

LA GLOBALIZZAZIONE

È un fenomeno che ha molteplici implicazioni e cause per le imprese che vogliono internazionalizzarsi. Ci aiuta a conoscere lo scenario economico-sociale contemporaneo, la sua complessità, capire in che contesto viviamo e possiamo cercare di capire le implicazioni future.

Cos'è la globalizzazione?

È la tendenza dell'economia ad assumere una dimensione sovranazionale, ovvero al di là dei confini del singolo stato.

Come si manifesta questa tendenza? Per il fatto che le attività economiche hanno luogo tra soggetti che vivono in paesi diversi.

Questa però è più una definizione di internazionalizzazione. La globalizzazione è innanzitutto la manifestazione di 4 fenomeni:

- *interrelazione*: abbiamo sempre più rapporti/scambi tra imprese e paesi. Perciò sono fondamentali nel contesto mondiale le interrelazioni.

Queste interrelazioni così frequenti e determinanti generano dei legami, delle dipendenze e possono anche generare delle opportunità.

- *Integrazione*: vuol dire che facciamo sempre di più le cose insieme, le imprese e i paesi operano sempre di più insieme. È sempre più necessario fare insieme, sempre più imprese decidono di collaborare e di portare avanti il loro business insieme a partner che talvolta sono anche dei concorrenti.

Un esempio tipico è quello del settore automobilistico, dove la progettazione, l'ideazione e la realizzazione avviene mediante la collaborazione.

- *Interdipendenza*: tutta questa interrelazione e integrazione genera interdipendenza. Quanto più siamo legati tanto più siamo interdipendenti e quindi dipendiamo dagli altri o subiamo le conseguenze delle azioni degli altri che possono essere positive o negative.
- *Interconnessione*: significa legami, collegamenti, significa che sono aumentate le connessioni. Che tipo di connessioni e legami? È aumentata sicuramente la connessione digitale e virtuale.

Cosa significa questa crescita di connessione tra le imprese? Significa che anche le imprese possono accedere ad un livello maggiore di informazioni, più velocemente e in modo più economico.

Questo determina la riduzione del trade off tra rich e richness. Prima bisognava scegliere se avere informazioni profonde su poche cose o tante informazioni ma meno profonde su più cose. Adesso le tecnologie di connessione ci consentono di avere informazioni profonde su tanti elementi. Per un'impresa questo è importantissimo (es: prima l'impresa Toyota doveva decidere se avere pochi fornitori ma con uno stretto legame con loro così da avere prezzi vantaggiosi o averne tanti, metterli in concorrenza tra loro e scegliere il prezzo più basso).

Le tecnologie permettono connessioni più numerose e più profonde, non c'è più questo vincolo.

Le imprese sono interconnesse perché, per esempio, hanno un magazzino non gestito con un archivio cartaceo ma addirittura può essere visto digitalmente dal fornitore.

Siamo anche sempre più connessi fisicamente, la liberalizzazione ha consentito di creare infrastrutture fisiche più ampie.

Le parole chiave della globalizzazione sono queste. Perciò accade che la globalizzazione è un macro fenomeno in cui le economie del mondo sono sempre più integrate/interconnesse, è un processo di sviluppo sovra nazionale di crescente integrazione fra le economie e di interconnessione. È un processo che tende ad interessare ogni attività umana, ha ripercussioni sulle singole persone, sulle imprese, nei rapporti tra le imprese, tra gli stati e tra le macro aree geografiche.

Questo processo ha portato alcuni a dire che ormai siamo in una fase più avanzata di globalizzazione che chiamiamo **globality**.

Ma se la parola chiave è interrelazione, **quando un settore è globale e quando un'impresa è globale?**

Perché ci interessa questo?

Una prima implicazione della globalizzazione è che *i mercati trascendono i confini nazionali*. L'impresa non ha più necessariamente, in molti settori, come ultimo orizzonte il confine nazionale del proprio paese. Prima si pensava in ottica locale, poi in ottica di aree di libero scambio (UE), ora tendono a diventare quelle che chiamiamo *aree globali*. L'impresa non può più prescindere dal confronto con le economie globali, sia a livello di sbocco, sia a livello di concorrenza, ma anche valutare i cambiamenti che possono generarsi nell'ambito del canale dell'approvvigionamento.

