

## Focus sul settore della ceramica

In questa analisi - realizzata dal Centro studi e ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna in collaborazione con Bureau Van Dijk- le riflessioni si concentrano sui tre comparti del settore ceramico che maggiormente caratterizzano la produzione italiana: piastrelle (smaltate e non), lavabi e apparecchi per usi sanitari. Complessivamente questi tre comparti realizzano l'89 per cento dell'intero export nazionale di prodotti ceramici.

Nello specifico i settori con codice prodotto (sistema armonizzato):

- **PIASTRELLE NON SMALTATE**. 6907. *Piastrelle e lastre da pavimentazione o da rivestimento (non verniciate né smaltate) di ceramica, cubi, tessere ed articoli simili per mosaici (non verniciati né smaltati) di ceramica;*
- **PIASTRELLE SMALTATE**. 6908. *Piastrelle e lastre da pavimentazione o da rivestimento, verniciate o smaltate, di ceramica, cubi, tessere ed articoli simili per mosaici, verniciati o smaltati, di ceramica;*
- **SANITARI**. 6910. *Acquai, lavabi, basamenti per lavabi, vasche da bagno, bidè, tazze per gabinetti, cassette di scarico, orinatoi e apparecchi fissi simili per usi sanitari, di ceramica.*

Attraverso l'utilizzo della piattaforma Trade Catalyst<sup>1</sup> i dati sono stati elaborati seguendo due percorsi di analisi - le esportazioni e la competitività - e ricercando chiavi interpretative in grado di fornire informazioni realmente utili alle imprese e ai policy maker.

---

<sup>1</sup> Trade Catalyst è la nuova piattaforma informativa di Bureau Van Dijk che incrocia i dati di oltre 150 milioni di società a livello mondiale (dati di bilancio, azionariato, partecipazioni, brevetti, marchi,...) con i flussi import-export globali di oltre 5mila prodotti.

Uno strumento che unisce tutti i dati attraverso nuovi percorsi di analisi e chiavi di lettura inedite, con l'obiettivo di tradurre miliardi di numeri in poche informazioni con forte valenza strategica a supporto delle scelte delle imprese e dei decisori politici.

All'interno di Trade Catalyst sono contenute le informazioni di tutte le società mondiali che hanno l'obbligo di deposito del bilancio. Una copertura che riguarda tutte le società più rilevanti e che - proprio per la dimensione delle imprese presenti - diventa quasi totale in termini di fatturato e addetti.

## 1. LE ESPORTAZIONI

### 1.1 LE ESPORTAZIONI MONDIALI NEL 2014 E IL POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA

Nel 2014 le esportazioni mondiali del settore ceramico (così come definito in questo studio) hanno sfiorato i 21 miliardi di euro. Quasi il 40 per cento del mercato mondiale è detenuto dalla Cina, l'Italia è il secondo Paese per valore delle esportazioni con una quota di mercato mondiale del 17,5 per cento. Vale a dire che ogni cento euro di prodotti ceramici commercializzati a livello mondiale oltre 17 afferiscono a produzioni italiane. Cinque anni prima la quota dell'Italia era superiore al 22 per cento, solo due punti percentuali inferiore a quella cinese.

Esportazioni 2014 di prodotti ceramici. Primi 10 Paesi. Totale settore.

	Valore (milioni euro)	Quota	Var.14/13	Var.14/10	Quota 2010
Mondo	20.959	100,0%	5,7%	48,0%	100,0%
Cina	8.217	39,2%	10,5%	135,7%	24,6%
Italia	3.670	17,5%	4,7%	15,6%	22,4%
Spagna	2.413	11,5%	3,2%	31,2%	13,0%
Germania	642	3,1%	4,1%	12,3%	4,0%
Messico	637	3,0%	0,0%	21,6%	3,7%
Turchia	617	2,9%	1,5%	31,2%	3,3%
Emirati Arabi Uniti	381	1,8%	6,5%	19,4%	2,3%
India	380	1,8%	67,9%	341,1%	0,6%
Portogallo	368	1,8%	1,7%	5,8%	2,5%
Polonia	327	1,6%	-1,7%	38,3%	1,7%

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

PIASTRELLE NON SMALTATE. Primi 10 Paesi esportatori. Anno 2014.

