minimo toccato nel 2020, così come quella nel comparto aereo (13,8%; -0,5 p.p.)⁸.

Nel 2022 è proseguita anche la buona performance delle vendite delle componenti della bilancia dei pagamenti della tecnologia, che include le transazioni con l'estero in tecnologia non incorporata in beni fisici (c.d. *disembodied technology*)⁹. Il saldo della bilancia – che comprende i compensi per l'uso della proprietà intellettuale (in cui rientrano le remunerazioni di brevetti, licenze e royalty), i servizi informatici, di ricerca e sviluppo e di architettura e ingegneria – ha registrato un avanzo di €0,8 miliardi, in riduzione rispetto all'anno precedente per effetto di una crescita delle importazioni superiore a quella dell'export (+10,9% per un valore di €18,7 miliardi). Nel dettaglio, le esportazioni di tutte le componenti, a eccezione dei servizi di architettura e ingegneria (-1,2%), hanno registrato dinamiche positive: compensi per l'uso della proprietà intellettuale (+20% circa), servizi di R&S (+13,8%) e servizi informatici (+9,7%).

I servizi finanziari e di lavorazione per conto terzi¹⁰ – seppur riportino ancora livelli contenuti (€7,6 miliardi e €6,6 miliardi rispettivamente) – hanno proseguito il percorso di crescita segnando tassi del 10,6% e del 6,9% che aprono scenari positivi per il futuro.

⁸ Banca d'Italia, *Indagine sui trasporti internazionali di merci*, giugno 2023.

⁹ Banca d'Italia, *Bilancia dei pagamenti della tecnologia dell'Italia*, dicembre 2023.

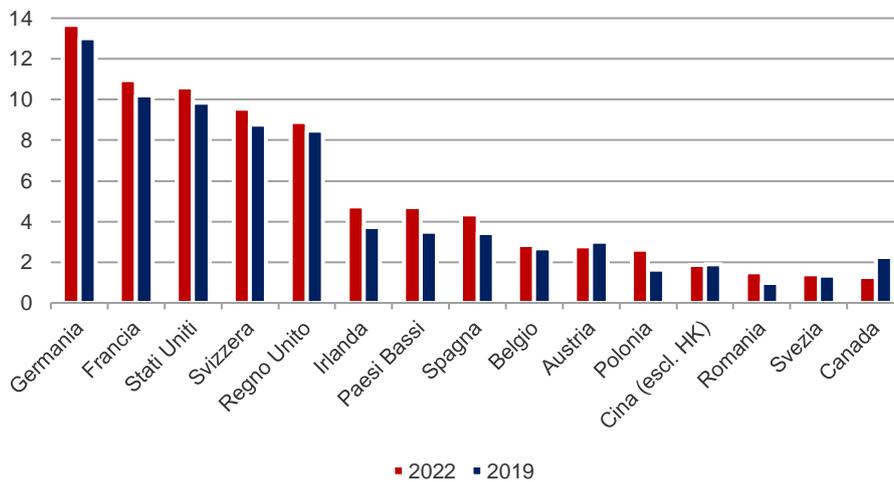
¹⁰ Un'analisi di Banca d'Italia mostra come le attività di lavorazione in conto terzi siano particolarmente rilevanti nel settore della farmaceutica, specialmente in Lazio. Allione et al., *Il recente andamento delle esportazioni del settore farmaceutico in Italia e nel Lazio*, Questioni di economia e finanza, Banca d'Italia, giugno 2020.

6. Recupero diffuso a quasi tutte le destinazioni

Nel 2022 le esportazioni italiane di servizi verso l'Unione Europea hanno registrato un incremento tendenziale lievemente sotto la media (+32,6%) che ha permesso però di tornare ampiamente sopra i livelli del 2019 a quasi €60 miliardi¹¹; al contrario, i Paesi extra-Ue, pur avendo riportato un tasso di crescita ancora più elevato (+43,8%), hanno accolto un valore ancora inferiore ai livelli pre-pandemici (-3,5%). Tale differente dinamica è stata favorita dalla maggior regionalizzazione che caratterizza gli scambi di servizi.

Tutti i principali partner commerciali dell'Italia¹² hanno superato i livelli pre-pandemia, con l'esclusione di Austria (-7,8% rispetto al 2019), Cina (eccetto Hong Kong; -2,9%) e Canada (-42,9%; Fig. 6.1), Paesi dove è particolarmente importante il turismo. Di contro, proprio l'andamento di questo comparto, con il contributo minore dei trasporti, ha sostenuto le migliori performance riportate da Polonia (+59,1%) e Romania (+51%). Nel complesso, il mancato pieno recupero del turismo è stato diffuso a tutte le destinazioni nelle quali aveva un peso prevalente, con l'eccezione della sola Spagna.