Se questo è il contesto in cui le imprese operano, **quando diciamo che un settore economico è globale?** *Quando, innanzitutto, vediamo che in quel settore la maggior parte del commercio (import-export) e la maggior parte degli investimenti diretti estero* non avvengono all'interno del singolo paese ma con altri paesi esteri.*

*Investimento diretto estero: non è un investimento speculativo, è un investimento che un'impresa fa acquisendo una partecipazione significativa di un'impresa all'estero per influire su di essa e controllarla (es: ANSALDO, adesso è Itaci. Itaci all'inizio ha comprato il 40%, poi il 60% e ora il 100%).

Però non basta questo per spiegare cos'è un settore globale. Si parla di settore globale nel momento in cui, *quando accade un fatto rilevante in un'impresa o in un paese che opera in quel settore anche le altre imprese di quel settore ne subiscono le ripercussioni positive o negative* (es: settore automobilistico. Anche la morte di Marchionne ha avuto ripercussioni. Un altro esempio di settore globale è il settore petrolifero estrattivo, aeronautica, chimica e farmaceutica).

Ad esempio le ripercussioni dei dazi tra Cina e Stati Uniti ricadono su moltissimi paesi perché si tratta di un settore globale.

Cosa vuol dire per un'impresa operare in un settore globale? *Vuol dire che quello che accade a livello mondiale influenza e determina il suo agire e le sue performance, e può ledere/condizionare il suo vantaggio competitivo.* Vuol dire operare in un settore più rischioso.

L'opposto di un settore globale è un settore multi domestico, è un settore che vede la concorrenza e l'agire delle imprese governato da fattori locali. La competizione si gioca paese per paese (i gusti e i bisogni sono diversi da paese a paese). L'impresa non si trova ad operare in un ambiente con imprese internazionali ma deve fare i conti con caratteristiche territoriali o con le differenze con gli altri paesi. L'esempio tipico è quello del settore alimentare, i gusti alimentari delle persone sono incollati a determinati luoghi. Questo non vuol dire che in un settore multi domestico un'impresa non possa agire a livello internazionale. Un esempio tipico è quello di Coca Cola ha acquistato la Lurisia.

Il punto fondamentale di un settore globale, perciò, è la *manifestazione dell'interdipendenza*.

Quando un'impresa è globale? Quando riconosce che nel settore in cui opera ci sono delle interdipendenze e vuole sfruttarle:

- o perché non può fare diversamente
- o perché può usarle a proprio favore

In un settore globale generalmente operano imprese globali. Ma imprese globali possono agire anche in settori multi domestici (es: Mc Donald è un'impresa globale che opera in un settore multi domestico).

Perciò un'impresa globale è un'impresa che considera il mondo come un unico potenziale mercato ed è in grado di riconoscere e sfruttare le opportunità che si creano a livello internazionale grazie alle interrelazioni esistenti fra i mercati (anche tra i mercati finanziari).

LE FASI DELLA GLOBALIZZAZIONE

La globalizzazione non è un fenomeno limitato agli ultimi anni.

Si inizia a parlare di globalizzazione dalla rivoluzione industriale fino al 1914.

Si individuano tre fasi storiche della globalizzazione, **sulla base di quali fenomeni?**

- Crescita del commercio internazionale di beni e servizi

- crescita degli investimenti diretti esteri
- incremento dei processi di liberalizzazione delle economie e integrazione delle economie (crescita dei flussi tra paesi di persone, flussi migratori, crescita di beni e di capitali)

A noi interessa l'ultima fase della globalizzazione, che viviamo oggi. Può essere collocata dagli anni '80 ad oggi, vede una serie di processi di apertura, liberalizzazione delle economie e alcuni fenomeni economici, sociali e tecnologici che sono accaduti.

Le cause della globalizzazione

Le cause si collocano su tre livelli:

1. **dal lato della politica e degli stati**
2. **dal lato dell'offerta**
3. **dal lato dei consumatori**

1. le cause della globalizzazione dal lato della politica e degli stati

Vediamo alcuni fatti che segnano la discontinuità tra un periodo e un altro:

1975 Castello di Rambouillet: c'è stato il primo incontro tra capi di stato di 6 paesi (quello che ora chiameremo G6). Negli anni '70 dopo lo sviluppo e la crescita degli anni '50-'60 c'è stata una battuta d'arresto con la crisi petrolifera (la prima nel '73 e la seconda nel '79). Sono stati degli shock che hanno portato gli stati a ritenere opportuna una collaborazione politica ed economica tra gli stati.

C'era l'intento di accrescere il livello di coordinazione tra gli stati che erano influenzati dall'instabilità dell'economia.

