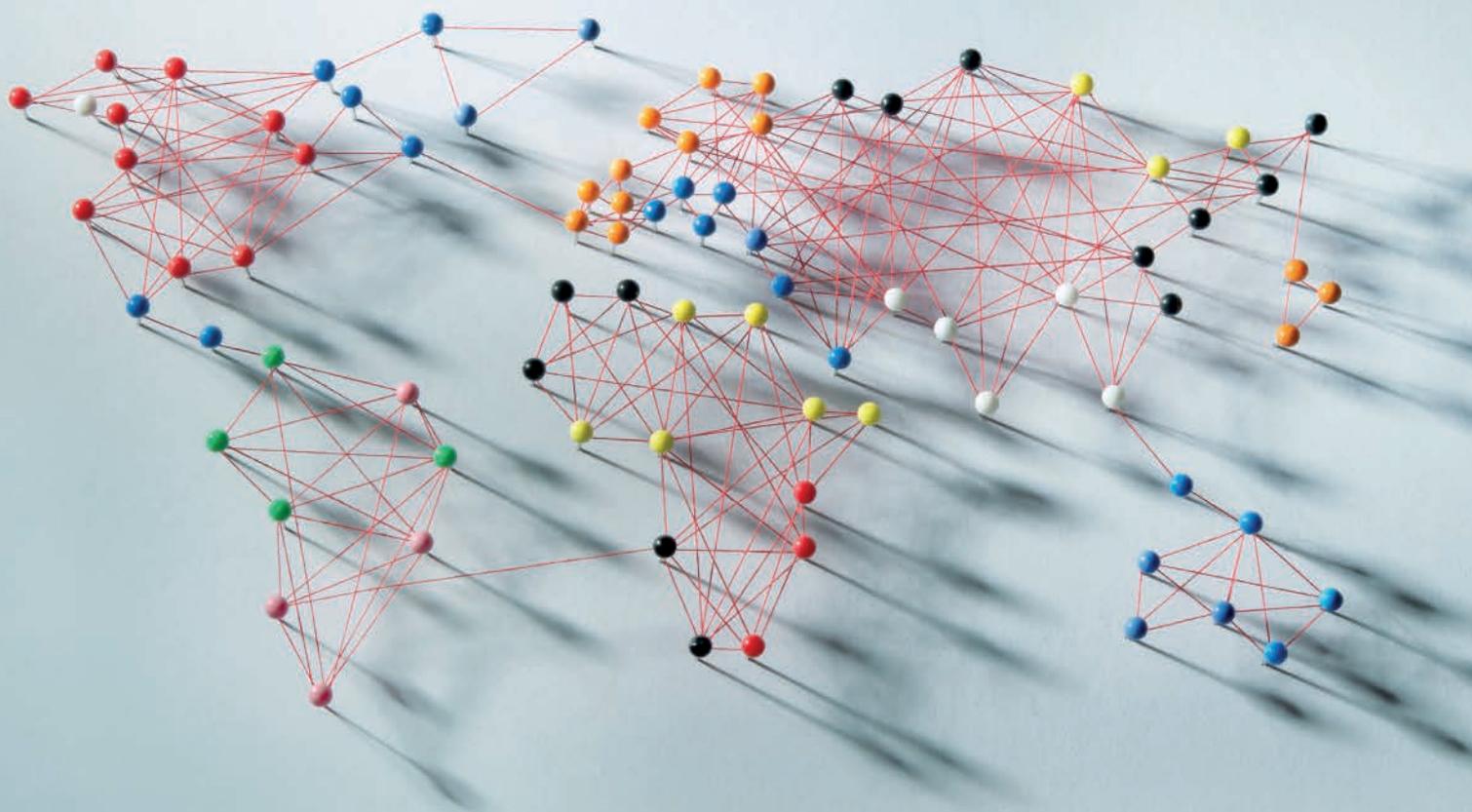


# Allianz Trade Global Survey

Commercio turbolento:  
come reagiranno le imprese nel 2022?





## Siamo Allianz Trade

Prevediamo il rischio commerciale e di credito, per offrire alle aziende la fiducia nel futuro.

Allianz Trade è il leader mondiale nell'assicurazione del credito commerciale ed è uno specialista riconosciuto nei settori delle fideiussioni, del recupero crediti, del credito commerciale strutturato e del rischio politico.

La nostra rete di *intelligence* analizza quotidianamente i cambiamenti nella solvibilità di più di 80 milioni di imprese. Diamo alle aziende la fiducia per gestire con serenità gli scambi commerciali, assicurando i loro pagamenti. Risarciamo le aziende nel caso in cui uno dei propri clienti non dovesse pagare, ma soprattutto, le aiutiamo in primo luogo a prevenire i mancati pagamenti. Ogni volta che forniamo un'assicurazione del credito commerciale o altre soluzioni finanziarie, la nostra priorità è infatti la protezione predittiva. Ma, quando un evento inaspettato si verifica, il nostro rating finanziario AA e la nostra appartenenza al gruppo Allianz ci permettono di sostenere le imprese, risarcendo il danno.

Con sede centrale a Parigi, Allianz Trade è presente in 52 paesi con 5.500 dipendenti. Nel 2021, il nostro fatturato consolidato è stato di 2,9 miliardi di euro e le transazioni commerciali globali assicurate hanno rappresentato 931 miliardi di euro di esposizione.

Per maggiori informazioni, visita [allianz-trade.it](https://allianz-trade.it)

Allianz Trade è il marchio utilizzato per identificare i servizi forniti da Euler Hermes.



In questo white paper, scoprirai i risultati della Allianz Trade Global Survey 2022, arricchiti dai commenti e dalle analisi di 8 esperti in materia di commercio globale:

Ngozi Okonjo-Iweala, Jean Pisani-Ferry, Ailish Campbell, Elizabeth Ducottet, Christophe Lecourtier, Sandy Kemper, Christian Greisberger e Kelvin Tan.

