



## GLOSSARIO

### **<sup>1</sup>MERCATO INTERNO**

Per mercato interno si intende un'area geografica delimitata in cui vigono regole commerciali identiche: ne sono un esempio il mercato nazionale o anche il mercato europeo.

### **<sup>2</sup>LIBERO SCAMBIO**

Si parla di libero scambio in presenza di attività commerciali internazionali non ostacolate da barriere quali i dazi o i contingenti di importazione.

### **<sup>3</sup>VANTAGGI COMPARATI**

I vantaggi comparativi sorgono dalla differenza dei costi d'opportunità nella produzione di beni. Costi d'opportunità sono costi che risultano ad esempio dall'astensione dell'impiego di capitale o tempo per usare queste risorse in maniera alternativa. Questo si riconduce ai vari livelli di produttività di lavoro nei paesi partecipi, che derivano da diverse circostanze climatiche e storiche.

Fonte Gablers Wirtschaftslexikon, ASTAT

---

## CONCLUSIONI

**Il commercio estero riveste da sempre grande importanza per l'Alto Adige in virtù della posizione geografica vantaggiosa e della popolazione bilingue e plurilingue.**

Il commercio transfrontaliero si svolge soprattutto con gli altri paesi comunitari, dove la parte del leone la fanno la Germania e l'Austria. L'Alto Adige esporta però sempre più anche verso altri paesi dell'Unione europea e verso paesi non europei, beneficiando così dei vantaggi della diversificazione. Le principali sfide che l'Alto Adige dovrà affrontare nel campo del commercio estero sono l'aumento duraturo delle esportazioni e l'ampliamento del mercato di riferimento.

# IMPORT EXPORT





# IMPORT EXPORT

## IL COMMERCIO ESTERO DELL'ALTO ADIGE VISTO DA VICINO

Quale importanza riveste  
il commercio estero  
per l'Alto Adige?

Dove esporta e da dove  
importa l'Alto Adige?

Quali sono per l'Alto Adige le  
opportunità e le proble-  
matiche connesse al-  
l'internazionalizzazione?

**IN  
FOCUS**

Il

## COMMERCIO ESTERO

riguarda le importazioni e le esportazioni di un paese. Tutti i beni e i servizi\* che vengono scambiati tra paesi diversi rappresentano, a seconda del punto di vista, **ESPORTAZIONI O IMPORTAZIONI.**

Fonte Gablers Wirtschaftslexikon

04

È grazie al commercio estero se in Alto Adige si possono mangiare tutto l'anno fragole, arance e ananas. In cambio, l'Alto Adige fornisce all'estero le mele che altrove non trovano le condizioni per crescere altrettanto bene.

**Esportare** significa, quindi, fornire prodotti locali oltre i confini di uno stato.

**Attenzione, però: non rientra nel concetto di export il commercio tra diverse regioni di uno stesso paese. Gli scambi tra l'Alto Adige e le altre regioni d'Italia non rappresentano esportazioni o importazioni.**

\* Nelle seguenti statistiche del commercio estero non si tiene conto dei servizi.

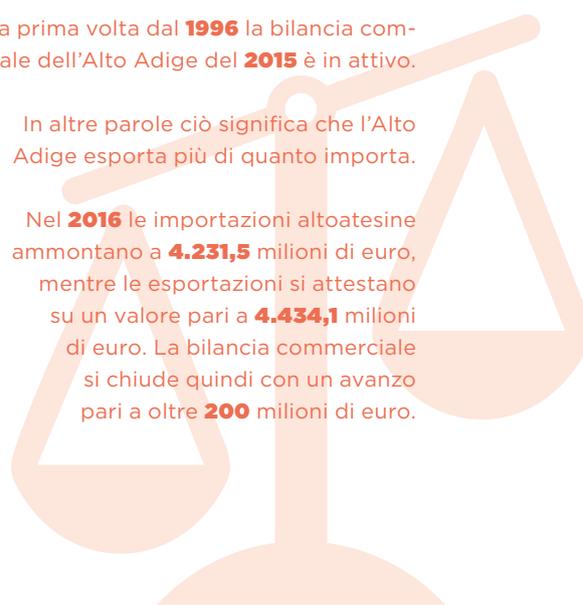


### L'AVANZO DELLA BILANCIA COMMERCIALE

Per la prima volta dal **1996** la bilancia commerciale dell'Alto Adige del **2015** è in attivo.