Berlino 1989: caduta del muro di Berlino. È una data che segna l'apertura dell'Est europeo, della liberalizzazione, la caduta del comunismo e la vittoria del capitalismo; il mondo sembrava destinato a diventare un unico mercato con modelli comuni.

Per molto tempo si pensava che questo modello fosse davvero quello vincente, forse fino ad oggi.

Marrakech 15 aprile 1994: accordo che sancisce la nascita del WTO (organizzazione mondiale del commercio). Sancisce la collaborazione che c'era stata negli anni precedenti per creare degli accordi multilaterali. Nasce un organismo che ha come obiettivo principale quello di ridurre i dazi, ridurre gli ostacoli al commercio di tutti i beni, servizi e investimenti. Perciò un'organizzazione con un obiettivo universale (la Cina è entrata nel 2001, la Russia nel 2011). Per entrare nel WTO occorre avere realizzato una serie di processi di apertura e liberalizzazione dell'economia e degli scambi.

→ Questi tre fatti hanno dato vita a:

- **crescita dell'integrazione tra i paesi del mondo**

La vediamo innanzitutto come *crescita degli accordi commerciali multilaterali*. Ad esempio l'Unione Europea, si tratta di più di un accordo commerciale.

Il primo step di un'unione commerciale è istituire un commercio preferenziale con i paesi che aderiscono. In un'unione doganale invece i paesi che ne fanno parte al proprio interno aboliscono i dazi, riducono le frontiere, rendono più facile lo scambio di tutti i beni; con i paesi che non ne fanno parte gli organismi dei paesi che partecipano negoziano con loro.

Il mercato comune è un'unione doganale ancora più stringente per cui l'oggetto del mercato comune non è solo la libera circolazione di beni e servizi ma anche delle persone e dei capitali. La politica con l'esterno è decisa dagli organismi del mercato comune.

L'unione economica prevede anche politiche economiche comuni, come l'unione monetaria prevede politiche monetarie comuni.

Le aree di integrazione a livello mondiale sono molto diffuse; i paesi si sono resi conto nel tempo che gli accordi bilaterali non sono così produttivi ed efficienti.

(slide: accordi commerciali regionali) Col termine di accordi commerciali si intendono diversi tipi di accordi, tutti quelli elencati prima, più o meno stringenti. Oltre all'UE ne esistono molti altri.

- **Diffusione dell'economia di mercato**

Avvenuta dal momento della caduta del muro di Berlino

- **deregolamentazione e liberalizzazione delle economie e degli scambi**

Meno controlli, meno restrizioni per il commercio e per gli scambi di merci.

Questi tre fenomeni hanno consentito la globalizzazione. I paesi hanno visto che collaborare funzionava, più collaboravano più vantaggi c'erano.

Poi cos'è accaduto?

A **New York il 15 settembre 2008** fallisce la Lehman Brothers. Subito non si è capito quanto, quello che accadde, fosse importante. Si chiama crisi per il significato che questo termine ha dal greco antico, ovvero rottura di continuità. Si tratta di un cambiamento d'epoca.

2. Le cause della globalizzazione dal lato dell'offerta

In questo caso le cause sono strettamente legate al processo tecnologico, principalmente a quattro fenomeni:

- **flessibilizzazione**

Capacità di rispondere a dei cambiamenti esterni e variare nel breve termine il proprio sistema di produzione. È oggi possibile e diffusa in ambito produttivo grazie ad una serie di innovazioni tecnologiche e organizzative.

Innovazioni organizzative e gestionali come la lean production e il just in time che consentono maggior flessibilità.

Innovazioni progettuali come la modularizzazione, la produzione modulare; è il caso del settore automobilistico o il campo dei mobili.

Innovazioni tecnologiche che rendono più flessibili i processi, come ad esempio sistemi automatizzati di produzione (sono sistemi che hanno macchine che hanno più funzioni e per modificarle basta agire sul software). Questo incide sui costi, sui tempi e aumenta la qualità. Un altro caso di innovazioni progettuali riguarda la manifattura 3D, la fabbrica 4.0.

- **smaterializzazione**

Microsoft, Costa Crociere, Amazon.com, sono imprese che hanno come fondamento del loro business l'immaterialità o perché operano nel campo dei servizi, o in quello della mediazione o in quello digitale. La smaterializzazione è l'*aumento immateriale nei beni fisici*. Si vende sempre più immaterialità, cresce il peso dei servizi nell'economia, cresce la componente intangibile nei beni.