---

**PAGINA 4**

Le 3 tendenze principali individuate dalla nostra Global Survey

---

**PAGINA 5**

Un contesto globale in rapido cambiamento: rischi e opportunità

---

**PAGINA 11**

Quale modello internazionale stanno adottando le aziende per affrontare questo panorama in costante mutamento?

---

**PAGINA 16**

Il digitale e l'ESG stanno ridefinendo il modo in cui le aziende commerciano a livello globale?

---

**PAGINA 21**

Sostegno statale: cosa si aspettano davvero le aziende dai governi?

---

**PAGINA 25**

Metodologia

---

**PAGINA 26**

Ringraziamenti speciali

---

**PAGINA 27**

Contatti

# Le 3 tendenze principali individuate dalla nostra Global Survey



**Ana Boata**  
Head of Economic  
Research,  
Allianz Trade

In che modo l'attuale contesto internazionale sta influenzando gli esportatori e le loro scelte commerciali? Con la nostra Allianz Trade Global Survey 2022, abbiamo deciso di approfondire come questo tema viene affrontato dalle aziende di 6 Paesi: Stati Uniti, Cina, Regno Unito, Francia, Italia e Germania. Sono state effettuate due indagini: una prima dell'inizio dell'invasione dell'Ucraina e una dopo, coinvolgendo quasi 3.000 aziende.

Dopo l'ottimismo della "grande riapertura" globale nel 2021, il nostro sondaggio mostra che il 2022 potrebbe invece essere molto più duro per gli esportatori. Sia la fiducia delle imprese che quella dei consumatori hanno infatti subito un duro colpo dall'inizio della guerra in Ucraina, con l'aumento dei prezzi delle materie prime e le interruzioni nelle catene di approvvigionamento.

Quando osserviamo i risultati complessivi del nostro sondaggio, vediamo che emergono tre tendenze:

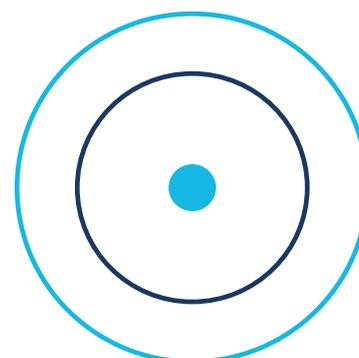
**1. Sempre più aziende si stanno preparando per un duro colpo ai fatturati nel 2022.**  
Nella prima fase del nostro sondaggio, solo il 6% delle aziende era preoccupato di un calo del fatturato nel 2022; ora, la quota è salita al 22%, trainata dai settori chimico, energetico, dei servizi pubblici e dei macchinari e attrezzature. Per far fronte al continuo rallentamento della domanda, le aziende hanno in programma di diversificare i mercati di esportazione ed aumentare gli investimenti in nuovi mercati, a dimostrazione che le ambizioni delle imprese quando si parla di export rimangono resilienti. Ma più a lungo il conflitto durerà, maggiore sarà il rischio che il rallentamento si trasformi in un vero e proprio shock della domanda, che potrebbe spingere il commercio mondiale verso una grave recessione.

**2. L'era Covid-19 ha lasciato un'eredità: il supporto statale è ancora visto come l'ultima ancora di salvezza in tempi di crisi.** Gli alti prezzi dell'energia, le tensioni geopolitiche, le interruzioni nelle catene di fornitura, le sanzioni contro la Russia sono oggi tra le prime preoccupazioni delle aziende. Considerando anche l'aumento del costo dei finanziamenti e i rischi valutari, circa metà delle aziende intervistate crede che un sostegno finanziario, attraverso prestiti garantiti dallo Stato e sussidi diretti, potrebbe proteggere la propria attività dalle ricadute della guerra. Tuttavia, in assenza di impatti economici davvero

consistenti, difficilmente vedremo il ritorno alla politica del "whatever it takes" come durante la crisi legata al Covid-19.

**3. Torna il rischio di mancato pagamento.** Più del 40% degli esportatori europei si aspetta che i tempi di pagamento si allunghino a seguito dell'invasione in Ucraina, e più della metà prevede un aumento del rischio di mancati pagamenti nei prossimi sei-dodici mesi, rispetto a meno di un terzo di prima della guerra. Questo rappresenta un conferma del trend di normalizzazione delle insolvenze, che era già iniziato prima della guerra, anche se ad un ritmo moderato. Nei principali mercati dell'export europeo prevediamo un aumento delle insolvenze di più del +10% nel 2022.

il **56%** degli intervistati è sempre più preoccupato per l'innalzamento dei prezzi dell'energia



il **42%** degli intervistati si aspetta che l'aumento dei costi di finanziamento rappresenterà una sfida nel 2022

il **51%** degli intervistati si aspetta che il rischio di mancati pagamenti crescerà nei prossimi sei-dodici mesi

# Un contesto globale in rapido cambiamento: rischi e opportunità

## Il 2021 è stato un anno da record per le esportazioni

Il 2021 è stato un anno eccezionale per gli esportatori: a livello globale, 7 esportatori su 10 dichiarano di aver registrato performance superiori alle aspettative. La performance degli Stati Uniti e della Germania è stata particolarmente elevata: rispettivamente il 75% e il 76% delle aziende intervistate hanno dichiarato di aver registrato livelli di esportazioni superiori a quanto previsto. Ma hanno dovuto adattarsi alla “nuova normalità” del commercio, in un contesto di persistenti blocchi e strozzature nei trasporti. Negli Stati Uniti, dove le aziende sono state maggiormente colpite dagli shock di approvvigionamento, questo ha comportato la necessità di un aumento delle scorte (48%), la ricerca di nuovi fornitori (45%) e l’individuazione di nuovi mercati di esportazione (43%) per stimolare la crescita. Più di un terzo degli esportatori in Francia, Italia e Regno Unito afferma di essersi affidato alla ricerca di nuovi fornitori per far fronte alle interruzioni delle catene di fornitura, mentre il 39% degli esportatori tedeschi afferma di essersi concentrato su nuovi mercati di esportazione, soprattutto quelli vicini come Francia e Spagna.