PIASTRELLE NON SMALTATE					
	Valore e quota	Var. 2014/13	Variazione quota 5 anni		Prezzo (euro per kg.)
Mondo	5.070	10,0%	0		0,45
Cina	51,5%	10,8%	10,1		0,34
Italia	28,1%	10,8%	-5,7		0,80
Germania	3,4%	4,7%	-0,3		0,68
Spagna	2,9%	28,6%	0,4		0,81
Portogallo	1,5%	-2,0%	-0,1		0,61
Vietnam	1,4%	9,3%	0,3		0,53
Turchia	1,3%	14,1%	-0,1		0,48
India	1,2%	146,3%	0,8		0,85
Egitto	1,2%	18,6%	-0,4		1,05
Polonia	1,2%	-1,3%	-0,1		0,29

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

**PIASTRELLE NON SMALTATE.** Oltre la metà del mercato mondiale delle esportazioni di piastrelle non smaltate è detenuto dalla Cina, l'Italia occupa la seconda posizione con una quota di mercato del 28 per cento. Nel corso degli ultimi 5 anni la Cina ha eroso quote di mercato alla quasi totalità dei competitors e, in particolare, all'Italia, una dinamica che sembra aver subito una battuta d'arresto nell'ultimo anno, quando la crescita dell'export cinese si è attestata al 10,8 per cento, lo stesso valore registrato dall'Italia. Meglio dei due Paesi leader del settore – Cina ed Italia assieme controllano l'ottanta per cento del settore - hanno fatto Spagna, Turchia e, soprattutto, India.

Il rapporto tra valore esportato e relative quantità costituisce il valore medio unitario, in altre parole quanti euro vale un chilogrammo di prodotto esportato. Si tratta di una stima del prezzo dell'export e una proxy della qualità del prodotto commercializzato all'estero.

Se la Cina esporta piastrelle non smaltate per 34 centesimi al chilogrammo, il prezzo dei beni esportati dall'Italia sale a 80 centesimi, una differenza riconducibile a una differente qualità ma anche, ovviamente, ad un differente costo di produzione.

**PIASTRELLE SMALTATE. Primi 10 Paesi esportatori. Anno 2014.**

PIASTRELLE SMALTATE				
	Valore e quota	Var. 2014/13	Variazione quota 5 anni	Prezzo (euro per kg.)
Mondo	10.745	-2,5%	0	0,42
Cina	29,7%	-10,9%	10,3	0,35
Spagna	20,3%	2,5%	-1,0	0,41
Italia	19,0%	2,5%	-4,6	0,67
Turchia	3,6%	-3,3%	-0,3	0,33
Em.Arabi	2,8%	9,6%	-0,1	0,00
Messico	2,6%	-1,7%	-0,2	0,42
India	2,4%	82,5%	1,9	0,43
Brasile	1,9%	1,2%	-0,5	0,25
Germania	1,7%	1,0%	-0,6	0,71
Portogallo	1,6%	-3,3%	-0,8	0,52

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

**PIASTRELLE SMALTATE.** A livello mondiale l'export di piastrelle smaltate supera i 10,7 miliardi di euro, oltre il doppio rispetto alle piastrelle non smaltate. Rispetto a quanto visto precedentemente il mercato risulta meno concentrato, la Cina rimane il primo Paese con una quota prossima al 30 per cento, seguita da Spagna (20 per cento) e Italia (19 per cento). Complessivamente le esportazioni sono diminuite del 2,5 per cento, un calo attribuibile alla flessione cinese (-10,9 per cento). Tengono le esportazioni spagnole ed

italiane. Il prezzo medio di esportazione dei beni italiani supera abbondantemente sia quello cinese che quello spagnolo.

**SANITARI.** Rispetto alle piastrelle il commercio all'estero di sanitari costituisce per l'Italia un comparto meno rilevante. Il 47 per cento del mercato è controllato dalla Cina, nel 2010 la quota cinese era inferiore al 20 per cento, una crescita impetuosa che ha determinato forti flessioni tra i principali competitors, nell'ordine Messico, Germania e Italia. È una divaricazione destinata ad ampliarsi nei prossimi anni, nell'ultimo anno la vendita di sanitari cinesi è aumentata del 61 per cento, quella degli altri competitors è stata modesta, quella dell'Italia fortemente negativa, -11 per cento.

La Cina esporta sanitari ad un prezzo medio di poco superiore ai due euro, quello di Italia e Germania supera abbondantemente i 5 euro; è evidente che a parità di qualità non ci può essere competizione l'unica è giocarsela su prodotti qualitativamente superiori.

SANITARI. Primi 10 Paesi esportatori. Anno 2014.