Inoltre è sempre più frequente l'accesso rispetto alla proprietà (es: noleggiare l'auto a lungo noleggio piuttosto che acquistarla). La crescita dei servizi e dell'intermediazione è frutto di questo passaggio dalla proprietà all'accesso.

A causa di questo l'economia è diventata difficile da assicurare, perché il valore di un'automobile, di una cosa è facile da stimare, ma assicurare il business di Tripadvisor, di Uber si basa sulla reputazione e risorse non brevettate e non brevettabili. Non è facile da valutare.

- **Accelerazione**

Come si manifesta l'accelerazione dei fenomeni? Ad esempio la radio si è diffusa in 10 anni e il lettore di cassette in 6 mesi, per arrivare poi all'mp3 che ha impiegato ancora meno tempo. C'è stata un'*accelerazione nello sviluppo tecnologico e nella sua diffusione*. Un tempo i prodotti venivano proposti in un determinato paese per poi diffondersi via via negli altri in base al successo e alle necessità degli altri paesi. In marketing si parla di ciclo di vita del prodotto, un ciclo di vita in cui il prodotto nelle diverse fasi approccia mercati sempre più nuovi.

Ci sono poi alcuni prodotti che nascono già globali, vengono concepiti per un mercato internazionale. Ad esempio microsoft office 2010.

- **Progressi nelle tecnologie dell'informazione, dei trasporti e delle comunicazioni**

I trasporti e le comunicazioni sono diventati più organizzati, più rapidi e più capienti grazie all'innovazione tecnologica. Questo contribuisce all'aumento dello scambio di servizi, beni e i mezzi di comunicazione tra le persone. Ormai possiamo dire che si opera su una piattaforma globale; dal lato dei consumatori ciascuno può condividere contenuti digitalizzati, così come tra le aziende e all'interno delle aziende ci sono software, sistemi di gestione e di collaborazione dove troviamo i sistemi comunicativi.

Queste cause dal lato dell'azienda hanno completamente stravolto il modo di lavorare in azienda.

3. Le cause della globalizzazione dal lato della domanda

È in corso una diminuzione delle distanze culturali e comportamentali tra le persone e tra i popoli.

Vuol dire che siamo un po' meno diversi, le differenze culturali non sono abolite. La dimensione culturale di un popolo si basa su credo e valori che gli appartenenti ad un popolo condividono.

Quest'insieme di credo e valori si concretizza nelle regole e comportamenti tra le persone, il ruolo della famiglia, della gerarchia, del lavoro...ecc. Queste differenze non si sono annullate ma sono diminuite. Un esempio lo troviamo nell'abbigliamento, 40/50 anni fa c'erano delle connotazioni che venivano collegate direttamente ad un popolo; in questo momento c'è una diffusione a livello di abbigliamento che è globale.

Inoltre vi è una crescita dell'omogeneità e dell'ubiquità degli stili di vita e di consumo. Significa che nel modo di agire delle persone cresce il livello di omogeneità, e ci sono modi di vivere e di consumare non uguali in tutto il mondo ma simili in tanti paesi del mondo. Non ci sono più differenze tra paesi ma ci sono differenze tra consumatori e stili di vita.

Perché è avvenuta questa riduzione delle distanze culturali e comportamentali? Sicuramente la crescita delle connessioni tra le persone ha portato a stili di vita più simili in tutto il mondo.

E a loro volta, queste connessioni, a cosa sono dovute?

- Aumento dei redditi disponibili, che apre a rapporti, viaggi, relazioni con altri popoli e diversi dal paese di origine. È più facile essere diversi quando ci sono dei muri tra le persone.
- Aumento delle occasioni di contatto tra gruppi umani differenti: sia contatto fisico (viaggi, scambi culturali), sia informativo (mass media, web, social media)
- Aumento del livello di scolarizzazione: ci permette di conoscere più lingue, viene abbattuto il primo ostacolo per ridurre la distanza culturale
- Aumento del grado di informazione dell'individuo: grazie agli strumenti disponibili (anche all'interno delle aziende)
- La pratica dell'uploading, il web 2.0, la sharing economy, i social network, i social media: sono strumenti a disposizione di tutte le persone. È un modo per mettere in relazione le persone.