Le restrizioni dovute al Covid-19 hanno dato anche una spinta al mondo online: la digitalizzazione è diventata vitale per le strategie di esportazione delle aziende. Il 60% delle aziende in Cina, il 48% in Italia e il 38% in Germania dicono di essersi concentrate sulla digitalizzazione nel corso del 2021. Anche la diversificazione dei canali di distribuzione è stata una priorità, soprattutto per gli esportatori in Cina (56%), Francia (38%) e Regno Unito (35%).

Il 2022 porterà ancora più opportunità per l’export? Prima dell’invasione dell’Ucraina, le aziende in Italia e Francia sembravano pensarla

proprio così: ben il 97% che si aspettava infatti un aumento delle esportazioni. Chiaramente l’avvio delle operazioni militari in Ucraina ha modificato questa percezione: ora il 29% delle aziende italiane, il 23% di quelle francesi e il 16% di quelle tedesche si aspettano una diminuzione delle esportazioni nel 2022. Sulle aziende britanniche sta pesando invece sia il costo della Brexit che l’escalation militare in Ucraina: anche prima dello scoppio della guerra l’11% degli intervistati dichiarava infatti di aspettarsi una diminuzione delle esportazioni nel 2022, e questa quota è salita al 19% nella seconda fase della survey.

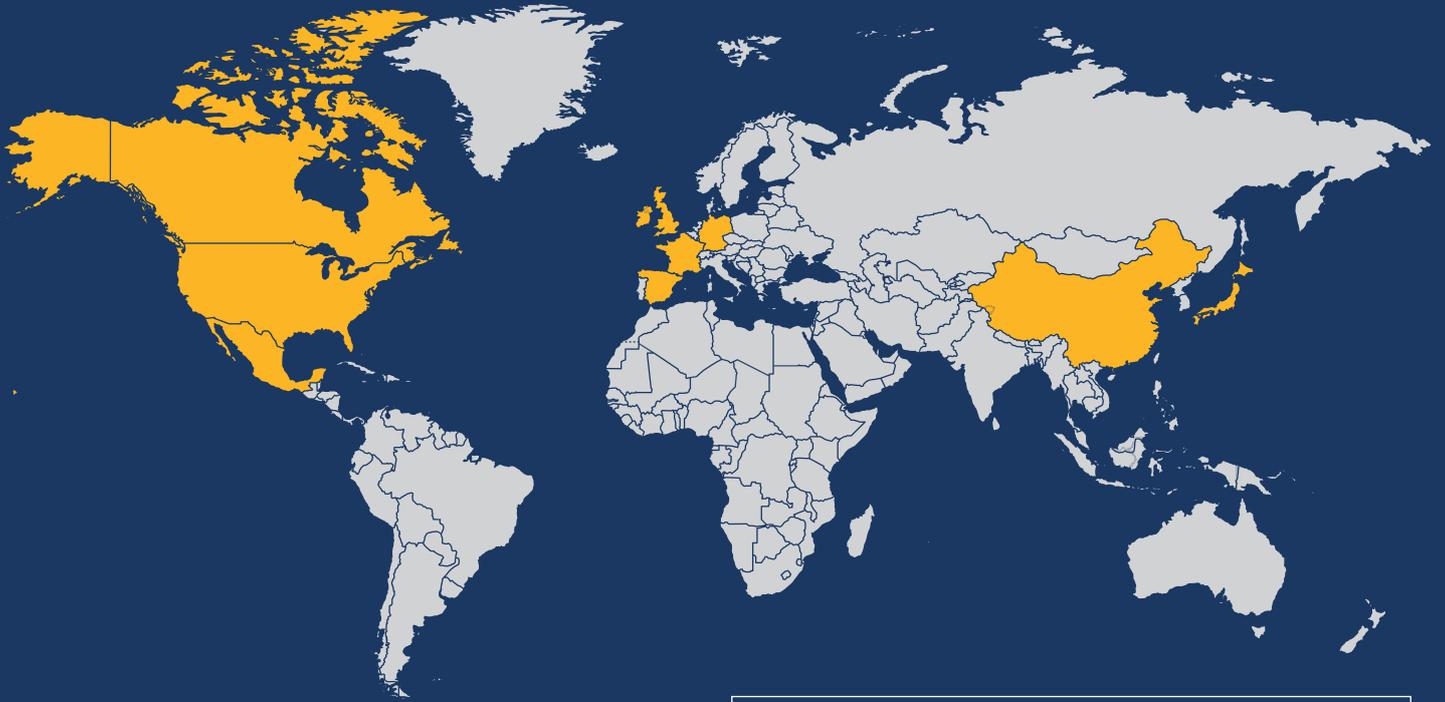
La maggior parte degli esportatori sta pianificando di espandere il proprio business in nuovi mercati nel 2022, soprattutto le imprese cinesi (92%) americane (84%), e dei settori petrolio e gas, automotive, logistica, IT & telecomunicazioni e costruzioni. Come tendenza opposta, nel Regno Unito e in Germania sono di più le aziende che elencano i loro mercati nazionali come le loro 3 principali fonti di entrate nel 2022.

Guardando alla strategie export per il 2022, vediamo che quelle degli esportatori cinesi, italiani e francesi sono le più diversificate, in quanto più del 5% dei ricavi totali delle esportazioni proviene da più di sei mercati, contro i tre di USA, Regno Unito e Germania. Ma nonostante tutta questa diversificazione, c’è un mercato che rimane la prima destinazione per gli esportatori di Regno Unito, Germania, Italia e Cina: gli Stati Uniti, che per la Francia sono invece il secondo mercato, subito dopo la Cina.