Figura 6.1 – Principali Paesi destinatari di export italiano di servizi, 2022 vs. 2019 (valori correnti, € mld)



Fonte: Elaborazioni su dati Eurostat.

Germania, Francia e Stati Uniti sono i primi tre fruitori dell'export italiano di servizi (così come di quello di beni) con valori superiori ai €10 miliardi. Verso Berlino (+5,2%) è stata significativa la crescita registrata da altri servizi alle imprese, mentre a Parigi (+7,6%) si è visto un deciso incremento dei trasporti e dei servizi informatici e di telecomunicazione. Le vendite di altri servizi alle imprese e di servizi informatici e di telecomunicazione hanno sostenuto il recupero di Stati Uniti (+7,7%) e Regno Unito (+5,1%), mentre quelle della lavorazione per conto terzi hanno contribuito all'aumento di Svizzera (+9,3%) e Irlanda (+27,4%), Paese in cui assumono un ruolo rilevante anche i servizi finanziari. La notevole crescita dei Paesi Bassi (+34,3%) è stata guidata da altri servizi alle imprese e turismo, così come quella del Belgio (+5%).

Nella dinamica delle esportazioni verso la Cina (-2,9%), invece, continua a pesare la debole ripartenza dei movimenti turistici, compensata almeno in parte dai forti rialzi di altri servizi alle imprese e compensi per l'utilizzo della proprietà intellettuale.

¹¹ Sono state escluse dal calcolo le esportazioni verso il Lussemburgo pari a €6,6 miliardi nel 2022. Considerando anche il Lussemburgo, l'export italiano di servizi verso i Paesi Ue nel 2022 si è attestato a €65,5 miliardi, contro i €55,1 miliardi del 2019.

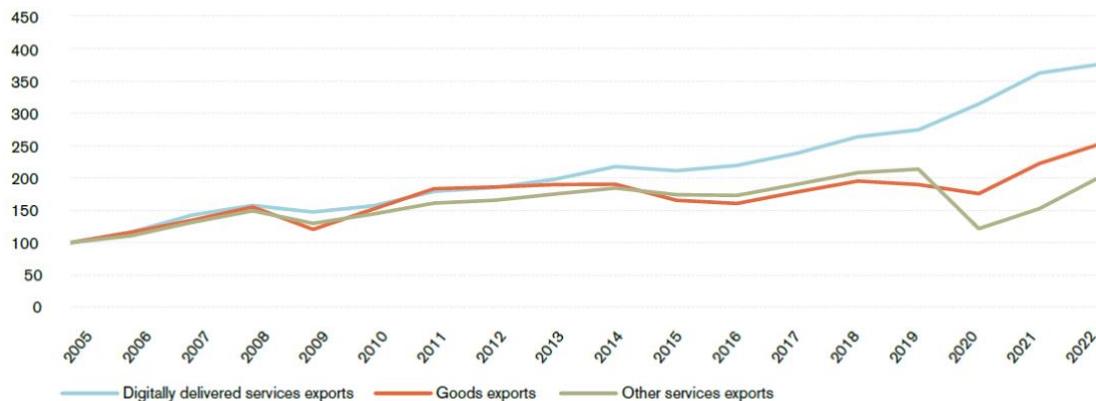
¹² Da questa analisi è stato escluso il Lussemburgo a causa della sua connotazione come centro finanziario di rilevanza internazionale.

7. Il digitale allarga le frontiere dei servizi

La rivoluzione digitale sta generando un profondo impatto sulla produzione e sul consumo dei servizi, attraverso la creazione di nuovi mercati e prodotti. A trainare questo cambiamento strutturale è il rapido calo dei costi commerciali dei servizi che possono essere consegnati digitalmente¹³ oltre i confini: secondo la Banca mondiale, i costi del commercio transfrontaliero in attività quali intrattenimento, servizi finanziari, informatici, amministrativi e altri servizi alle imprese sono diminuiti del 14% tra il 1996 e il 2018, una percentuale molto superiore a quella del settore dei servizi nel suo complesso. Di conseguenza, le esportazioni globali di servizi forniti digitalmente, che corrispondono ampiamente ai servizi “frammentati” nelle CGV, sono più che triplicate dal 2005 aumentando del 7,5% in media all’anno nel periodo 2005-19, superando la crescita delle esportazioni di beni e altri servizi (Fig. 7.1).