N.B. non si tratta di uniformità globale degli stili di vita ma di ubiquità. Esistono prodotti globali pensati per il consumatore globale ma non è per tutti i prodotti così; così come non esiste il consumatore universale. I primi studiosi di globalizzazione teorizzavano che l'esito finale della globalizzazione sarebbe stato il consumatore universale, ma non è così.

- L'espansione internazionale delle imprese: l'internazionalizzazione delle imprese implica la proposta di prodotti stranieri, ad esempio americani, per un mercato diverso come quello europeo. Inoltre implica che i suoi lavoratori, in particolare i suoi manager, vadano all'estero; è un altro modo per attenuare le differenze e le distanze culturali.
- Omogeneizzazione dei metodi produttivi e manageriali: porta a gestire le aziende in modo sempre più simili tra loro.

A) Cos'è la globalizzazione oggi?

B) Quali sono le implicazioni per i sistemi economici, per le imprese e per i consumatori?

A) Cos'è la globalizzazione oggi?

1. Dove sta andando la globalizzazione?

L'intensità dei fenomeni che abbiamo visto è sempre uguale? I grandi cambiamenti ci sono già stati, molti degli slanci che abbiamo visto si stanno attenuando. Gli effetti degli shock storici e tecnologici ci sono già stati.

Inoltre si ha il fisiologico esaurimento dello slancio delle prime fasi dell'industrializzazione dei grandi paesi emergenti. Inizialmente questi paesi sono cresciuti con tassi anche superiori al 10%, sono i paesi che non si erano ancora sviluppati. *Ora come ora i vantaggi e i tassi di crescita si stanno riducendo.*

2. Se lo slancio si è ridotto a non attenuarsi è la pervasività

Della globalizzazione non possiamo disinteressarci. *È frutto di quella caratteristica che abbiamo chiamato inter-relazione.* Le imprese non possono prescindere da quello che è la globalizzazione, da dove sta andando e il fatto che abbia implicazioni in ogni contesto.

Per questo è stato coniato un termine, quello di *globality*. Si tratta dello stadio attuale della globalizzazione, l'ultima fase, in cui tutti competono con tutti per il mercato e per le risorse, competizione tra piccole e grandi imprese e competizione tra paesi emergenti e tra paesi avanzati.

"Competing with everyone, from everywhere, for everything"

Significa che la competizione è cresciuta in tutte le direzioni:

- con tutti non solo con i concorrenti diretti
- in ogni luogo significa che mercati importanti per la mia impresa possono trovarsi in ogni luogo, non solo nel mercato nazionale; vuol dire anche competere all'interno del mio mercato con nuovi concorrenti
- per ogni cosa: per le risorse materiali, immateriali, per le persone, per i talenti, le idee, i sistemi di distribuzione.

3. Il ruolo della distanza fisica e le GVC

Oggi la distanza geografica non è più un fattore determinante nella tutela dalla concorrenza. Il collocamento delle imprese non è più un fattore determinante nei confronti della concorrenza.

- I processi competitivi avvengono a livello sovranazionale
- I confini e le differenze culturali e normative hanno ancora rilievo perché comunque ci sono differenze di lingua e soprattutto differenze normative. Questo può essere un vantaggio o un limite. Ci sono imprese che sanno sfruttare queste differenze normative (es: andare a produrre dove le norme lavorative sono meno stringenti)

La geografia è ancora importante? Quando è importante? Ad esempio è importante nel caso delle grandi città, le mega city che stanno cercando di diventare smart city, c'è molta concorrenza ad esempio per attrarre forza lavoro di un certo livello. La geografia è importante anche per i cambiamenti climatici ed è importante per i flussi migratori.

La distanza fisica perciò è sempre meno importante ma la geografia è ancora importante.

Un fenomeno che centra molto con il ruolo della geografia è la frammentazione internazionale della produzione. Si tratta del fatto che le imprese realizzino i propri processi produttivi in una molteplicità di localizzazioni nel mondo. Mentre un tempo il prodotto poteva essere ideato, concepito, realizzato e anche distribuito in un unico paese, ora non è più così.

L'esempio nel video è quello di un cellulare, e mostra dove è ideato il cellulare, dove sono prodotti i componenti, dove viene assemblato e infine commercializzato. Si inizia a collaborare anche con dei concorrenti.

Un esempio è quello della produzione di un server HP (slide).

Quello che questi esempi ci dice è che ormai le imprese realizzano i loro prodotti frammentando la catena globale del valore di un prodotto, vedendo coinvolti molteplici paesi.