# -16pp

Dopo l’invasione dell’Ucraina, la quota degli intervistati che si aspetta una crescita del fatturato sviluppato all’estero è scesa dal 94% al 78%.

## I principali mercati export nel 2021 e nel 2022



### Principali mercati export per Paese nel 2021

- Stati Uniti: Regno Unito (23%)
- Regno Unito: USA (28%)
- Francia: USA e Germania (17%)
- Germania: USA (18%)
- Italia: Stati Uniti e Regno Unito (22%)
- Cina: Stati Uniti (22%)

### Principali mercati export per Paese nel 2022

**Stati Uniti:** Francia (10%), Regno Unito (9%), Canada (8%)

**Regno Unito:** Spagna (8%), Germania (7%), Francia (6%)

**Francia:** Cina, Usa e Germania (tutti al 7%)

**Germania:** Francia (7%), Usa e Giappone (5%)

**Italia:** Francia e Germania (9%), Regno Unito e Giappone (7%)

**Cina:** Giappone (7%), Francia, Germania e Canada (tutti al 6%)

## I prezzi dell'energia detteranno il ritmo per il 2022

La "grande riapertura" dell'economia globale nel 2021 è stata una corsa sulle montagne russe per le aziende, perché le interruzioni delle catene di fornitura globali hanno fatto salire i costi di trasporto e i prezzi dell'energia a livelli record. Infatti, le aziende che abbiamo intervistato hanno dichiarato che i primi cinque fattori che hanno influenzato la crescita delle esportazioni nel 2021 sono stati l'incertezza sulla domanda causata dal Covid-19 (40%), gli alti prezzi dell'energia (35%), la carenza di manodopera e i costi (35%), i costi di trasporto (33%) e la carenza di input (30%).

L'aumento dei prezzi dell'energia ha costituito un ostacolo significativo soprattutto per gli esportatori del settore chimico (55%), seguito dalle utilities (48%), dagli elettrodomestici (44%), dalle costruzioni (43%) e da macchinari e attrezzature (38%). E gli esportatori italiani sono quelli che hanno sofferto di più: più della metà delle aziende italiane intervistate ha dichiarato di essere stata fortemente colpita dall'aumento dei prezzi dell'energia, seguiti dagli esportatori britannici e statunitensi. Al contrario, le aziende cinesi sono state molto meno colpite: meno di un terzo ha dichiarato di essere stato duramente colpito dal livello dei prezzi dell'energia.

La carenza di manodopera ha rappresentato un problema soprattutto nei settori dei servizi pubblici (34%), petrolio e gas (33%), costruzioni (31%), IT e telecomunicazioni (31%) e servizi (30%), e in particolare per le aziende statunitensi. Il 78% degli esportatori statunitensi ha detto di aver affrontato un impatto significativo o moderato della carenza di manodopera e dei relativi costi. Ma la quota è considerevole anche in Francia (72%), Regno Unito (65%) e Germania (65%).

Il 2022 porterà un po' di tregua? Le aziende non ne sono del tutto convinte. Molte sono ancora preoccupate per i prezzi dell'energia, i costi di trasporto e le carenze di manodopera e di input. I prezzi dell'energia sono di gran lunga la principale preoccupazione: il 72% delle aziende si aspetta che rimangano una grande sfida nel 2022. Più di un terzo delle aziende intervistate si aspettava che i prezzi dell'energia sarebbero diventati una ancora più grande nel 2022 già

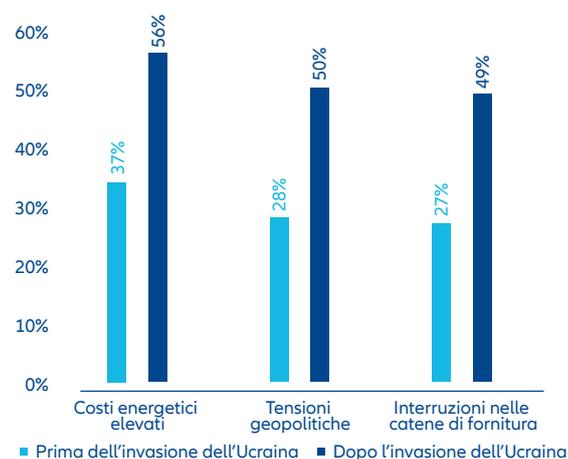
prima dell'invasione dell'Ucraina di febbraio 2022, che ha fatto salire ulteriormente i prezzi. La quota di esportatori che si aspettano che i prezzi dell'energia diventino più impegnativi nel 2022 è più alta in Italia (46%), seguita dagli Stati Uniti (38%) e dalla Francia (37%). Per contro, solo il 27% delle aziende in Cina è preoccupato. Guardando ai settori, le aziende dell'edilizia (46%), delle utilities (43%), della chimica (43%) e dei macchinari e attrezzature (42%) sono le più preoccupate.

Inoltre, circa il 40% degli esportatori si aspetta che i costi e i tempi di trasporto, la carenza di manodopera e di input rimangano delle grandi sfide nel corso del 2022.

Solo il 23% degli esportatori dichiarava che le tensioni geopolitiche avessero avuto un impatto significativo sulla propria performance del 2021 (e il 37% un impatto moderato) mentre il 32% di loro vedeva le tensioni geopolitiche come una preoccupazione crescente nel 2022 anche prima della guerra in Ucraina, soprattutto per quanto riguarda gli esportatori statunitensi, italiani e cinesi.

Il contesto globale nel 2022 dovrebbe rimanere segnato dalla guerra in Ucraina e dall'aumento del rischio (geo)politico. Gli esportatori dovranno probabilmente affrontare prospettive di domanda più basse insieme a rischi crescenti, che avranno un impatto sulla crescita del loro fatturato e sulla loro redditività.