SANITARI				
	Valore e quota	Var. 2014/13	Variazione quota 5 anni	Prezzo (euro per kg.)
Mondo	5.144	22,4%	0	2,05
Cina	46,9%	61,2%	27,5	2,07
Messico	6,9%	1,4%	-3,0	1,41
Germania	5,7%	5,8%	-3,3	5,23
Italia	4,0%	-10,9%	-3,0	5,38
Turchia	3,2%	9,1%	-0,7	1,46
Tailandia	2,6%	0,6%	-0,3	1,92
Portogallo	2,4%	12,4%	-1,1	1,71
Polonia	2,1%	-2,7%	-1,0	1,69
Stati Uniti	1,7%	1,1%	-1,2	1,89
Spagna	1,7%	-10,6%	-1,4	2,64

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

### **1.2 LE ESPORTAZIONI ITALIANE NEL PRIMO SEMESTRE 2015. I MERCATI CHE OFFRONO MAGGIORI OPPORTUNITÀ.**

Le statistiche internazionali non consentono di disporre di dati sufficientemente completi sull'andamento dell'export mondiale nell'anno in corso. È però possibile analizzare le dinamiche più recenti ricorrendo ai dati dell'Istat e focalizzando l'attenzione sull'Italia.

Nei primi sei mesi del 2015 le esportazioni italiane di prodotti ceramici (sempre con riferimento alle sole piastrelle e sanitari) sono aumentate del 5,9 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Una crescita trainata in larga parte dall'incremento delle esportazioni verso gli Stati Uniti e il Regno Unito, ma anche da mercati nuovi, come quelli africani.

A differenza di quanto effettuato nell'analisi precedente, dove l'Italia veniva messa confronto con i principali competitors, i dati più recenti possono essere utilizzati per individuare i mercati di maggior interesse per l'export italiano. Nello specifico, incrociando le informazioni sull'andamento dell'export con altri dati relativi alla domanda potenziale e alle previsioni economiche di ciascun Paese, è possibile calcolare un indicatore multidimensionale – il Trade Catalyst Index - espressione delle opportunità commerciali offerte. Maggiore è il valore del Trade Catalyst Index tanto più saranno le possibilità di esportare con successo verso quel Paese.

**PIASTRELLE NON SMALTATE** Nei primi sei mesi dell'anno le esportazioni italiane di piastrelle non smaltate sono aumentate di oltre l'otto per cento. La Francia, che rappresenta il mercato principale raccogliendo oltre il 16 per cento dell'export italiano, è risultata in leggera flessione, mentre aumenta il commercio verso la Germania e, soprattutto, gli Stati Uniti. Il prezzo di vendita si aggira attorno ai 74 centesimi per chilogrammo, con valori di poco superiori nei mercati più lontani.

**PIASTRELLE NON SMALTATE. Primi 10 Mercati di riferimento per l'export italiano. Primo semestre 2015**

PIASTRELLE NON SMALTATE				
	Valore e quota	Var. 2015/14	Prezzo (euro per kg.)	Trade Catalyst Index
Mondo	793.147	8,1%	0,74	0,00
Francia	16,1%	-1,6%	0,70	-0,85
Germania	13,3%	8,2%	0,73	0,95
Stati Uniti	12,4%	35,6%	0,88	1,70
Belgio	4,9%	0,2%	0,70	-0,15
Svizzera	4,1%	7,9%	0,80	-0,15
Regno Unito	3,4%	18,0%	0,86	1,20
Paesi Bassi	2,9%	3,4%	0,73	-0,15
Austria	2,5%	-2,3%	0,76	-1,35
Canada	2,4%	24,3%	0,87	0,95
Australia	2,0%	7,7%	0,91	-0,25

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

**PIASTRELLE NON SMALTATE. I Mercati che offrono maggiori opportunità commerciali.**

PIASTRELLE NON SMALTATE	
★★★★★	Stati Uniti, Cina, India, Filippine, Turkmenistan Kenya
★★★★	Regno Unito, Perù, Senegal, Giordania, Vietnam Egitto
★★★	Gibuti, Etiopia, Namibia, Mozambico, Ruanda

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

Gli Stati Uniti costituiscono il mercato che attualmente offre maggiori possibilità commerciali. Anche Cina e India, pur essendo mercati meno rilevanti per l'export italiano, sembrano destinazioni particolarmente interessanti su cui puntare, così come Filippine, Turkmenistan e Kenya.

Anche i Paesi classificati con quattro e tre stelle, pur presentando un Trade Catalyst Index inferiore rispetto a quello attribuito ai Paesi cinque stelle, rientrano tra i Paesi verso i quali guardare con attenzione; in alcuni casi possono essere nicchie di mercato, in altri mercati in forte espansione destinati a consolidarsi nei prossimi anni.