Quali sono le logiche sottostanti le scelte del paese? Sono sempre logiche economiche e competitive; costo del lavoro, normative, fornitori, impianti più efficaci, materie prima. **E perché ora è possibile e un tempo no?** Per il fenomeno della globalizzazione, perché oggi tutte quelle cause che abbiamo visto hanno permesso di organizzare la produzione a livello globale in questo modo.

Questo processo ha permesso l'incremento del commercio tra i vari stati, ma è un processo che ora come ora si è assestato.

I problemi relativi a questo sistema sono innanzitutto l'interdipendenza tra paesi (dipendo da altri paesi), il mantenimento di relazioni stabili tra paesi (no guerre commerciali) e il fatto che quanto più io realizzo attività ad alta innovazione tanto più aumenta il rischio che questa innovazione venga condivisa e appresa da altri.

Nel video si è parlato di "tasks": questo fenomeno di frammentazione della produzione ha fatto sì che da commercio di beni si passasse ad un commercio di compiti.

Che implicazioni ha a livello di statistiche internazionali questa frammentazione? Se io esporto un bene che vale 100, ma che a sua volta avevo importato per un valore pari a 90 e al quale ho aggiunto un valore pari a 10, **come faccio a valutare il valore del bene?** A livello di statistiche ho lo stesso bene contabilizzato sia per 100 che per 90. Tutti questi beni commercializzati per il mondo hanno come impatto una crescita del valore dei flussi, lo stesso bene rischia di essere contabilizzato sia in entrata che in uscita. Le statistiche mondiali oggi non riescono a capire bene dove viene creato il valore di un bene. A volte si attribuisce il valore del bene all'ultimo paese che partecipa alla catena del valore; ma è un conteggio sbagliato se il valore è stato creato in più paesi.

(slide schema p: produzione, v: vendita) Un tempo le imprese producevano nel loro paese e poi vendevano negli altri paesi. Poi le imprese hanno iniziato a produrre dove era più conveniente e esportavano i beni negli altri paesi. Ora si produce dove ci sono delle convenienze molteplici in diversi paesi e vende in molti altri paesi compresi quelli di produzione o non.

4. Nazionalismo e protezionismo: la crescita di rabbia e incertezza

Quale sarà l'impatto delle battaglie di dazi che sono in corso ora? Ci sarà un ritorno al protezionismo e agli accordi bilaterali? Quanto più si passa alle guerre e agli accordi bilaterali tanto più i paesi più deboli ne risentono le conseguenze.

Un'impresa perciò deve chiedersi quanto può nuocere per lei una guerra commerciale, l'impresa lo deve verificare per sé stessa non a livello generale di economia. Che impatto avrà sul suo mercato, sui suoi concorrenti, sulla strategia che ha pensato di attuare per gli anni futuri. Questo fa sì che le imprese operino in un clima di maggiore incertezza. In particolare sarà interessante capire quale effetto avrà nei confronti delle catene globali del valore.

Oltre al protezionismo abbiamo la crescita del nazionalismo. Questi sono i fatti più rilevanti che stanno accadendo.

B) Le implicazioni della globalizzazione per sistemi economici, imprese e consumatori

1. Per i sistemi economici

- Ampliamento dei mercati in senso geografico
- crescita della competizione tra paesi nell'attrarre investimenti: i paesi competono tra di loro nell'attrarre imprese nel loro territorio (uno stato vuole un'impresa sul suo territorio perché crea ricchezza, crea lavoro...ecc.). Soprattutto le aree di libero scambio hanno accresciuto questa competizione (es: Irlanda, Inghilterra fanno parte dell'UE), le imprese hanno accesso a più economie.

- Rapida propagazione dell'instabilità finanziaria ed economica: tutto quello che accade in un paese ha effetti in tutto il mondo (es: crisi del 2008 negli USA, mutui subprime).
- Indebolimento degli Stati Nazionali e delle organizzazioni sovra-nazionali (es: il ruolo dell'ONU oggi vale poco rispetto a 20/30 anni fa).