### Le 3 principali sfide delle aziende esportatrici nel 2022



Fonte: Allianz Research

## Pagamenti internazionali: sempre più lunghi, sempre più rischiosi

L'attività export costituisce un modo collaudato per sviluppare il proprio business, ma comporta anche dei rischi, soprattutto quando si fanno affari con nuovi partner in luoghi remoti: ritardi nei pagamenti e gestione di quadri giuridici di riferimento diversi sono solo alcuni dei problemi da affrontare. La nostra indagine mostra che per la maggioranza delle aziende intervistate, addirittura il 65% in Cina, il 66% in Francia e il 56% in Germania, i problemi legati ai mancati pagamenti hanno avuto un impatto da "moderato" a "significativo" sulle proprie esportazioni nei precedenti 12 mesi.

Nonostante il forte rimbalzo economico del 2021, l'accumulo di liquidità in molte aziende<sup>1</sup> e una solida ripresa del commercio globale, il 50% dei nostri intervistati dichiara che i tempi di pagamento si sono allungati nel 2021. Questa quota è più alta in Francia, dove il 62% delle aziende ha affrontato tempi di pagamento più lunghi, seguita da Cina e Stati Uniti (48%). È interessante notare che tra le aziende che hanno intrapreso la digitalizzazione - che dovrebbe aiutare nella gestione delle transazioni - il 58% degli intervistati ha comunque riportato tempi di pagamento più lunghi.

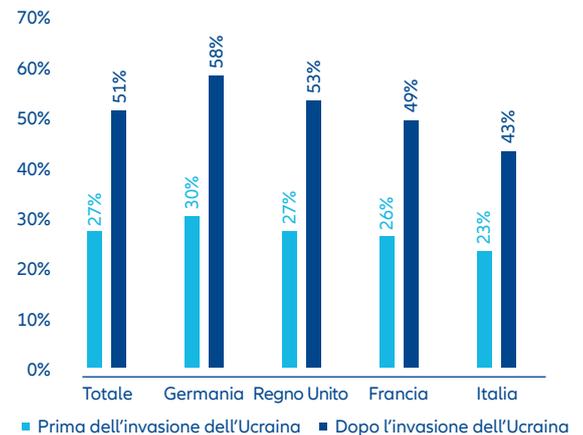
Tuttavia, queste sfide non stanno dissuadendo le aziende dal cercare nuove opportunità per sviluppare nuove opportunità di export: il 55% delle aziende che ha registrato tempi di pagamento più lunghi afferma anche che prevede di esportare in nuovi mercati nel 2022. E il 65% di esse dichiara che cercherà di ottenere più investimenti per lo sviluppo internazionale della propria azienda nel corso 2022.

Da un punto di vista settoriale, dal momento che i costi dei trasporti e dell'energia sono aumentati significativamente, non sorprende che il 57%

delle aziende nel settore della logistica e il 67% di quelle del settore *oil & gas* riportino tempi di pagamento più lunghi. In confronto, solo il 36% delle aziende manifatturiere (non-automotive) ha affrontato la stessa situazione - anche se questo potrebbe anche essere legato alle politiche di pagamento anticipato vigenti nel settore. Più della metà delle piccole imprese (da 20 a 99 dipendenti) riportano tempi di pagamento più lunghi, mentre il numero scende al 48% per le grandi imprese (+1.000 dipendenti).

Il conflitto in Ucraina sta chiaramente modificando le aspettative e abbassando la fiducia degli esportatori. A seguito dell'invasione e del conseguente impatto sull'economia globale, più della metà degli intervistati si aspetta ora che il rischio di mancato pagamento aumenti nei prossimi sei-dodici mesi, rispetto a meno del 30% nel febbraio 2022. Allo stesso modo, oltre il 40% degli esportatori ora si aspetta un allungamento dei termini di pagamento dopo lo scoppio della guerra, rispetto al 31% precedente.

Quota di intervistati che si aspettano che il rischio di mancato pagamento aumenti nei prossimi sei-dodici mesi



Fonte: Allianz Research

## Analisi

### Commercio globale: tra l'incudine e il martello?



**Ludovic Subran,**  
Chief Economist,  
Allianz

Da quando è iniziata l'invasione dell'Ucraina, il commercio globale sta affrontando un doppio colpo: uno shock di fiducia che potrebbe costare quasi mezzo trilione di dollari di domanda, ed una pressione sui prezzi, sempre più al rialzo. Per questo motivo abbiamo rivisto le nostre aspettative relative al commercio globale: prevediamo un +4,0% in termini di volume nel 2022, 2 punti percentuali in meno di quanto stimato prima della guerra. C'è anche da fare un'ulteriore considerazione, cioè che l'aumento dei prezzi del petrolio e un dollaro più forte faranno salire il costo del commercio. Infatti, dal 2020, il Brent e i prezzi dei noli dei container hanno iniziato a muoversi in sincronia, il che significa che i noli potrebbero raggiungere un picco record di 14.000 dollari/FEU. Di conseguenza, abbiamo rivisto al rialzo la nostra previsione di crescita dei prezzi del commercio globale di un enorme +5,7 punti percentuali, arrivando fino a quasi un +11% nel 2022. In aggiunta a ciò, non ci sembra verosimile sperare in una normalizzazione delle catene di approvvigionamento nel corso del 2022. Con le principali linee di container che dirottano le navi su rotte meno dirette e più costose per evitare il Mar Nero, è probabile che la congestione aumenti in altri porti europei. E il trasporto aereo è complicato dalla chiusura di spazi aerei critici.