In generale, lo sviluppo delle nuove tecnologie digitali sta fornendo un impulso importante non solo al commercio di servizi consegnati digitalmente, ma in maniera più estesa ai servizi intermedi (inclusi quindi trasporto e logistica), rafforzandone il ruolo nelle CGV industriali e non, favorendo al contempo l’ingresso di nuovi attori nei mercati internazionali. Il potenziale delle piattaforme online consentirà quindi di realizzare una globalizzazione più inclusiva, facilitando la partecipazione sia di Paesi meno sviluppati ma che possono contare su una forza lavoro qualificata (es. India e Filippine), sia di imprese di dimensioni minori. Inoltre, contribuirà a rendere le CGV più resilienti a shock avversi, come è avvenuto recentemente con la crisi pandemica: non solo i servizi consegnati digitalmente non sono stati impattati negativamente, come accaduto invece per il turismo e i trasporti, ma la loro crescita è stata stimolata dalla nuova e crescente necessità di servizi legati al lavoro a distanza, all’apprendimento e all’intrattenimento domestico. Le esportazioni di servizi forniti digitalmente hanno continuato a espandersi fino a raggiungere una quota sul commercio di servizi globali del 54% nel 2022 e un aumento del valore totale del 37% rispetto ai livelli del 2019. L’Europa rappresenta il principale fornitore, ma l’Asia sta mostrando recentemente la maggiore dinamicità in termini di tassi di crescita rispetto a quelli registrati dagli altri Paesi.

Figura 7.1 – Esportazioni mondiali di servizi consegnati digitalmente (indice 2005=100)



Fonte: Banca Mondiale, World Trade Report 2023.

Non bisogna tuttavia trascurare i rischi legati invece ad eventuali attacchi informatici, in alcuni casi con finalità geo-politiche, e da qui la necessità di rafforzare la normativa a tutela della privacy, del flusso di dati e della protezione della proprietà intellettuale

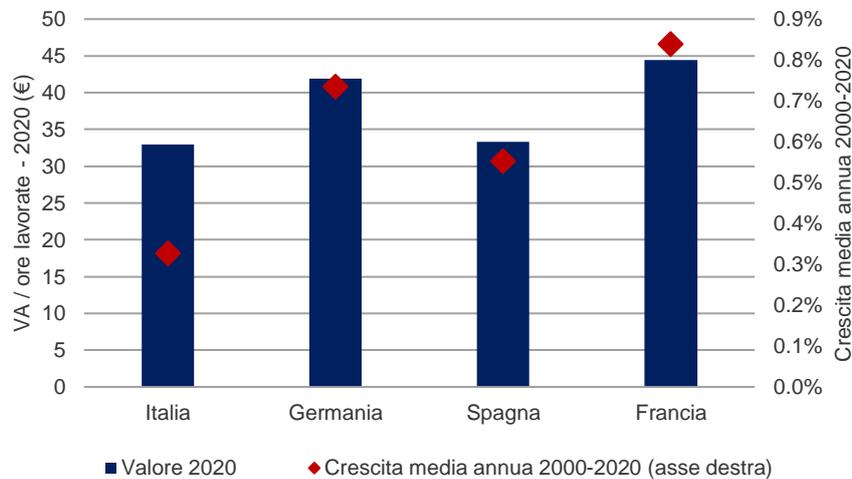
¹³ Per export di servizi forniti digitalmente si intendono le vendite oltreconfine di servizi finanziari, assicurativi, di telecomunicazioni, informatici e informativi (ICT), oneri per l'utilizzo della proprietà intellettuale e della maggior parte degli altri servizi alle imprese e dei servizi personali, culturali e ricreativi.

8. Produttività dei servizi e barriere al commercio

La scarsa competitività dei servizi italiani è uno dei principali motivi del ritardo nel relativo export¹⁴. Tra i vari fattori che concorrono alla competitività di un'impresa o di un settore, la produttività dei servizi di mercato,¹⁵ misurata in valore aggiunto (VA) per ora lavorata, risulta essere in Italia tra le più basse dell'Ue (Fig. 8.1). Nel 2020, l'ultimo anno disponibile secondo i dati Eu Klems, la produttività dei servizi di mercato italiani era pari a €33,0 - in linea con quella spagnola (€33,3), ma nettamente al di sotto di quella tedesca e francese (rispettivamente €41,9 e €44,5).

Guardando alla crescita media della produttività dei servizi nel ventennio 2000-22, il quadro risulta alquanto sfavorevole: la produttività italiana è cresciuta ad un ritmo medio dello 0,3% all'anno, la metà della crescita spagnola e con passo ancora più lento di quello tedesco (0,7%) e francese (0,8%).