2. Per le imprese

- Aumento della tensione commerciale, l'abbiamo chiamata globality.
- L'espansione del mercato potenziale
- Necessità di maggiori investimenti: in tecnologia, in risorse umane, in formazione/aggiornamenti
- Sviluppo di nicchie globali: oggi un'impresa può individuare una nicchia di clienti a cui rivolgersi ma a livello globale
- Affermazione dell'ottica "glocal": io devo riconoscere che c'è la globalizzazione ma che le differenze culturali esistono ancora, la geografia ha ancora un senso e le specificità culturali sono ancora importanti. Devo conoscere i vantaggi della globalizzazione ma devo anche essere in grado di agire localmente
- Il valore dipende dalla qualità, dalla specificità, dalla personalizzazione: non esiste il consumatore globale
- Nessuno può sapere tutto ciò che gli serve: la grande impresa integrata non esiste più. Il sapere diventa transnazionale, l'impresa isolata non si può più concepire realmente isolata (le collaborazioni si instaurano ovunque), creatività, innovazione e flusso informativo diventano orizzontali (si sviluppano anche tra settori e funzioni aziendali diverse); si passa da "comando e controllo" a "connessione e collaborazione"
- I piccoli possono agire come grandi e i grandi come piccoli: anche i piccoli hanno delle opportunità per agire come agiscono i grandi e viceversa
- La relazione impresa-cliente passa da una logica di exit ad una logica di voice: un tempo il cliente se non era contento del suo fornitore non comprava più da lui, oggi possiamo sempre cambiare ma possiamo anche commentare, fare una recensione...ecc.
Inoltre c'è la possibilità di entrare in relazione, le imprese ormai chiedono ai propri clienti di progettare insieme*.

3. Per i consumatori

- Maggiore convenienza
- Maggiori opzioni di scelta
- Ubiquità degli stili di vita e di consumo (sia causa che effetto della globalizzazione)
- Passaggio dal ruolo di semplice consumatore a quello di co-produttore*: si parla di "prosumer", i consumatori sono sia consumatori che produttori (consumer + producer).
Questo aspetto era tipico solo dei servizi ma ora è diffuso grazie alle tecnologie per molti aspetti dello scambio e rapporti tra aziende e consumatori.

DOMANDE: primo capitolo del libro

1. Definizione di globalizzazione e cause dal lato degli stati (/dal lato delle imprese/dal lato della domanda)?
2. Globalizzazione: definizione e implicazioni (per uno dei tre tipi di soggetti)
3. Globalizzazione oggi e tendenze attuali
4. Frammentazione internazionale della produzione: cosa sono? Cosa significano nell'ambito del commercio internazionale?

LO SCENARIO ECONOMICO INTERNAZIONALE

Si tratta della necessità di conoscere la situazione macroeconomica mondiale, la quale rientra in quella parte dell'analisi strategica dell'ambiente esterno (macro ambiente). A noi interessa perché per un'impresa che vuole operare nei mercati esterni serve monitorare le condizioni internazionali.

Quali fenomeni ci interessa conoscere e perché?

Innanzitutto ci interessa conoscere la situazione economica del nostro paese o di quello in cui stiamo operando (variabili come PIL, PIL pro capite, quali sono i paesi che stanno andando meglio).

I primi fenomeni da considerare perciò sono:

- *PIL mondiale*: qual è la tendenza di fondo?

La prima cosa che vediamo è che a livello mondiale c'è un certo rallentamento della crescita del PIL (crescita del 3,6% rispetto al 2018).

Il 59% del Pil mondiale viene realizzato dalle economie emergenti, sono quelle che danno il contributo maggiore ed è il fatto che caratterizza gli ultimi 10 anni. Un tempo erano le economie avanzate a contribuire maggiormente.

I paesi asiatici emergenti pesano il 33,3% del PIL mondiale. Gli USA pesano il 15,2% del PIL mondiale.

Perché in questi ultimi anni il Pil non è ripartito dopo la crisi? Perché i tassi sono ancora così modesti? E perché soprattutto in questo ultimo anno? Sicuramente questo andamento è dovuto a ragioni contingenti, ad esempio nell'ultimo anno si è registrato un rallentamento della crescita dell'economia cinese superiore alle aspettative.

Ci sono poi anche dei fenomeni congiunturali, ad esempio forti variazioni nel prezzo del petrolio e delle materie prime. In generale le prospettive dell'economia mondiale risentono molto dei tempi e della modalità della Brexit, così come ci sono situazioni di crisi rilevanti (Argentina, Turchia, Germania).

Tutti questi fenomeni contingenti ci spiegano questo rallentamento globale.

- *Esportazioni totali*: sono cresciute intorno al 3,8%, perciò poco più del PIL. In precedenza i tassi tendevano a crescere anche molto di più rispetto al PIL (il doppio).