In altre parole ciò significa che l'Alto Adige esporta più di quanto importa.

Nel **2016** le importazioni altoatesine ammontano a **4.231,5** milioni di euro, mentre le esportazioni si attestano su un valore pari a **4.434,1** milioni di euro. La bilancia commerciale si chiude quindi con un avanzo pari a oltre **200** milioni di euro.



## Il commercio estero **ALTOATESINO**

QUALI SONO I PRINCIPALI BENI DI IMPORTAZIONE E DI ESPORTAZIONE DELL'ALTO ADIGE?

DOVE ESPORTA E DA DOVE IMPORTA L'ALTO ADIGE?

QUALE IMPORTANZA RIVESTE IL COMMERCIO ESTERO PER L'ALTO ADIGE?

QUALI SONO PER L'ALTO ADIGE LE OPPORTUNITÀ E LE PROBLEMATICHE CONNESSE?

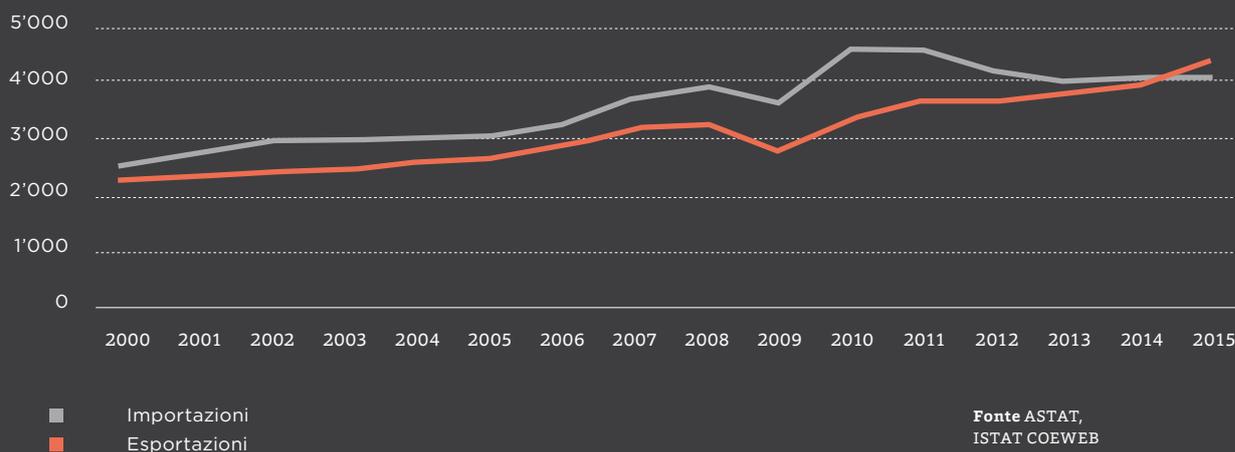
05

**Il commercio estero riveste un ruolo di primaria importanza per l'economia altoatesina. Nel 2016 sono state importate merci per 4.231 milioni di euro circa, mentre le esportazioni si aggirano sui 4.434 milioni di euro. Dall'inizio degli anni novanta sono costantemente aumentate sia le importazioni, sia le esportazioni. Nel 2009 in Alto Adige il commercio con l'estero ha subito un tracollo. Il calo degli scambi era dovuto alla crisi finan-**