Figura 8.1 – VA per ora lavorata e crescita media annua dei servizi Italia vs peer europei (2000-2020)



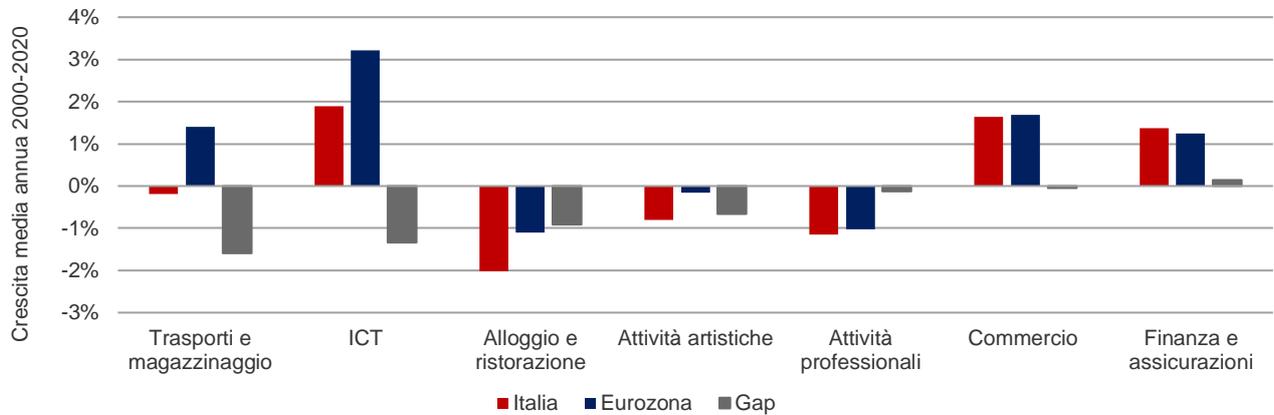
Note: Elaborazioni dell'Osservatorio del Terziario su dati Eu Klems. VA espresso in €mln a prezzi costanti 2015. Ore espresse per il totale delle occupazioni e professioni. I servizi di mercato escludono la pubblica amministrazione e le attività immobiliari.

La distribuzione della produttività all'interno dei comparti dei servizi in Italia (Fig. 8.2) si può misurare con i dati annuali dell'Istat, aggiornati al 2022. Questa analisi mostra come i comparti caratterizzati da maggiore produttività siano finanza e assicurazioni (€75 nel 2022), e ICT (€52). Il comparto dell'ICT ha anche visto una crescita elevata dell'1,6% rispetto agli altri settori nel periodo 2000-22, mentre il comparto di finanza e assicurazioni ha visto una crescita positiva ma più modesta (0,8%).

¹⁴ Si veda il Report "Rapporto sul Terziario ed Export" al link [Pubblicazioni - Manageritalia](#)

¹⁵ I servizi di mercato non includono il comparto della pubblica amministrazione e le attività immobiliari.

Figura 8.2 – VA per ora lavorata: crescita media annua per comparto di servizi Italia e media Eurozona (2000-20)



Note: Elaborazioni su dati Istat, conti nazionali. VA espresso in €mln a prezzi costanti 2015. Ore espresse per il totale delle occupazioni e professioni.

Ci sono diversi motivi che possono aiutare a comprendere il divario di produttività dei servizi italiani rispetto a quella degli altri Paesi europei. Uno dei temi principali è lo scarso livello di concorrenza nell'economia italiana¹⁶, sicuramente appesantita dal cosiddetto "red tape"¹⁷, che rappresenta un costo significativo - anche se spesso più di tipo burocratico e di adesione a regole che finanziario - nella produzione di servizi, e dunque un ostacolo importante alla sua competitività sui mercati internazionali.¹⁸ Questo appare evidente dai dati dell'Ocse sull'indice di "eterogeneità" del *Services Trade Statistics Index* (Stri). Tale indice mostra come la regolamentazione dei servizi italiana si discosti da quella del resto dei Paesi Ocse, soprattutto per servizi ad alto contenuto intellettuale come, ad esempio, contabilità, ingegneria, servizi legali. La differenza di regolamentazione tra i Paesi è tale da limitare la concorrenza estera in questi ambiti, ostacolando lo sviluppo di ogni comparto e di quelli a valle. Gli stessi dati mostrano inoltre che questo tipo di barriere è rimasto elevato anche per i servizi digitali.

Due altri elementi contribuiscono al ritardo dell'export dei servizi italiani: 1) l'elevata presenza di imprese a conduzione familiare¹⁹; 2) la diversa composizione degli esportatori in termini di dimensioni aziendali. Mentre la proporzione di imprese italiane esportatrici fino ai 250 addetti è piuttosto simile a quella dei *peer* europei, l'Italia si configura con una minore propensione all'export tra le grandi imprese del Terziario. Il fatto che, rispetto ad altri Paesi, in Italia una quota minore di grandi imprese nel settore terziario si occupi di commercio internazionale potrebbe in parte spiegarne la minor competitività dell'export di servizi.