**PIASTRELLE SMALTATE** Nel primo semestre del 2015 le esportazioni italiane di piastrelle smaltate hanno superato il miliardo e cento milioni di euro, un incremento del 4,3 per cento rispetto al primo semestre 2014. Come visto precedentemente, cala il mercato più rilevante, quello che francese verso il quale si commercializza un quinto del nostro export, crescono quello statunitense e tedesco. In forte calo la Russia, dove l'export è diminuito di un terzo rispetto all'anno precedente.

**PIASTRELLE SMALTATE. Primi 10 Mercati di riferimento per l'export italiano. Primo semestre 2015**

PIASTRELLE SMALTATE					
	Valore e quota	Var. 2015/14	Prezzo (euro per kg.)	Trade Catalyst Index	
Mondo	1.116.880	4,3%	0,62	0,00	
Francia	20,1%	-9,7%	0,59	-0,85	
Stati Uniti	15,1%	34,5%	0,77	1,70	
Germania	13,1%	3,8%	0,62	0,35	
Belgio	3,6%	9,8%	0,63	1,05	
Canada	2,9%	4,9%	0,59	0,60	
Svizzera	2,9%	6,8%	0,82	0,45	
Russia	2,8%	-32,7%	1,23	-1,50	
Austria	2,7%	-0,8%	0,55	-1,35	
Regno Unito	2,6%	16,8%	0,75	1,20	
Paesi Bassi	1,9%	24,7%	0,66	0,80	

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

**PIASTRELLE SMALTATE. I Mercati che offrono maggiori opportunità commerciali.**

PIASTRELLE SMALTATE	
★★★★★	Stati Uniti, India, Panama, Repubblica unita di Tanzania, Congo
★★★★	Regno Unito, Nigeria, Senegal, Ghana, Pakistan, Repubblica dominicana, Vietnam, Camerun, Costa Rica, Egitto
★★★	Belgio, Kenya, Etiopia, Cambogia, Turkmenistan, Namibia, Mauritania, Papua Nuova Guinea, Zambia, Bhutan

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

I mercati su cui puntare sono ancora una volta Stati Uniti e India, ma anche Panama, Tanzania e Congo. Per chi vuole guardare a Paesi più vicini i mercati da seguire con interesse sono quello inglese e belga. Ottime possibilità sembrano schiudersi in molti Paesi africani.

**SANITARI** In crescita anche l'export di sanitari, quasi il 7 per cento in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Crescita poderosa verso il Regno Unito, oltre l'ottanta per cento, un aumento che consolida il mercato inglese come quello più rilevante per l'export italiano di sanitari. Bene la Germania, in calo Francia e, soprattutto, Svezia e Russia.

SANITARI. Primi 10 Mercati di riferimento per l'export italiano. Primo semestre 2015

SANITARI				
	Valore e quota	Var. 2015/14	Prezzo (euro per kg.)	Trade Catalyst Index
Mondo	102.847	6,6%	5,13	0,00
Regno Unito	20,8%	82,1%	6,71	1,70
Germania	7,0%	16,7%	5,38	1,30
Francia	6,5%	-17,4%	4,08	-1,10
Svizzera	6,2%	-4,7%	9,79	-1,10
Russia	3,9%	-31,7%	12,29	-1,50
Spagna	3,7%	-14,5%	3,34	-1,20
Austria	3,1%	5,3%	5,71	-0,15
Svezia	2,8%	-24,2%	2,89	-1,20
Australia	2,7%	6,7%	6,02	0,60
Polonia	2,7%	-9,2%	4,22	-1,20

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

SANITARI. I Mercati che offrono maggiori opportunità commerciali.

SANITARI	
★★★★★	Regno Unito, Germania, Qatar, India, Panama
★★★★☆	Stati Uniti, Egitto, Senegal, Mali, Vietnam, Ghana, Pakistan, Niger
★★★☆☆	Kenya, Togo, Costa d'Avorio, Mauritania, Mozambico