**ziaria ed economica che nello stesso anno aveva posto un freno, in tutto il mondo, all'attività economica. Nei mesi seguenti i mercati si sono leggermente ripresi. I principali partner commerciali dell'Alto Adige sono la Germania (a cui si deve il 44% delle importazioni e il 34% delle esportazioni) e l'Austria (con il 24% delle importazioni e l'11% delle esportazioni). Sono in aumento, peraltro, anche gli scambi tra l'Alto Adige e altri paesi europei ed extraeuropei.**

### **ANDAMENTO**

del mercato estero altoatesino (in mil. di euro)

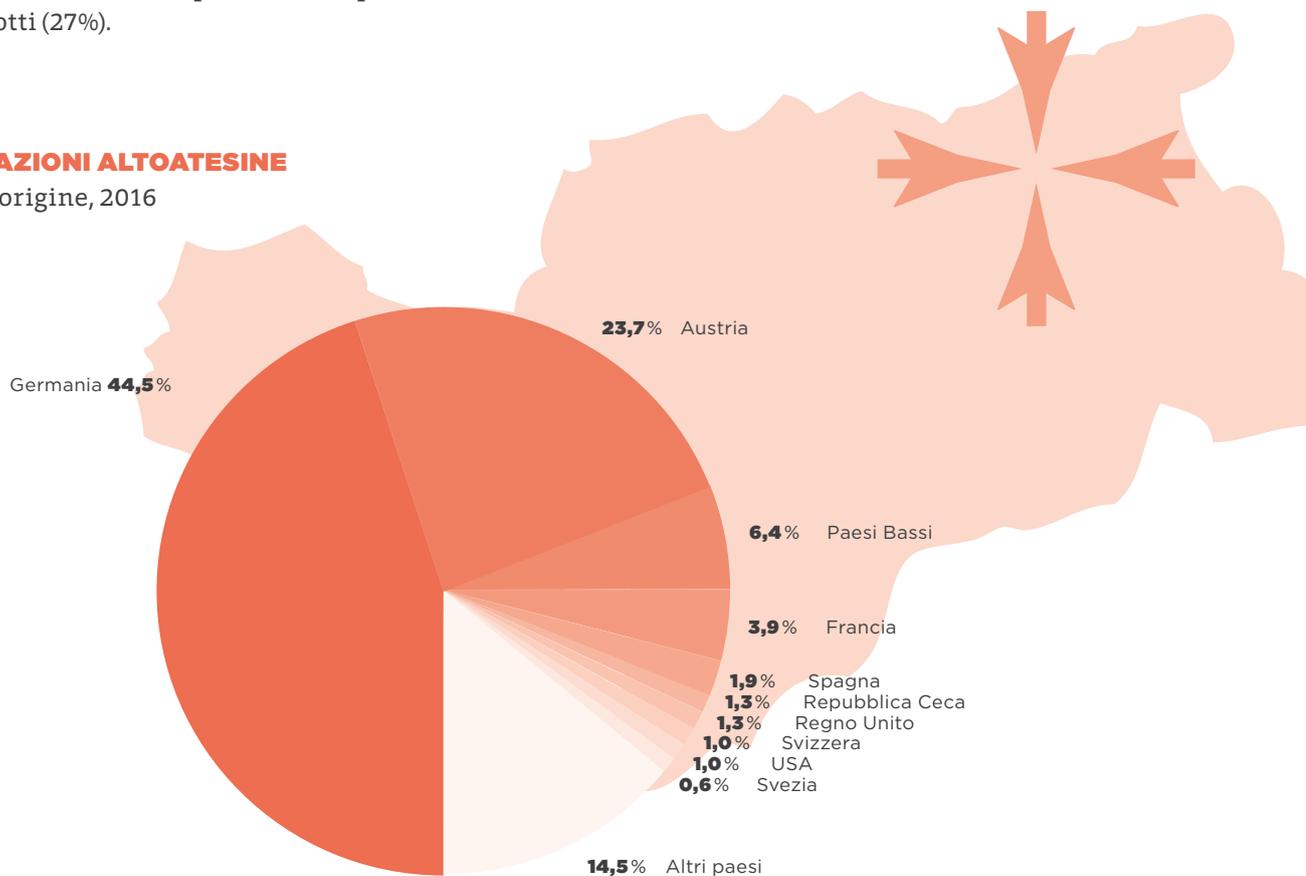


# Le IMPORTAZIONI

06

I beni maggiormente importati sono gli alimentari, le bevande e i tabacchi. Il fatturato attribuibile a queste categorie supera gli 850 milioni di euro e corrisponde, quindi, al 20% delle importazioni. Seguono i metalli e i prodotti in metallo, a cui si deve l'12% delle importazioni per un importo di quasi 500 milioni di euro. Al terzo posto tra i beni di importazione si classificano i macchinari e gli impianti: i relativi scambi ammontano