Non appare invece essere un fattore limitativo quello spesso citato della scarsità degli investimenti nei comparti del Terziario di mercato. Dai dati sulla composizione degli investimenti nei servizi nei singoli Paesi si evince, infatti, che l'Italia mostra un volume degli investimenti (relativi al VA di ciascun comparto dei servizi) in linea con i *peer* europei, incluso quelli nel comparto di informazione e comunicazione (ICT).²⁰ Ciò che questi dati non mostrano, tuttavia, è la qualità degli investimenti fatti in Italia, che potrebbe essere inferiore a quella nel resto d'Europa, soprattutto in relazione all'intensità degli investimenti tecnologici. La performance digitale dell'Italia ci mostra, infatti, un divario rispetto ai *peer* europei.

¹⁶ Si veda il Report "Rapporto sul Terziario ed Export" al link [Pubblicazioni - Manageritalia](#)

¹⁷ Dal dizionario Cambridge, "red tape": norme e processi ufficiali che sembrano non necessari e ritardano i risultati.

¹⁸ Il tema della concorrenza nei servizi è strettamente intrecciato a quello della produttività nel settore. La letteratura economica ha mostrato infatti che l'aumento della concorrenza si riflette positivamente sull'andamento della produttività, in particolare quella del lavoro. Si veda per es. Bugamelli, M., Rosolia, A. (2007). Produttività e concorrenza estera. Banca d'Italia- Temi di Discussione N. 578.

¹⁹ Si veda il Report "Focus su Managerialità e Imprese", al link [Pubblicazioni - Manageritalia](#)

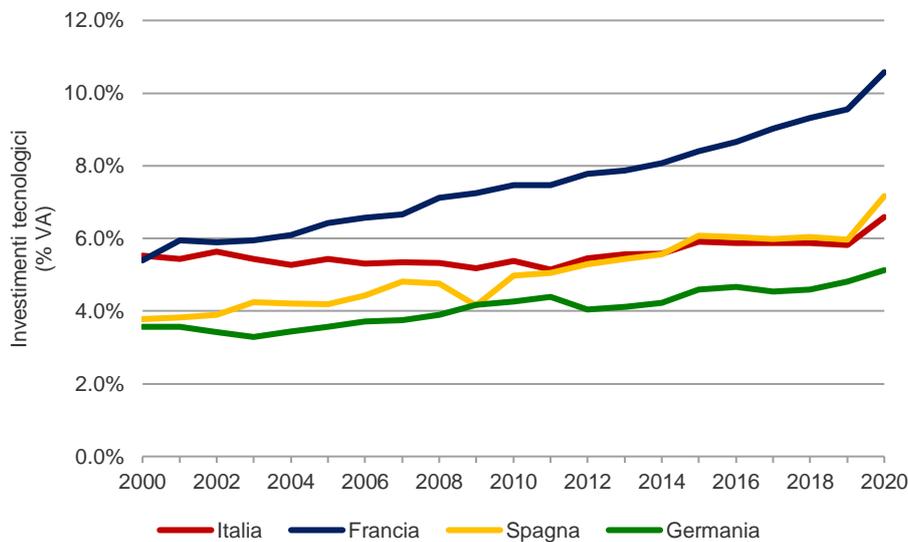
²⁰ Si veda il Report "I servizi tra le due crisi" al link [Pubblicazioni - Manageritalia](#)

9. Performance digitale e competitività dell'export

Il volume degli investimenti non basta da solo a spiegare la bassa crescita economica del nostro Paese e suggerisce di approfondire la qualità degli investimenti fatti in Italia, comparandoli con quelli operati nel resto d'Europa, soprattutto in relazione all'intensità degli investimenti tecnologici.²¹ In percentuale al VA,²² il divario tra gli investimenti tecnologici fatti dal comparto dei servizi di mercato in Italia e tra i *peer* europei è aumentato, in particolare nel 2020 (Fig. 9.1).

L'Italia ha visto una crescita della quota investimenti tecnologici (su VA dei servizi di mercato) minore rispetto ai *peer* europei (+1,1 punti percentuali nel periodo 2000-20): Germania e Spagna mostrano, infatti, un aumento più sostenuto (+1,6 e +3,4 p.p., rispettivamente), mentre la Francia risulta la più dinamica, (+5,2 p. p.).

Figura 9.1 - Investimenti tecnologici dei servizi di mercato, Italia vs *peer* europei (% su VA; 2000-20)



Note: Elaborazioni su dati Eu Klems. Investimenti in attrezzatura informatica e di comunicazione, software, R&D e altri prodotti di proprietà intellettuale (intellectual property products, IPP), valori concatenati con anno di riferimento 2015. VA e investimenti espressi in prezzi costanti 2015. Investimenti tecnologici e VA si riferiscono al comparto dei servizi di mercato, il quale corrisponde al settore dei servizi eccetto la pubblica amministrazione.