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst e ISTAT

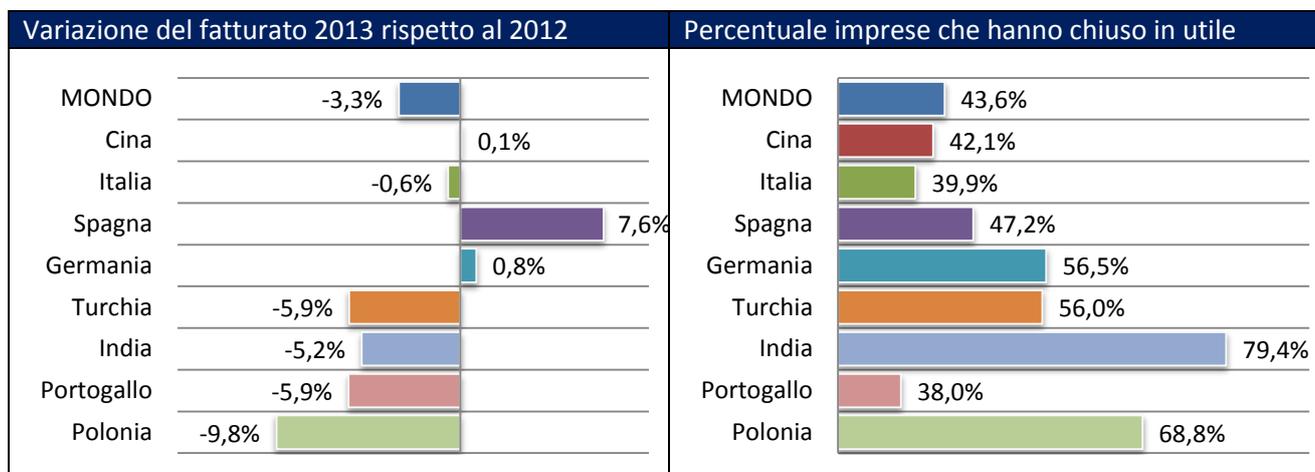
Regno Unito e Germania rappresentano anche i mercati su cui puntare con maggior decisione, insieme a Qatar, India e Panama. Bene anche gli Stati Uniti e il Vietnam. Come per le piastrelle occorre monitorare con attenzione il continente africano, le possibilità commerciali non mancano.

## 2. LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE

Non solo export. All'interno della piattaforma Trade Catalyst sono raccolte informazioni puntuali relative a oltre 150 milioni di società nel mondo, un patrimonio informativo che consente di indagare su molteplici aspetti correlati alla competitività delle imprese. In questa analisi sono state considerate tutte le imprese del mondo che producono piastrelle di ceramica o sanitari per le quali si disponeva del bilancio d'esercizio 2013 (il dataset relativo al 2014 risulta ancora largamente incompleto per molte imprese). Successivamente i dati sono stati aggregati per Paese, focalizzando l'attenzione su quelli più rilevanti per produzione e per export.

### 2.1 RISULTATI ECONOMICI

Nel 2013 il fatturato delle imprese mondiali produttrici di ceramica è diminuito del 3,3 per cento, una flessione che in Italia è risultata più contenuta, -0,6 per cento. Sicuramente il 2013 è stato un anno non facile, nel nostro Paese solo il 40 per cento delle società ha chiuso l'esercizio in utile, una percentuale che non si discosta significativamente dalla media mondiale, mentre risulta inferiore alla media dei principali competitors. Solo il Portogallo presenta dati peggiori a quelli italiani.

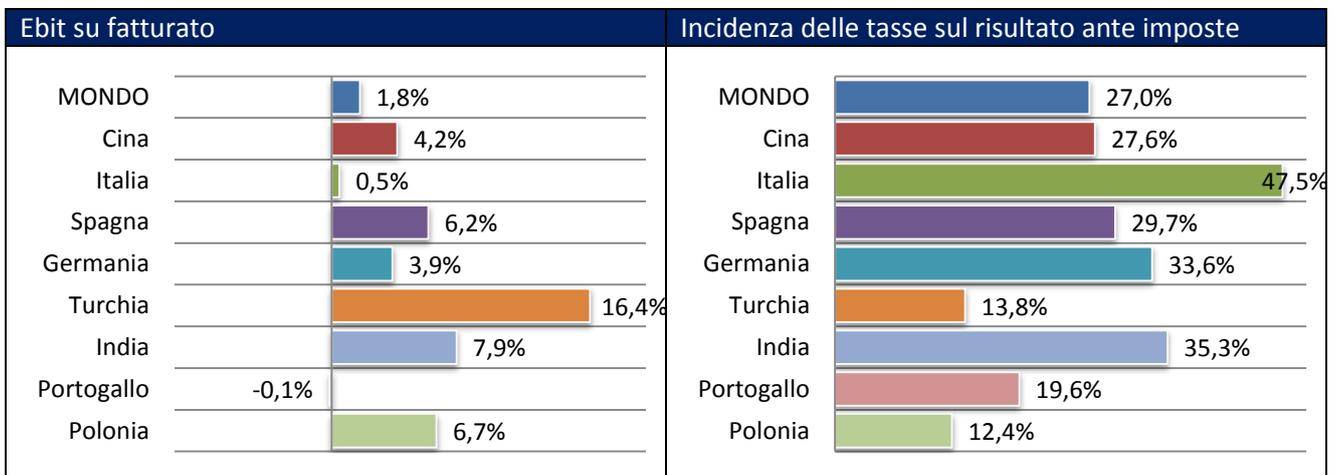


Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

Il confronto per le società italiane risulta maggiormente penalizzante se si guarda ad altri margini economici e altri indicatori.