a 443 milioni di euro e incidono per il 10% sul totale delle importazioni. Il quarto e il quinto posto sono occupati rispettivamente dalla categoria dei mezzi di trasporto (11%) e quella di altri prodotti (27%).

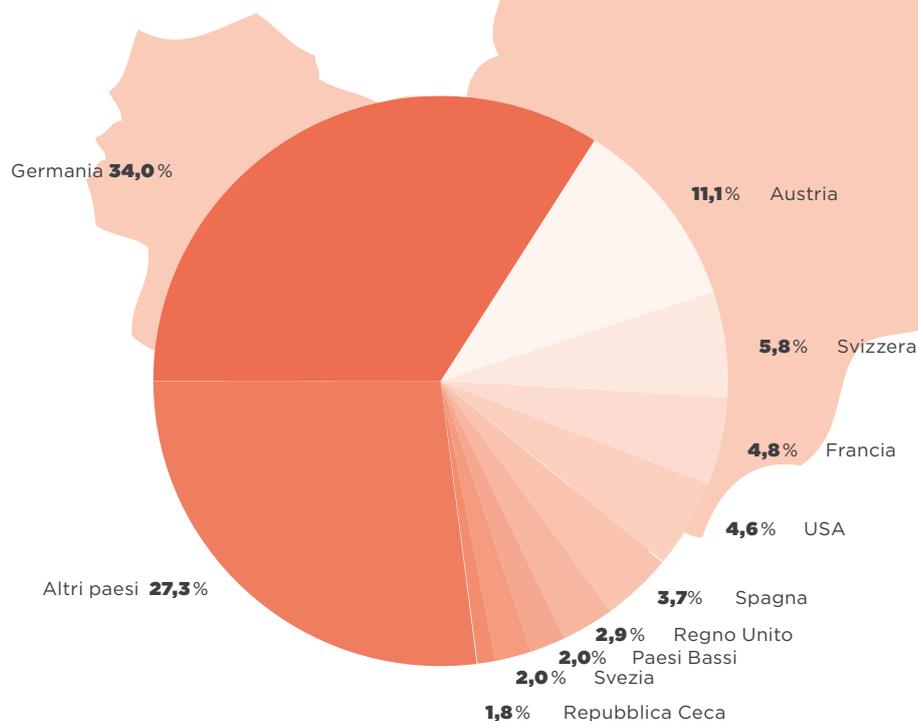
## LE IMPORTAZIONI ALTOATESINE per paesi di origine, 2016



## Le ESPORTAZIONI

La classifica dei beni di esportazione è guidata dagli alimentari e dalle bevande, tra cui i biscotti e i succhi di frutta: il giro d'affari ottenuto con questi prodotti si aggira sugli 835 milioni di euro e corrisponde al 19% del totale delle esportazioni altoatesine. Al secondo posto si trovano, con un fatturato di circa 733 milioni di euro, i macchinari e gli impianti (es. impianti di risalita), seguiti a ruota dai prodotti agricoli e forestali, che hanno fatto realizzare ricavi per oltre 600 milioni di euro. Occupano il quarto e il quinto posto, incidendo rispettivamente per il 13% e per il 11% sul commercio estero, i metalli e i prodotti in metallo nonché i mezzi di trasporto e i relativi componenti.