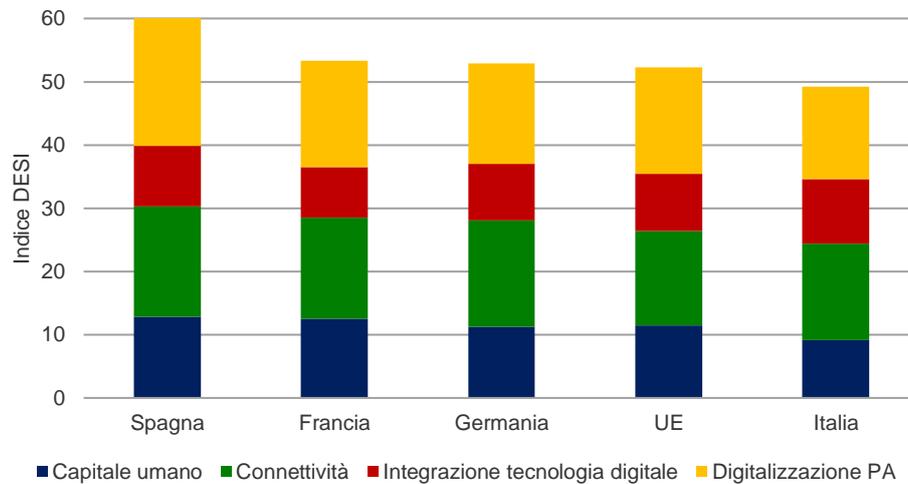
Questi risultati sono confermati dai rapporti Desi della Commissione Europea che collocano l'Italia al diciottesimo posto sui 27 Stati membri per digitalizzazione nel 2022. L'Italia si trova in fondo alla classifica se paragonato a maggiori *peer* e media Ue (Fig. 9.2). Nonostante il miglioramento nel corso degli anni, il percorso di digitalizzazione italiano presenta margini di miglioramento, con più della metà degli italiani che ancora non raggiunge le competenze digitali di base²³.

²¹ Nei dati EU KLEMS la definizione di tecnologia include "computing equipment", "communication equipment", "computer software and databases", "R&D" and "other IPP assets".

²² Dal momento che la quota di VA dei servizi di mercato è aumentato notevolmente negli anni, è utile analizzare se gli investimenti tecnologici abbiano seguito lo stesso percorso di crescita, e se a oggi risultino proporzionati al peso dei servizi di mercato nell'economia italiana.

²³ Digital Economy and Society Index (DESI) 2022.

Figura 9.2 – Indice DESI Italia vs peer europei (2022)



Note: Elaborazioni su dati DESI per Human Capital, Connectivity, Integration of Digital Technology, Digital Public Services.

Come si evince dalla Fig. 2.2, uno dei motivi principali di questo parziale ritardo è il minore sviluppo del capitale umano digitale dell'Italia: rispetto alla media Ue, l'Italia registra livelli molto bassi di competenze digitali di base e avanzate. Questo è un problema fondamentale, che limita la diffusione della digitalizzazione sia dal lato dell'offerta di prodotti innovativi che dal lato della capacità di utilizzo di prodotti digitali da parte dei consumatori. Il ruolo del sistema innovativo del Paese e quindi la capacità di formare e accrescere il capitale umano degli addetti del settore rimane una sfida aperta per il futuro del settore stesso. Questo aspetto emerge anche dall'analisi dei dati sulla formazione sia continua che specifica sul posto di lavoro, che risulta inferiore in Italia rispetto ai peer europei.²⁴ Una minore formazione ha un impatto sulla produttività e competitività dei servizi, e quindi sul loro export: i lavoratori che ricevono meno formazione continua sul luogo di lavoro rischiano di perdere le proprie competenze e di diventare meno produttivi nel tempo.

L'Italia si colloca, invece, in buona posizione per quanto riguarda l'integrazione della tecnologia digitale e la connettività. Il risultato è trainato dallo sforzo di connettività digitale delle imprese che si è sviluppato particolarmente nel periodo pandemico, ed è frutto anche di alcune iniziative di policy negli ultimi anni, che hanno mirato proprio a ridurre questo divario, come la Strategia Nazionale per le Competenze Digitali e il PNRR. L'Italia ha infatti stanziato con il PNRR la somma più ingente in Europa per la trasformazione digitale, in particolar modo per tecnologia Cloud e linee 5G. L'efficacia di questi progetti dipenderà dalla loro futura attuazione e soprattutto dal loro allargamento ai settori strategici.

