



Identificativo: SS20071115001LAA  
 Data: 15-11-2007  
 Testata: IL SOLE 24 ORE  
 Riferimenti: PRIMA PAGINA

## SGRAVI E PRODUTTIVITÀ

L'azienda che esporta merita più risorse

Guido [Tabellini](#)

di Guido [Tabellini](#)

Da cosa dipende la produttività? Che fare per accelerarne la crescita? Da anni, ormai, sono queste le domande centrali nel dibattito economico in Italia. In genere si dà per scontato che la risposta vada cercata in una migliore gestione delle risorse all'interno dell'azienda. I provvedimenti del protocollo sul welfare, dalla decontribuzione degli straordinari agli sgravi sui premi di risultato, riflettono questa impostazione.

Ma la verità è un'altra. I contributi più rilevanti alla crescita della produttività vengono dalla riallocazione delle risorse tra imprese, non da miglioramenti all'interno dell'azienda. Spesso sottostimiamo le differenze tra imprese. Vi sono aziende gestite in modo eccellente, con personale motivato, talento e capacità di innovare; e vi sono imprese poco efficienti e statiche. Spostare risorse verso chi riesce a gestirle meglio è ciò che fa la differenza a livello aggregato.

L'internazionalizzazione è un aspetto centrale di questa riallocazione. Tipicamente in un settore operano poche imprese molto efficienti, e un gran numero di aziende meno produttive. Quelle più efficienti esportano e investono all'estero, le altre si rivolgono al mercato domestico. L'evidenza empirica rivela una vera e propria gerarchia. In alto vi sono le imprese multinazionali, che investono e vendono all'estero. Queste fanno più ricerca e sviluppo, sono più produttive, pagano salari più alti, investono di più (come ha sottolineato ieri sul Sole-24 Ore anche l'editoriale di Fabrizio Onida). Poi vi sono le imprese che esportano ma che non hanno capitale fuori dai confini nazionali, con un livello intermedio di produttività. E infine vi sono le imprese meno produttive, che operano solo o prevalentemente sul mercato interno.

L'integrazione internazionale sposta risorse verso le imprese più efficienti, e quindi migliora la produttività aggregata, per due ragioni. Primo, perché consente alle imprese più efficienti di espandersi. La riallocazione coinvolge soprattutto i livelli intermedi, più che le imprese già grandi e affermate. Se cadono i costi di operare all'estero, chi prima era escluso dai mercati internazionali scopre nuove possibilità di crescita.

Continua a pagina 6

A pagina 25

Il summit del Made in Italy

Secondo, perché l'ingresso di concorrenti stranieri sul mercato domestico costringe le imprese meno efficienti a ridimensionarsi o a chiudere (per un'analisi sulla situazione in Europa si veda un recente studio di Thierry Mayer e Gianmarco Ottaviano per il think tank europeo Bruegel).

In questa prospettiva, la debolezza del dollaro è sia una minaccia che un'opportunità per l'economia italiana. È una minaccia perché l'euro si sta apprezzando anche nei confronti di Paesi asiatici, che producono nei settori tradizionali in cui è specializzata l'Italia. Le nostre imprese esportatrici più esposte alla concorrenza cinese rischiano di perdere rilevanti quote di mercato - un passo indietro nella riallocazione verso i produttori più efficienti. Poiché il dollaro è destinato a restare debole ancora a lungo, è importante che le valute asiatiche diventino presto più libere di fluttuare.

Ma la debolezza del dollaro offre anche nuove opportunità. Come si è visto con le recenti acquisizioni da parte di imprese italiane come Brembo e Luxottica, sta diventando più conveniente investire in America (e in Asia) - due aree geografiche da cui il nostro Paese è generalmente assente. L'Italia investe poco all'estero, molto meno degli altri grandi Paesi europei. E quando lo fa, tipicamente, investe in Europa. Degli addetti delle imprese estere con capitale italiano, meno dell'8% è in Nord America, e circa il 10% è in Asia. Eppure è in America, e soprattutto in Asia, che si concentrano le principali prospettive di sviluppo. Acquisire una presenza in quei mercati può aprire nuovi orizzonti di crescita per le nostre imprese più dinamiche.

L'osservazione che la produttività aggregata cresce quando le risorse confluiscono verso le aziende più efficienti non vale solo per l'industria. È altrettanto vero anche nei servizi. Ma qui spesso manca il lubrificante dell'internazionalizzazione. È per questo che liberalizzazioni e concorrenza sono lo strumento chiave per far crescere la produttività nei servizi.

Guido [Tabellini](#)

[Torna alla lista titoli](#)

Quando l'Indonesia sarà più ricca dell'Italia  
di Guido Tabellini Siamo abituati a compiacerci  
dell'arricchimento di Paesi che fino a poco tempo fa  
erano sottosviluppati. La d...



**Stampa**