Il risultato aziendale prima delle imposte e degli oneri finanziari sul fatturato – espressione del margine di guadagno operativo che le imprese realizzano su ogni unità di fatturato – risulta ampiamente inferiore a quello di tutti gli altri Paesi, con l'eccezione del Portogallo. A ciò si aggiunge il carico fiscale che, come è noto, per l'Italia costituisce un onere particolarmente gravoso: per le imprese che hanno chiuso in utile la

tassazione sul risultato ante imposte ha inciso per oltre il 47 per cento, contro una media mondiale del 27 per cento.



Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

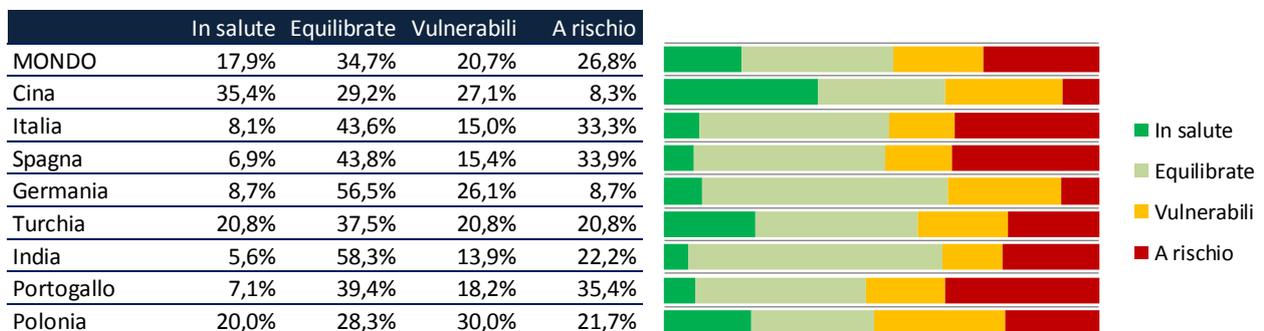
In base agli indici che misurano i risultati economici (quelli riportati più altri ancora) è possibile calcolare un indicatore sintetico e classificare i Paesi in 5 gruppi in base al valore ottenuto. Al primo posto la Spagna, all'ultimo il Portogallo, l'Italia nella parte bassa della classifica insieme alla Polonia. È bene ricordare che si tratta di una graduatoria stilata sui dati di un singolo anno, il 2013.

**RISULTATI ECONOMICI. Rating dei Paesi principali produttori/esportatori di prodotti ceramici**



**2.2 LO STATO DI SALUTE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DELLE IMPRESE**

Le agenzie di rating utilizzano sia dati quantitativi sia dati qualitativi sulla vita aziendale per la costruzione di un indicatore composito dello stato di salute dell'impresa e il relativo grado di solvibilità finanziaria.



Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

In questa analisi è stato utilizzato il Multi Objective Rating Evaluation Model (MORE) della società ModeFinance per valutare il livello di rischiosità delle imprese dal punto di vista della solvibilità finanziaria. Il modello consente di attribuire all'impresa un rating che indica, quindi, la sua capacità di far fronte agli impegni finanziari.

Per quanto riguarda l'Italia solo 8 per cento delle imprese può essere definito in salute, mentre ben il 33 per cento presenta valori a rischio, percentuali peggiori rispetto alla media mondiale. Ancora una volta il calcolo su un anno particolarmente difficile, il 2013, sembra penalizzare l'Italia rispetto ai principali competitors.

Se questo indicatore viene incrociato ad altri indici che misurano la solvibilità e il rischio di default si perviene ad un indicatore sintetico di salute dell'impresa.