### LE ESPORTAZIONI ALTOATESINE per paesi di destinazione, 2016



## Perché il commercio estero procura vantaggi **A TUTTI I PAESI COINVOLTI?**

La regola di fondo è la seguente: l'efficienza maggiore la si ottiene se ogni paese fornisce esattamente ciò che sa produrre meglio, ossia se ogni paese si limita a realizzare quei beni che è in grado di fabbricare più rapidamente e in modo più economico di quanto lo possa fare un altro paese.

**08** Esempio: La produzione di vino e cioccolato in Francia e in Svizzera

### **ORE LAVORATIVE NECESSARIE** per produrre...

	Vino (1'000l)	Cioccolato (1 t)
Francia	10	20
Svizzera	20	10

In questo caso è meglio che la Francia produca solo vino, visto che per ottenerne 1.000 litri sono necessarie 10 ore di lavoro in meno rispetto alla Svizzera. La situazione opposta si presenta, invece, nella produzione di cioccolato. Se ciascun paese si concentra sui propri punti di forza, dunque, è possibile massimizzare l'efficienza del lavoro. In una settimana di 40 ore lavorative, infatti, la Francia e la Svizzera possono produrre complessivamente 4'000 litri di vino e 4 tonnellate di cioccolato. Cosa accade se uno dei due Paesi ha dei vantaggi di costo nella produzione di tutti i beni rispetto all'altro? Può essere ancora vantaggioso per i due Paesi specializzarsi nella produzione di un singolo prodotto? Secondo Ricardo e la sua teoria dei **vantaggi comparati**<sup>3</sup> sì.

### **ORE LAVORATIVE NECESSARIE** per produrre...

	Vino (1'000l)	Cioccolato (1 t)
Francia	20	30
Svizzera	10	10

Nel secondo esempio la Svizzera è più efficiente nella produzione di entrambi i beni. In Francia, rispetto alla Svizzera, è necessario il doppio del lavoro per produrre un litro di vino. Nella produzione della cioccolata gli svizzeri sono tre volte più veloci. La Svizzera, quindi, ha il vantaggio competitivo maggiore nella produzione della cioccolata. Per questo motivo sarà conveniente per entrambi i Paesi se gli svizzeri producono la cioccolata e i francesi il vino. In una settimana lavorativa si otterrebbero così complessivamente 4 tonnellate di cioccolato e 2'000 litri di vino. La specializzazione in base ai **vantaggi comparati**<sup>3</sup> consente anche in questo caso di produrre di più. Considerato che gli svizzeri apprezzano un buon bicchiere di vino ai pasti e i francesi non vogliono privarsi del cioccolato, è naturale che si instaurino degli scambi internazionali.

Se la Svizzera fosse una nazione che tende all'autoapprovvigionamento, vi si produrrebbero **4'000 LITRI DI VINO** e **4 TONNELLATE DI CIOCCOLATO**.

La Francia, d'altronde, andrebbe ad acquistare tali beni a buon mercato in Svizzera, facendovi aumentare la massa monetaria. Ad un certo punto i prezzi in Svizzera aumenterebbero, mentre in Francia calerebbero.

Ciò compenserebbe, a lungo andare, gli svantaggi comparativi della produzione delle merci e determinerebbe, infine, un vantaggio in termini di costi per la Francia.



---

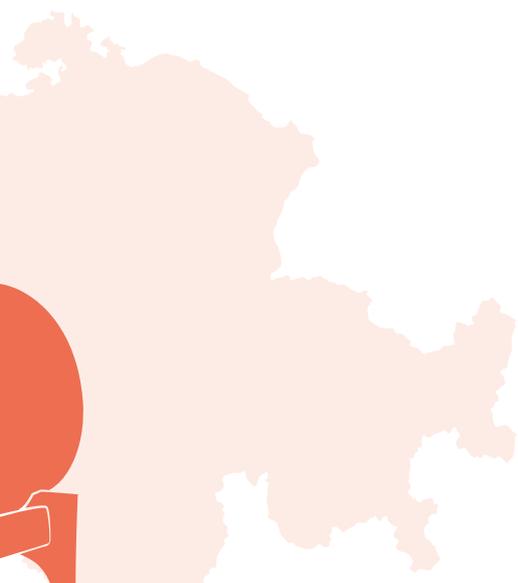
## Che cosa c'è dietro il **COMMERCIO ESTERO?**

