

## LE QUOTE DI MERCATO PER PAESI E SETTORI

*Nei primi cinque mesi del 2016 la quota di mercato dell'Italia sulle esportazioni mondiali di merci si è portata al 3 per cento, in rialzo rispetto allo stesso periodo del 2015. Nello stesso periodo si è registrato anche un aumento della quota dell'Unione Europea sulle esportazioni mondiali, passata dal 32,7 per cento dei primi cinque mesi del 2015 al 34,8 per cento nel 2016.*

I dati dei primi cinque mesi del 2016 sulle esportazioni mondiali di merci mostrano l'andamento positivo dell'Unione Europea e dei suoi principali paesi, alcuni dei quali hanno aumentato o mantenuto pressoché stabili le proprie quote (Italia, Francia e Spagna in leggero aumento, Regno Unito in lieve diminuzione, mentre la Germania ha registrato un incremento di 0,7 punti percentuali) rispetto allo stesso periodo del 2015.

Nel resto del mondo, le diverse aree geografiche hanno registrato andamenti disomogenei. È proseguita la con-

trazione dei paesi europei non UE, in parte spiegata dalla flessione della quota russa (in calo di 4 decimi di punto). Anche il Medio Oriente continua a perdere terreno, con la quota scesa di 7 decimi di punto, attestata al 5 per cento nei primi cinque mesi del 2016.

L'Asia orientale si conferma seconda area esportatrice mondiale con una quota del 29,8 per cento nei primi cinque mesi del 2016, benché in calo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-0,2 punti percentuali), soprattutto a causa del rallentamento della Cina (*tavola 8*). Infine, si segnala il calo delle quote dell'America settentrionale (11,6 per cento), dovuto agli Stati Uniti (9,1 per cento), e la tenuta dell'America centro meridionale (5,5 per cento). Con riferimento alla quota delle esportazioni italiane, si evidenzia la positiva performance dell'incidenza italiana nell'Unione Europea. Nel dettaglio nei principali mercati dell'UE, nei primi cinque mesi dell'anno la quota dell'Italia ha guadagnato 0,5 punti percentuali in Spagna e 0,6 in Francia e 0,2 in Germania, mentre si osserva una tenuta nel Regno Unito.

Nei Paesi europei non UE, la quota italiana è stabile, nonostante il lieve calo in Russia.

Con riferimento alle altre aree geografiche, l'Italia ha visto un ridimensionamento di 0,6 decimi della quota sulle esportazioni mondiali in Africa settentrionale, attestata al 7,4 per cento, mentre negli altri paesi africani la riduzione della quota è stata di un solo decimo di punto. In Medio Oriente la percentuale si mantiene stabile (3,0 per cento). Si osserva un lieve aumento della quota italiana in America settentrionale (1,9 per cento) e una conferma della quota in America centro meridionale (1,5 per cento).

L'incidenza relativa delle vendite italiane è aumentata in Asia centrale e orientale, pari rispettivamente all'1,2 per cento e all'1 per cento. Si segnala in particolare una crescita della quota in Giappone di 0,2 punti percentuali (*tavola 22*).

Considerando i mercati più rilevanti per il settore manifatturiero, la quota italiana sulle importazioni della Germania, risulta in lieve aumento nei primi otto mesi del 2016 rispetto allo stesso periodo del 2015, dal 5,7 per cento al 5,8 per cento. In Francia la quota italiana è stabile all'8,4 per cento nei primi nove mesi dell'anno così come in Spagna dove si è attestata al 7,7 per cento. Nel Regno Unito si è invece registrata - nei primi nove mesi del 2016 - una contrazione della quota che si attesta al 3,7 per cento (-0,4 per cento).