**STATO DI SALUTE PATRIMONIALE/FINANZIARIA. Rating dei Paesi principali produttori/esportatori di prodotti ceramici**

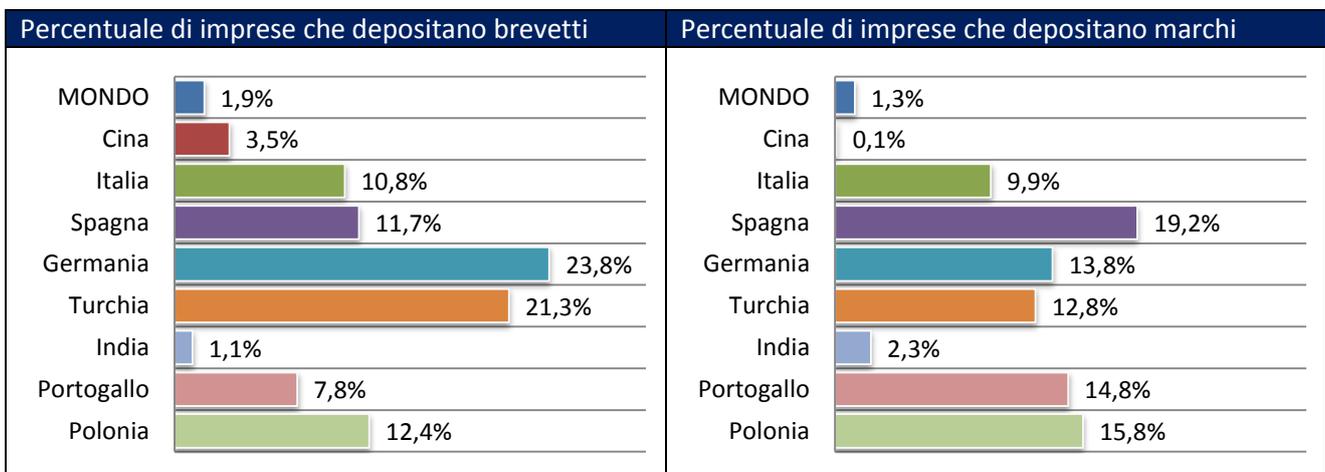
Cina	Italia	Spagna	Germania	Turchia	India	Portog.	Polonia
★★★★★★	★★	★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★	★★★★

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

**2.3 INNOVAZIONE**

Il numero di brevetti e di marchi depositati rappresentano, in via approssimativa, una stima della capacità innovativa delle imprese. A livello mondiale meno del 2 per cento delle aziende esaminate ha depositato almeno un brevetto, percentuale che sale al 10,8 per cento per le società italiane. Un valore apprezzabile, seppur lontano dai numeri di Germania e Turchia, dove oltre un quinto delle imprese svolge attività brevettuale.

Con riferimento ai marchi, le aziende italiane che hanno registrato marchi è pari a quasi il 10 per cento; a guidare la graduatoria sono le società spagnole, percentuali elevate anche in Polonia e Portogallo.



Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

Incrociando le percentuali di imprese “innovative” con il numero di brevetti depositati e marchi registrati si ottiene un indice espressione del grado di innovazione di ciascun Paese: Germania in testa, Italia a metà della classifica.

**INNOVAZIONE. Rating dei Paesi principali produttori/esportatori di prodotti ceramici**

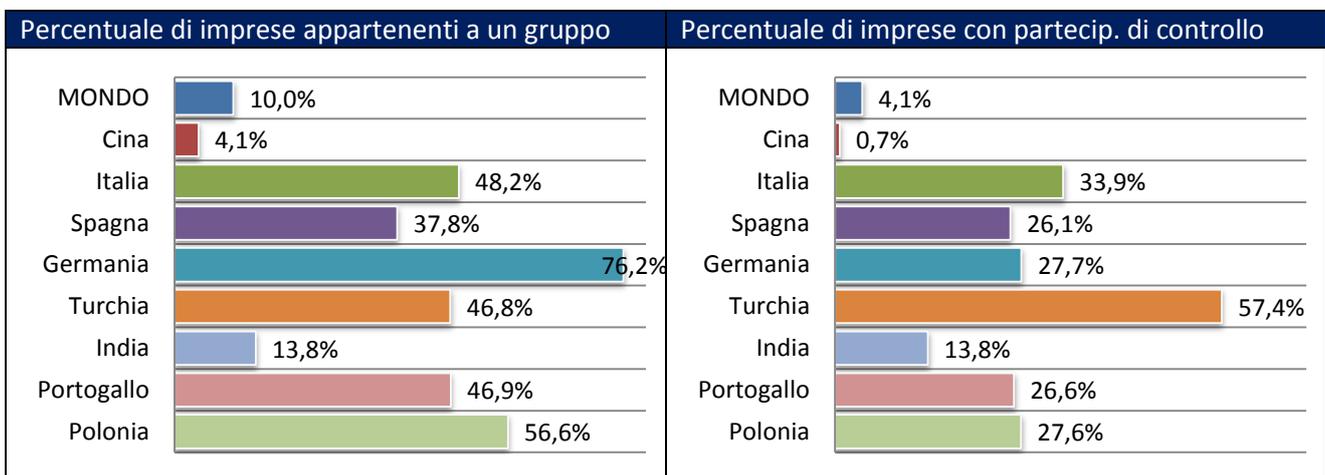
Cina	Italia	Spagna	Germania	Turchia	India	Portog.	Polonia
★	★★★★★	★★★★★	★★★★★★★	★★★★★★★	★	★★★	★★★★★