Com'è andato il commercio estero? È cresciuto del 3,8%. L'anno scorso era salito di più del 10%, c'è qualcosa che non va. Anche qui si tratta di ragioni contingenti.

Ad un'impresa interessa conoscere dove stanno crescendo le opportunità e se sta accadendo qualcosa di critico.

- *Esportazioni di merci*: 19,47% del commercio mondiale. Sono cresciute per il 10,1% in valore e del 2,8% in volume.

Perché il valore è cresciuto così poco? Perché il valore dipende dall'andamento dei prezzi. Quello che è accaduto quest'anno è la causa principale di quell'incremento così rilevante del valore delle esportazioni.

- *Esportazioni di servizi*: 5,79% delle esportazioni mondiali. Abbiamo solo la valutazione in valore perché non possiamo pesare i servizi.

Abbiamo visto alcuni dati relativi alla crescita o al rallentamento di alcuni fenomeni e abbiamo cercato di comprendere le cause. Ma parlando in generale **cos'è che aiuta e cosa ostacola gli scambi internazionali?**

Innanzitutto perché ci interessa? Se sono un'impresa e vedo che sta accadendo qualcosa che ha un effetto positivo sugli scambi potrei verificare se ha un effetto positivo anche su di me.

Aiuta ad avere elementi per capire l'impatto sulla mia azienda.

Quali sono gli stimoli e gli ostacoli della crescita del commercio internazionale?

(potenziale domanda di esame)

Gli stimoli, possono essere fenomeni strutturali o anche contingenti:

- *Crescita dei redditi PRO capite e della domanda:* una crescita dei redditi può portare ad una crescita della domanda dei beni di consumo. Questa crescita della domanda può anche orientarsi verso prodotti che vengono dall'estero.
- *Stabilità politica, economica e finanziaria:* la pace facilita il commercio internazionale perché le imprese vedono minori rischi, oppure ci sono effettivamente minori rischi. Fare commercio internazionale comporta sempre dei rischi, ma questi rischi sono maggiori quando la situazione internazionale non è stabile. Probabilmente quando la situazione mondiale è stabile ci sono anche meno costi, ad esempio devo assicurarmi contro meno rischi.
- *Crescita della cooperazione internazionale e delle organizzazioni internazionali:* tutte le forme di cooperazione tra paesi sostengono, garantiscono e promuovono il commercio.
- *I processi di liberalizzazione:* apertura e privatizzazione. Questo lo abbiamo visto come causa della globalizzazione ma è anche causa e supporto al commercio internazionale (basta pensare all'apertura delle frontiere verso l'Est)
- *Sviluppo tecnologico:* dei trasporti, delle comunicazioni e soprattutto porta allo sviluppo di nuovi prodotti o di nuove tecnologie. Questo favorisce il commercio
- *Frammentazione internazionale della produzione:* se le imprese suddividono le fasi di lavorazione e le localizzano in paesi diversi del mondo, tutto questo genera dei flussi di import-export tra un paese e l'altro. Questo sviluppa il commercio.
- *Espansione delle multinazionali:* oltre a essere protagoniste del fenomeno descritto sopra, la loro espansione porta allo sviluppo del commercio per lo sviluppo del commercio tra le filiali. Ad esempio Coca Cola viene prodotta in pochi posti nel mondo, in Grecia ad esempio non la producono ma la imbottigliano. La ricetta segreta viene prodotta in pochi stabilimenti al mondo per conservare la segretezza.

Gli ostacoli al commercio internazionale. perché il commercio non cresce sempre? Perché non cresce sempre allo stesso ritmo? Cosa lo ostacola?

- *Congiunture economiche negative:* portano il consumatore a non comprare e portano ad una ridotta liquidità sul mercato
- *Protezionismo e battaglie commerciali:* si tratta di politiche anti congiunturali messe in atto per fronteggiare tali congiunture economiche negative, come le politiche economiche e sociali ma anche il protezionismo
- *Crisi politiche, economiche e finanziarie:* le crisi politiche più rilevanti oggi sono in Venezuela, Hong Kong, Ucraina, Corea del Nord, Libia, Tunisia, Iran e Iraq, Argentina, estremo oriente...ecc.

Come crescono PIL e commercio internazionale? Nella slide precedente abbiamo detto i fattori che incentivano e ostacolano il commercio, ma **che relazione c'è tra queste due grandezze?**

Vediamo cosa è accaduto. Il primo istogramma mostra i tassi di crescita del PIL tra il 1991 e il 2000. *Il commercio cresceva più del*