Dall'altra parte del globo, le nuove epidemie di Covid-19 in Cina sono un'ulteriore causa di preoccupazione. Con i porti che vedono la propria attività drasticamente ridotta, o addirittura a rischio di essere chiusi per adeguarsi alla strategia zero-Covid, i tempi di consegna rimarranno estesi nel corso del 2022, e questo spingerà indietro la normalizzazione delle catene di approvvigionamento globale fino al 2023.

In questo contesto non sorprende che gli alti prezzi dell'energia, le tensioni geopolitiche e l'aumento delle strozzature nei trasporti siano le principali preoccupazioni degli esportatori europei. Mentre scrivo, i rischi di una doppia caduta nel commercio globale sono notevolmente cresciuti, e la nostra indagine conferma che il pessimismo è aumentato dall'inizio della guerra.

Ma le aziende possono adattare le loro strategie di esportazione a questa nuova normalità, proprio come hanno fatto nel 2021, l'anno in cui le interruzioni nelle catene di approvvigionamento hanno mandato in crisi la rete logistica globale. È un ottimo segno, ad esempio, il fatto che più della metà

delle imprese di Regno Unito, Germania, Francia e Italia stiano puntando a nuovi mercati export nel 2022, oltre a cercare nuovi fornitori e nuovi gestori per i servizi di trasporto. Un altro aspetto positivo: l'intensificarsi delle tensioni geopolitiche non dovrebbe frenare la globalizzazione. Oltre il 40% degli esportatori ha intenzione di cercare investimenti per lo sviluppo internazionale, ancor più di quanto previsto prima della guerra. Allo stesso tempo le aziende segnalano i finanziamenti come un rischio da tenere d'occhio nel 2022. I tassi d'inflazione record che stiamo vedendo in tutto il mondo, alimentati dalle conseguenze della guerra in Ucraina, hanno già dato il via a una stretta della politica monetaria in diverse economie avanzate. Riteniamo che questa tendenza si intensificherà nel 2022 e nel 2023, il che spiega perché oltre il 40% delle aziende europee si aspetta maggiori sfide quando si parla di finanziamenti, e perché più della metà si aspetta un aumento del rischio di mancati pagamenti nei prossimi sei o dodici mesi. Prima dello scoppio della guerra, solo il 30% aveva espresso le stesse preoccupazioni.

In questo contesto, ciò che conta è la durata del conflitto. Più a lungo continuerà, più alto sarà il rischio di un vero e proprio shock della domanda, che potrebbe spingere il commercio globale in una recessione.



Le aziende adatteranno le loro strategie export a questa nuova normalità, proprio come hanno fatto nel 2021, l'anno in cui le interruzioni nelle catene di approvvigionamento hanno mandato in crisi la rete logistica globale. È un ottimo segno, ad esempio, il fatto che più della metà delle imprese di Regno Unito, Germania, Francia e Italia stiano puntando a nuovi mercati nel 2022, oltre a cercare nuovi fornitori e nuovi gestori per i servizi di trasporto.

## Analisi

# Crescita e adattamento sono essenziali per una strategia di sviluppo internazionale del business



**Elizabeth Ducottet,**  
CEO di Thuasne

### Come ha avuto successo Thuasne a livello internazionale?

Per sviluppare una rete internazionale è necessario adottare un approccio orientato alla crescita: acquisendo aziende o fabbriche all'estero, ci si può stabilire più facilmente in nuovi mercati utilizzando le infrastrutture esistenti. Per esempio, già nel 1989, con la caduta del muro di Berlino, abbiamo sfruttato le opportunità di mercato offerte dall'Europa dell'Est aprendo filiali in Germania, Ungheria e Slovacchia.

Allo stesso tempo, però, ci concentriamo sul rafforzamento della nostra presenza locale. Il nostro modello di *business* è molto integrato: autogestiamo gran parte della nostra catena del valore, dalla progettazione alla vendita. Produciamo localmente e abbiamo *team* di vendita locali, così da non dover dipendere dai distributori esistenti. Questo ci permette di controllare i nostri costi di trasporto e di ottimizzare i cicli di vendita.

Infine, adattarsi a regole ed abitudini del mercato locale in cui si opera è essenziale. Per esempio, quando si opera in Romania, bisogna osservare come funzionano le cose a livello locale, come lavorano le persone, come funzionano i processi di produzione, e poi adottare queste caratteristiche. Bisogna anche cercare fornitori locali e adattare i propri prezzi a quel mercato.

### Avete adottato lo stesso approccio anche per il mercato americano?

Operare negli Stati Uniti è molto complicato per una PMI francese. Come dico sempre, bisogna essere americani per avere successo in America, altrimenti i vari stakeholder (regolatori, fornitori e i clienti) non ti riconoscono. Per entrare in questo mercato, bisogna assolutamente immergersi al suo interno, per beneficiare dei contatti locali. Bisogna anche considerare le specificità dei consumatori americani. Nel nostro caso, la sanità privata è molto radicata nel mercato, contrariamente all'Europa dov'è per lo più gratuita. Abbiamo dovuto adattare i nostri cicli di vendita perché i medici americani (i nostri clienti *target*) sono molto meno "neutrali" nella scelta dei farmaci da prescrivere rispetto ai medici europei.

### Quali sfide affrontate attualmente e come avete in mente di superarle?

Il prezzo e l'accesso alle materie prime è un problema reale. In un settore specifico come il nostro è difficile, in questo caso, adattarsi ed essere flessibili, perché abbiamo bisogno di input che non sono facilmente sostituibili, e il nostro prezzo è regolato. La redditività diventa un problema e dobbiamo trovare il modo di preservarla, per esempio ottimizzando il nostro modello e il ritmo di produzione.