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

**2.4 SISTEMA RELAZIONALE. LA DIMENSIONE STRATEGICA.**

Nell’analisi dei fattori che determinano la competitività delle imprese un elemento centrale è costituito dalla dimensione strategica, cioè dalla capacità delle aziende di essere collegate alle altre. I dati amministrativi consentono di portare alla luce le relazioni formalizzate, quelle misurabili attraverso le partecipazioni in altre società. Complessivamente il 10 per cento delle imprese mondiali appartiene a un gruppo, in altre parole controlla altre aziende o è a sua volta controllata. In Italia quasi una società ogni due è in gruppo, un terzo detiene partecipazioni di maggioranza in altre società.

Germania e Turchia sono i Paesi con un sistema relazionale maggiormente sviluppato, India e soprattutto Cina quelle con i valori più modesti. L’Italia con la Polonia rientra nel gruppo dei Paesi con un sistema relazionale classificato come medio alto.



Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

**SISTEMA RELAZIONALE. Rating dei Paesi principali produttori/esportatori di prodotti ceramici**

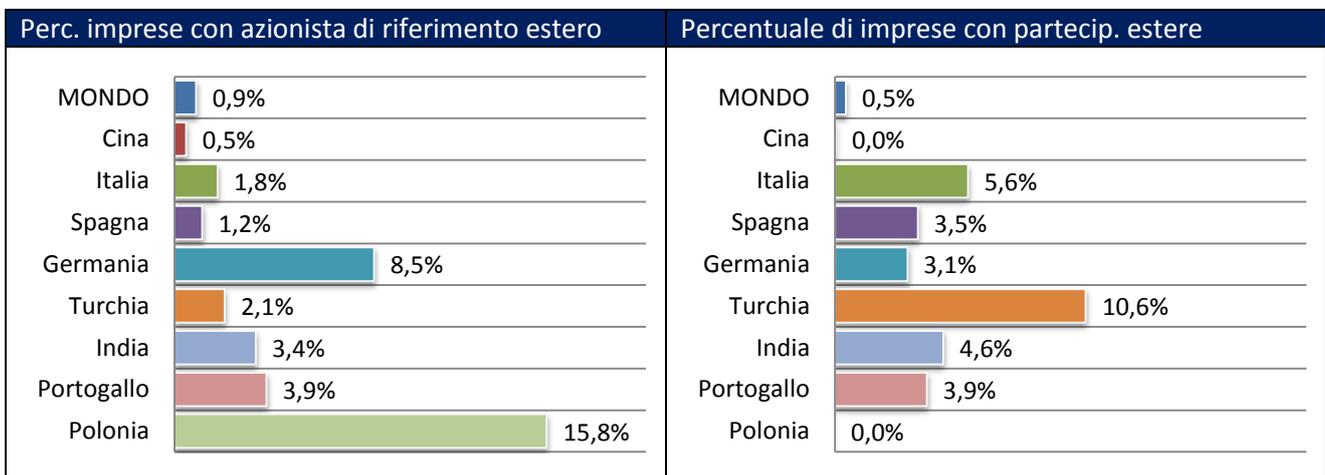
Cina	Italia	Spagna	Germania	Turchia	India	Portog.	Polonia
★	★★★★★	★★★★★	★★★★★★★	★★★★★★★	★★	★★★	★★★★★

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

## 2.5 INTERNAZIONALIZZAZIONE. ATTRATTIVITÀ E INVESTIMENTI ALL'ESTERO

L'analisi dell'azionariato delle imprese consente anche di individuare le aziende con partecipazioni di controllo all'estero e, viceversa, quelle che hanno come azionista di riferimento una società straniera. La presenza di imprese a controllo straniero può essere visto come una stima del grado di attrattività di un Paese, la percentuale di imprese con partecipazioni fuori dai confini nazionali è una misura della capacità di investire all'estero.

L'Italia evidenzia una presenza modesta di imprese a proprietà straniera e una propensione medio alta agli investimenti all'estero. Il 16 per cento delle aziende polacche ha un azionista di riferimento straniero, la Turchia è il Paese con la quota maggiore di società che investono all'estero attraverso partecipazioni di controllo.



Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst

### INTERNAZIONALIZZAZIONE. Rating dei Paesi principali produttori/esportatori di prodotti ceramici

Cina	Italia	Spagna	Germania	Turchia	India	Portog.	Polonia
★	★★★★	★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★

Fonte: elaborazione Bureau Van Dijk - Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Trade Catalyst