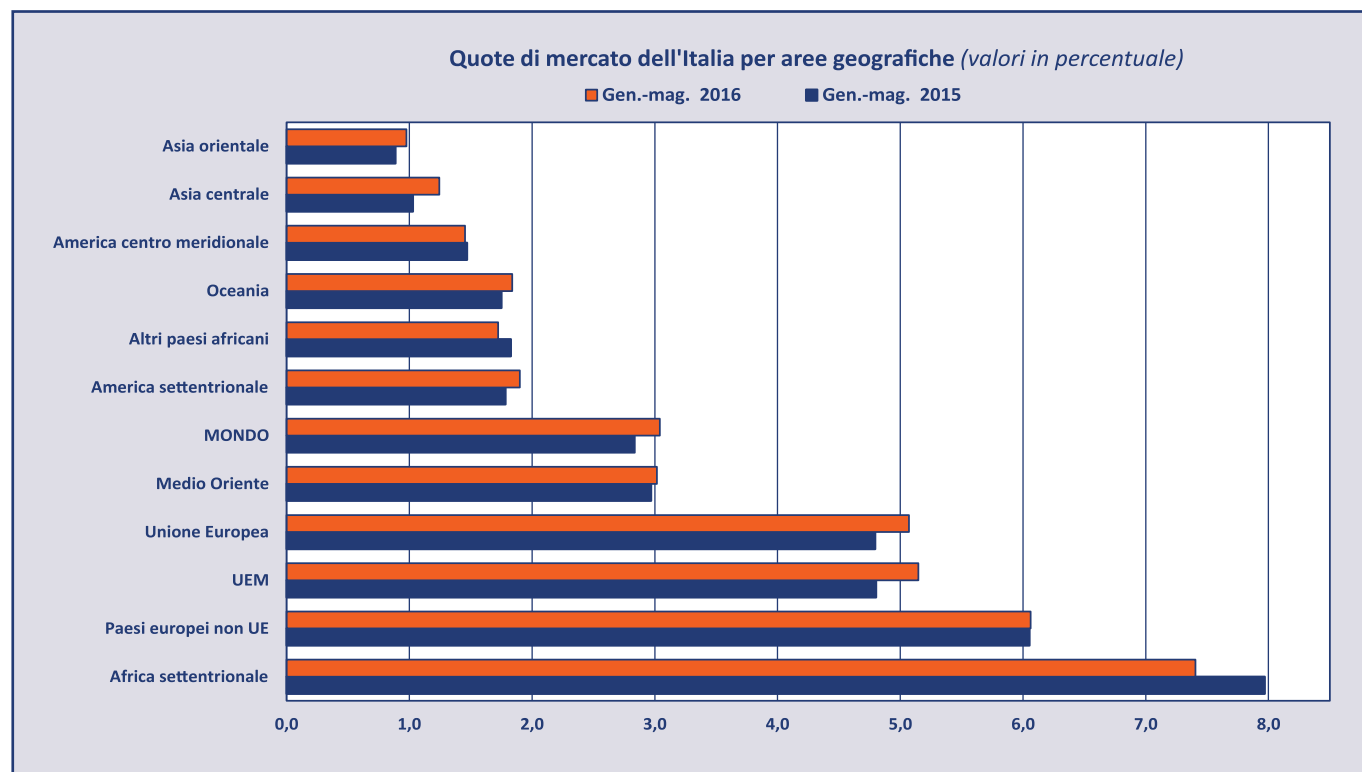
Gli andamenti della quota di mercato italiana registrati nei vari paesi europei sono frutto di andamenti differenziati a livello settoriale. Nel mercato tedesco, in un contesto di aumenti di quota diffusi, spiccano quelli registrati dai prodotti farmaceutici (+0,9 punti percentuali), dai prodotti della metallurgia (+0,9 punti percentuali) e da quelli alimentari (+0,4 punti percentuali).

Nel mercato francese sono state particolarmente significative le variazioni in aumento del sistema moda, con brillanti performance per i prodotti tessili (+0,6 punti percentuali) e gli articoli in pelle (+0,4). Inoltre si rilevano incrementi per i prodotti sia della metallurgia (+1,0 punti percentuali) che farmaceutici (+0,5).

Nel mercato inglese, invece, si segnala un arretramento della quota nel settore degli autoveicoli, rimorchi e semirimorchi, dal 3,5 per cento dei primi nove mesi del 2015 al 3,1 per cento dello stesso periodo del 2016. Al contempo, si è registrato un aumento di quota di 0,8 punti percentuali per le bevande.

Sul mercato spagnolo, andamenti differenziati delle quote nei diversi settori hanno portato ad una sostanziale conferma della quota complessiva dell'Italia. Si sono ridotte le quote delle apparecchiature elettriche (-1,6 punti percentuali), degli articoli in pelle (-1,4), dei prodotti tessili (-1,1 punti percentuali) e dei prodotti in metallo (-0,6 punti percentuali). Fra gli aumenti si segnalano le bevande (+1,2), i prodotti chimici (+0,9) e i macchinari (+0,7).

Per quanto riguarda i principali mercati extra UE, sempre con riferimento al solo aggregato manifatturiero, la quota italiana negli Stati Uniti, pari al 2,2 per cento, è in leggero aumento nei primi nove mesi del 2016 rispetto all'anno precedente. Dall'analisi settoriale emerge, un aumento nei prodotti farmaceutici (+1,1 punti percentuali), negli altri mezzi di trasporto (+0,4) e negli articoli in pelle (+0,5), in parte controbilanciati da contrazioni nei settori metallurgico, autoveicoli e prodotti della stampa.



L'andamento della quota italiana nel mercato nipponico nei primi nove mesi del 2016 risulta in aumento rispetto allo stesso periodo del 2015, collocandosi all'1,9 per cento, in linea con l'andamento delle quote dei principali partner commerciali europei, in primo luogo Germania e Francia. Fra i settori che hanno trainato l'aumento della quota italiana vi sono gli articoli in pelle (+1,1 punto percentuale), i prodotti chimici (+0,3 punti percentuali) e gli autoveicoli, rimorchi e semirimorchi (+0,3 punti percentuali). In forte crescita il tabacco (10,2 punti percentuali). Infine, nel mercato cinese la quota italiana nei primi dieci mesi del 2016 è pari all'1,4 per cento, in lieve aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Fra i settori manifatturieri in crescita si segnalano i mobili (+2,5 punti percentuali), le bevande (+0,7 punti percentuali) e i prodotti tessili (+0,4 punti percentuali). I principali settori in contrazione sono stati l'abbigliamento (-1,4 punti percentuali), gli articoli in pelle (-0,2 punti percentuali) e i prodotti alimentari (-0,2 punti percentuali) *(tavole da 23 a 29)*.