I costi di trasporto sono un'altra preoccupazione, poiché sono quintuplicati dal 2020. Di fronte a situazioni come questa, credo profondamente nella continentalizzazione delle industrie. Alla Thuasne, favoriamo già le catene di fornitura corte, e sono convinta che questa strategia sarà presto adottata su larga scala. La reindustrializzazione dell'Europa e degli Stati Uniti inizierà, se non è già iniziata. L'incertezza principale riguarda l'approvvigionamento di energia e gas dalla Russia. Siamo stati abituati per decenni ad un accesso abbondante all'energia, a prezzi relativamente bassi. Ora dobbiamo chiederci come moderare il nostro uso dell'energia. Dobbiamo scavare più a fondo nella questione, identificare gli sprechi all'interno dei nostri processi e limitare il consumo dove possibile. Quando vedo le fabbriche, compresa la nostra, con le luci accese tutta la notte nonostante non siano in funzione, mi dico che ci sono sicuramente aree di miglioramento in termini di spreco energetico.



Come dico sempre, bisogna essere americani per avere successo in America, altrimenti i vari stakeholder (regolatori, fornitori e i clienti) non ti riconoscono. Per entrare in questo mercato, bisogna assolutamente immergersi al suo interno, per beneficiare dei contatti locali.



## Quale modello internazionale stanno adottando le aziende per affrontare questo panorama in costante mutamento?

### Investimenti nel 2022: alimentati dai flussi di cassa e dai prestiti bancari

Nonostante tutte le preoccupazioni sull'inizio della fine della globalizzazione, la crisi legata a Covid-19 non ha scatenato un'ondata di *reshoring* nel 2021. Ma la maggior parte delle aziende del nostro sondaggio preferisce ancora produrre in patria, dal 74% nel Regno Unito all'89% in Cina. Questa tendenza è particolarmente visibile nei settori dei macchinari e delle attrezzature, del petrolio e del gas, della vendita al dettaglio e della logistica: le aziende identificano l'immagine e la percezione della qualità del brand, la preparazione tecnica della forza lavoro e l'attrattiva economica del proprio Paese d'origine come le tre principali ragioni dietro questa scelta.

Al contrario, i settori dell'energia e dei servizi pubblici, dell'agroalimentare, dei prodotti chimici, dell'IT, delle telecomunicazioni e delle costruzioni sono i più integrati nelle catene di fornitura globali, con una maggiore dipendenza dagli input dall'estero. Per le aziende di questi settori i minori costi di trasporto, l'attrattiva economica del paese di produzione e la vicinanza geografica ai fornitori spiegano la scelta di esportare da una sede internazionale. È interessante notare che l'ESG arriva solo al quinto posto dopo la qualità del lavoro.

Per il 24% delle aziende francesi e il 23% di quelle britanniche che producono da una sede *offshore*, le ragioni più comunemente citate sono la vicinanza geografica ai fornitori, seguita dall'attrattiva economica del paese di produzione e dai costi di trasporto inferiori.

Le aziende in Cina e negli Stati Uniti hanno i piani di investimento più ambiziosi per il 2022: rispettivamente il 78% e il 61% prevedono di investire più nel 2022 rispetto a quanto fatto nel 2021. Non sorprende che i settori che hanno visto performance export superiori alle aspettative nel 2021, e che hanno le migliori prospettive di domanda per il 2022, siano in cima a questa lista, in particolare attrezzature per la casa, petrolio e gas, vendita al dettaglio, logistica e IT & telecomunicazioni.

Successivamente all'invasione dell'Ucraina, il 44% degli esportatori afferma che cercherà più finanziamenti per sviluppare la propria impresa a livello internazionale rispetto a quanto fatto in precedenza, con una quota che sale fino al 50% tra gli esportatori tedeschi. Tuttavia, il 15% delle aziende non prevede di investire o ridurrà i propri piani di investimento a causa della guerra, ed in questo frangente le attrezzature per la casa, i macchinari e le attrezzature saranno i settori più penalizzati. Quasi il 60% delle aziende in Italia e nel Regno Unito con maggiori intenzioni di investimento prevede di puntare a nuovi mercati di esportazione. Da un punto di vista settoriale, il 57% delle aziende manifatturiere e il 67% delle aziende IT che prevedono di investire di più cercheranno nuovi mercati di esportazione. Nel complesso ciò sottolinea una volontà di diversificare i mercati piuttosto che ritirarsi o ridimensionare le ambizioni di esportazione sulla scia della guerra.

Come verranno finanziate queste ambizioni nel 2022? I flussi di cassa saranno la principale fonte di finanziamento per più della metà degli esportatori (53%), seguiti dai prestiti bancari e dal credito dei fornitori. La quota di esportatori che prevede di usare il contante è più alta nel Regno Unito (64%), seguita dagli Stati Uniti (57%) e dalla Cina (54%). Da un punto di vista settoriale, le aziende di macchinari e attrezzature (68%), IT e telecomunicazioni (64%), logistica (63%), prodotti chimici (55%) e costruzioni (54%) affermano che è più probabile che utilizzino le disponibilità liquide a scopo di investimento. Sorprendentemente, il 75% delle aziende del settore oil & gas afferma che intende utilizzare principalmente prestiti bancari. E più della metà delle aziende nel settore delle attrezzature per la casa afferma che utilizzerà finanziamenti azionari e emissioni di obbligazioni. Al contrario, per i settori retail, servizi e agroalimentare, il credito dai fornitori sarà la principale fonte di finanziamento. Per più della metà degli esportatori che abbiamo intervistato, in tutti e sei i mercati, il miglioramento della redditività sarà la priorità principale nel 2022, anche se in Cina questo obiettivo è considerato allo stesso livello dell'aumento della resilienza agli shock futuri. Anche l'aumento della produttività e la crescita del fatturato sono tra le prime tre priorità in tutti i mercati analizzati, mentre è interessante notare che il controllo dei costi o il rimborso del sostegno statale il più rapidamente possibile non sono per ora tra le priorità.