Nel 2023, la Commissione Europea ha aggiornato le modalità di analisi dei dati del DESI, creando il nuovo "Rapporto sullo stato del decennio digitale".²⁵ Questa pubblicazione non riporta più un indicatore aggregato per tematica come quello per il 2022 nella Fig. 9.2, ma numerosi indicatori separati, e la classifica aggregata dei paesi è stata interrotta. Le conclusioni di questo report sono però molto simili a quelle del 2022. L'Italia dovrebbe intensificare gli sforzi sulle competenze digitali, in particolare nel miglioramento delle competenze e la riqualificazione della sua forza lavoro. Allo stesso tempo, il report sottolinea come l'Italia abbia compiuto notevoli progressi verso il raggiungimento degli obiettivi sulle infrastrutture digitali, sulla digitalizzazione delle imprese, e su quella della PA, dove però rimane ancora molta strada da fare.

²⁴ Si veda il Report "Rapporto sul Terziario ed Export" del 2023 al link [Pubblicazioni - Manageritalia](#)

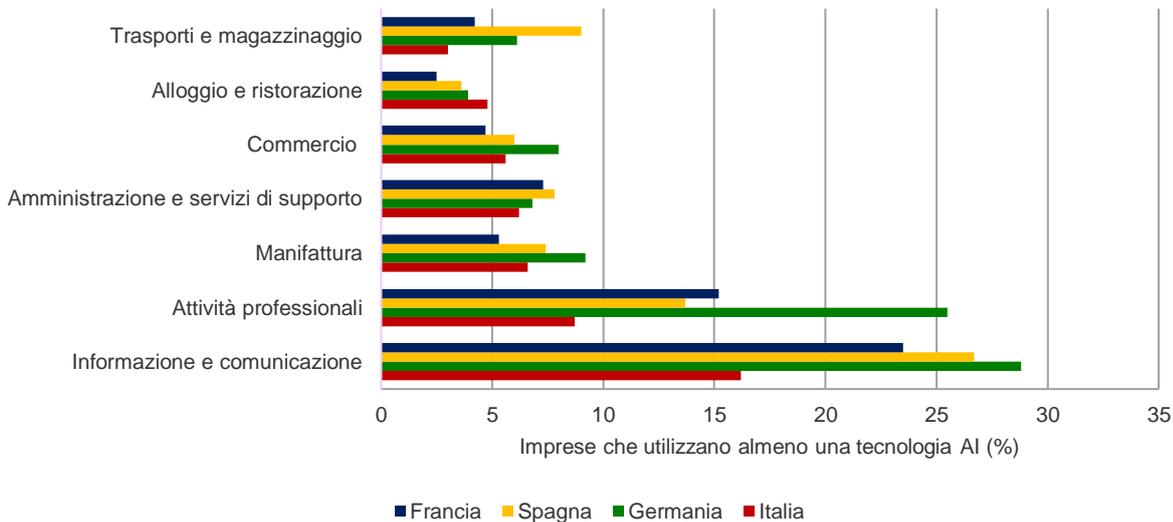
²⁵ Commissione europea, *2023 Report on the state of the Digital Decade*, settembre 2023.

10. Intelligenza artificiale e servizi, che tipo di legame?

Secondo un recente report dell'Ocse,²⁶ le innovazioni legate all'intelligenza artificiale (IA) si stanno verificando in molti settori diversi, ma sono più pronunciate in quei settori con una elevata quota di VA proveniente dall'esposizione commerciale (manifattura, ma ancora di più servizi), suggerendo forti legami tra commercio e IA nella media dei paesi Ocse.

L'Italia risulta tuttavia essere indietro nell'utilizzo di IA nei processi di produzione. La Fig. 10.1 compara la percentuale di imprese che utilizzano almeno una tecnologia AI nella manifattura e nei comparti dei servizi. Le imprese italiane risultano essere le meno attive in questo campo rispetto ai *peer* europei, in particolare nel comparto di informazione e comunicazione, dove l'IA è molto diffusa negli altri Paesi; diversamente nel comparto alloggio e ristorazione le imprese italiane mostrano una maggiore incidenza di impiego.

Figura 10.1 – Imprese che utilizzano almeno una tecnologia IA Italia vs *peer* (2021)