**Il commercio estero non solo ci consente di acquistare in qualsiasi momento caffè, cioccolato e banane, ma ci permette anche di vendere all'estero le merci che produciamo. Ciò che oggi ci appare una cosa ovvia, è il frutto di innumerevoli trattative e della collaborazione tra stati e istituzioni. In effetti, se il commercio internazionale fila liscio lo si deve a una moltitudine di organizzazioni e a tutta una serie di contratti che hanno spianato la strada al libero scambio<sup>2</sup>. Di seguito ne elenchiamo tre.**

Il cosiddetto **"Accordino"** è una convenzione particolare stipulata nel 1949 tra l'Austria e l'Italia che fino all'adesione dell'Austria all'Unione europea è servita per regolare gli scambi di merci tra il Tirolo e il Vorarlberg, da una parte, e la regione Trentino-Alto Adige, dall'altra.

**L'Unione europea (UE)** ha superato l'"Accordino" garantendo le quattro libertà fondamentali (libera circolazione delle persone, delle merci, dei servizi e dei capitali). Tutti i paesi membri dell'Unione europea possono partecipare senza limitazione alcuna agli scambi commerciali del **mercato interno**<sup>1</sup> comune europeo. Non esistono dazi, né limitazioni quantitative o barriere di altra natura. Nel contesto della globalizzazione l'Unione europea si è ulteriormente sviluppata e tra i suoi obiettivi rientra oggi anche lo sviluppo armonico di un commercio mondiale equo e sostenibile. Allo stesso tempo essa offre supporto ai paesi e alle aree in via di sviluppo, aiutando loro a integrarsi nel commercio globale.

**L'Organizzazione mondiale del commercio (OMC** - in inglese World Trade Organization o, abbreviato, WTO) ha sede a Ginevra e, accanto al Fondo monetario internazionale (FMI) e alla Banca Mondiale rappresenta una delle istituzioni internazionali centrali a cui spetta di regolamentare a livello internazionale la politica commerciale ed economica. Il suo scopo consiste nell'abolizione delle barriere agli scambi, quali i dazi o i divieti alle importazioni, e nel garantire il **libero scambio**<sup>2</sup> su scala internazionale. In sostanza, le attività centrali dell'OMC sono due: il coordinamento della politica economica degli stati membri e l'arbitraggio in caso di conflittualità tra gli stessi.





Lo  
sapevi  
che...



...ALLE SOLE MELE SI  
DEVE IL **12%** DEL TOTALE  
DELLE ESPORTAZIONI  
DELL'ALTO ADIGE?



...NEL **2016** LE  
ESPORTAZIONI  
DALL'ALTO ADIGE  
VERSO L'ASIA  
HANNO SUPERATO  
LE IMPORTAZIONI  
PROVENIENTI  
DALL'ASIA?

...L'ALTO ADIGE INTRATTIENE  
ATTUALMENTE RELAZIONI  
COMMERCIALI CON  
**170 PAESI** DEL MONDO?  
TRA ESSI CI SONO SRI LANKA,  
PERU E NAMIBIA.



...DELLE MELE ALTOATESINE  
VENDUTE ALL'ESTERO,  
**UNA SU TRE**  
FINISCE IN GERMANIA?

...IL **10%** DELLE IMPRESE  
ESPORTATRICI REALIZZANO  
PIÙ DELL' **85%** DELLE  
ESPORTAZIONI ALTOATESINE?



...NEL **2016** SONO STATE  
MANDATE NELLA  
REPUBBLICA DOMINICANA  
MERCÌ PER UN CONTROVALORE  
DI OLTRE **200.000** EURO?