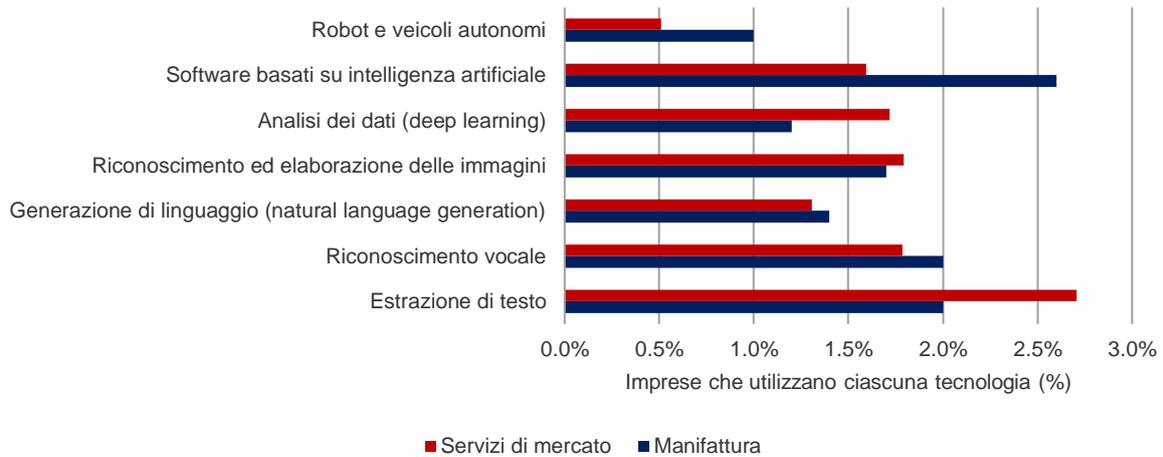
Note: elaborazioni su dati Eurostat. Le imprese incluse nei dati hanno almeno 10 dipendenti. I dati sul settore di finanza e assicurazioni non sono disponibili.

Il potenziale dell'IA è molto vasto e le sue applicazioni sono a oggi già numerose. È dunque interessante analizzare quali tecnologie IA vengano utilizzate maggiormente dalle imprese, facendo anche un paragone tra i servizi di mercato e la manifattura in Italia. Secondo i dati Eurostat, le tipologie di IA impiegate da manifattura e servizi riflettono le applicazioni più importanti di questa tecnologia all'interno di ciascun settore (Fig. 10.2).

Le imprese nella manifattura utilizzano principalmente software basati su IA e robot o veicoli autonomi. Nei servizi, invece, queste tecnologie sono utilizzate molto di più per l'analisi di dati e l'elaborazione dei testi. Ciononostante, i dati mostrano ancora uno scarso utilizzo dell'IA da parte delle imprese italiane, dal momento che la percentuale di imprese che fa uso di ciascuna applicazione IA è al di sotto del 3%.

²⁶ Ocse (2022). "Artificial Intelligence and International Trade", OECD Trade Policy Paper n. 260.

Figura 10.2 – Imprese che utilizzano ciascun tipo di tecnologia IA Italia: servizi vs manifattura (2021)



Note: elaborazioni su dati Eurostat. Le imprese incluse nei dati hanno almeno 10 dipendenti. I dati sul settore di finanza e assicurazioni non sono disponibili. I servizi di mercato escludono finanza e assicurazione e attività immobiliari. I dati Eurostat sono disponibili per comparti dei servizi, che sono stati aggregati utilizzando i dati SBS su numero di imprese per settore e dimensione.

Visto il ruolo sempre più importante per l'IA nelle economie moderne e nei servizi di mercato, e quindi anche nelle loro esportazioni internazionali, come facilitare la diffusione e l'utilizzo di questa tecnologia? Secondo il report dell'Ocse,²⁷ diverse azioni sono necessarie. In particolare, l'Ocse sottolinea la necessità di fornire un contesto normativo favorevole per gli scambi di servizi per permettere una più ampia adozione e diffusione dei sistemi di AI. Come anche indicato dai dati dell'*Services Trade Statistics Index* dell'Ocse (Cfr. Scheda 8), negli ultimi anni gli ostacoli al commercio di servizi digitali non sono diminuiti, influenzando la capacità dei Paesi di trarre vantaggio dalla digitalizzazione e quindi anche dall'IA. È inoltre importante facilitare l'accesso alle competenze umane: la presenza di ingegneri e programmatori qualificati è fondamentale per lo sviluppo e l'implementazione di soluzioni di IA. Tuttavia, gli ostacoli alla circolazione dei professionisti rimangono elevati e la loro riduzione faciliterebbe il trasferimento di conoscenze e competenze legate all'IA. Infine, un aspetto cruciale è un maggiore impegno per la circolazione di dati tra Paesi. I dati sono uno degli ingredienti principali dei sistemi di IA, ma il mosaico emergente di approcci normativi ai flussi di dati rischia di ridurre la capacità di implementare sistemi di IA a livello globale limitando l'accesso ai dati e richiedendo la duplicazione delle attività. Per usufruire dei benefici dell'IA sono necessari approcci normativi più interoperabili che consentano il libero flusso di dati con "fiducia".

²⁷ Ocse (2022). "Artificial Intelligence and International Trade", OECD Trade Policy Paper n. 260.