## Analisi

### Le PMI e la “trappola della liquidità”



**Alexander  
“Sandy” Kemper,**  
Presidente e  
amministratore  
delegato di C2FO

Nel 2020 gli ingenti sostegni del governo hanno attutito il colpo che il Covid-19 ha inflitto alle aziende. Ma ad oggi c'è ancora una quota considerevole di piccole e medie imprese “fragili”, in tutto il mondo. Il più grande sollievo finanziario per queste PMI sarebbe proprio un pagamento più rapido delle fatture in sospeso: la liquidità. I programmi di prestito lanciati dai governi e dalle banche centrali del mondo per le PMI sono stati straordinari, ma saranno necessarie nuove iniziative.

Come fondatore di un'azienda tecnologica che facilita i pagamenti anticipati dei crediti, sono consapevole del fatto che, prima della crisi, in media le piccole imprese avevano solo poche settimane di liquidità. Eppure molte di loro avevano maturato crediti significativi, spesso con vendite a 60-90 giorni.

Stimiamo che queste imprese debbano riscuotere di più di 16 trilioni di dollari dai loro clienti, la metà dei quali sono grandi aziende.

Nel corso del 2020 e del 2021, le aziende negli Stati Uniti e nell'Eurozona hanno accumulato una quantità significativa di liquidità in eccesso, che fungerà da cuscinetto - almeno per ora. Ma la ricerca di Allianz Trade ha mostrato che sono i settori già ricchi di liquidità ad essersi arricchiti. Inoltre, in tutti i settori, gran parte della liquidità in eccesso sarà necessaria per finanziare le crescenti esigenze di capitale circolante. L'aumento dei prezzi degli *input* pone un altro rischio: solo una manciata di settori può trasferire i costi più alti ai propri clienti. Con la fine del sostegno pubblico e la necessità di ripagare i prestiti, i termini di pagamento delle PMI e i Days Sales Outstanding aumenteranno ulteriormente, mettendo a dura prova la liquidità. Inoltre, l'aumento dei tassi d'interesse non farà che esacerbare la sfida che le PMI affrontano nell'accesso al capitale a prezzi ragionevoli.

Perché questo tema è così importante? La Banca Mondiale stima che i 150 milioni di PMI nel mondo impiegano il 60% della popolazione attiva e generano quasi il 50% del PIL mondiale. Man mano che i termini di pagamento si

allungano, il rischio di insolvenze aumenta. Come Allianz Trade ha rilevato, il 7% del totale delle PMI sono già a rischio di insolvenza in Germania, il 13% in Francia e il 15% nel Regno Unito. Questo mette a rischio milioni di posti di lavoro.

E allora cosa succederebbe se creassimo dei finanziamenti a basso costo appositamente per le grandi aziende, con lo scopo di pagare immediatamente i propri fornitori di piccole e medie dimensioni? Elimineremmo la necessità di sottoscrivere prestiti per decine di milioni di imprese, che stanno già intasando i canali finanziari tradizionali. Fare questo su larga scala significherebbe creare 8 trilioni di dollari per dare sollievo immediato per le PMI del mondo senza costringerle a prendere in prestito un centesimo.

Una grande azienda ha in media migliaia di fornitori, la maggior parte dei quali sono PMI. Una linea di credito a una grande azienda con una catena di approvvigionamento considerevole può anticipare fondi a più di 1.000 PMI, un effetto amplificatore 1:1000. Se solo 20.000 processi di questo tipo fossero creati, i pagamenti anticipati - quindi la liquidità - potrebbero immediatamente portare benefici a oltre 20.000.000 di PMI.



Non appena il sostegno statale terminerà e i prestiti dovranno essere ripagati, i termini di pagamento delle PMI e i Days Sales Outstanding cresceranno, con conseguenze sulla liquidità.

## Analisi

### Il futuro del commercio: innovazione e fattori chiave per il successo



**Kelvin Tan,**  
Amministratore  
Delegato e Capo  
degli Investimenti  
di Origin Capital  
Management

Gli attori dell'ecosistema del commercio fisico stanno affrontando sfide senza precedenti in termini di incertezze legate alle catene di fornitura, adattandosi alla digitalizzazione e alle tecnologie dell'Industria 4.0, mantenendo al contempo il passo con il monitoraggio ESG e l'aumento dei costi energetici.

Allo stesso tempo, per le istituzioni finanziarie e gli assicuratori, l'aumento delle frodi, l'accresciuto controllo normativo e i rischi di sanzioni si traducono in tagli/riduzioni delle linee bancarie e dei massimali - ampliando ulteriormente il *gap* di finanziamento per le aziende e le PMI.

#### **Il commercio riserva ancora opportunità per quasi 30 trilioni di dollari**

Certo, il commercio deve affrontare sfide enormi. Tuttavia, il suo futuro è ancora luminoso.

Nel 2021, il commercio globale ha raggiunto un livello record di 28,5 trilioni di dollari<sup>2</sup>.

L'emergere delle valute digitali delle banche centrali e l'inizio dell'economia Web 3.0 genereranno incredibili opportunità di crescita nel settore finanziario.

L'ascesa di #tradetech (tecnologie adatte a risolvere i punti dolenti del commercio, del settore marittimo e della logistica) accelererà senza dubbio la trasformazione e la digitalizzazione nel settore - sbloccando massicci incrementi di produttività ed efficienza operativa (vedi Tabella I).

L'innovazione Fintech del settore crediti commerciali produrrà gli "unicorni" bancari di domani, accanto alle circa 250 banche digitali e neo-banche oggi presenti a livello globale.



L'innovazione Fintech nel settore crediti commerciali produrrà gli "unicorni" bancari di domani, accanto alle circa 250 banche digitali e neo-banche oggi presenti a livello globale.

## I fattori chiave per il successo nel commercio

Come possiamo individuare i fattori di successo in un panorama di opportunità così ampio?

Ecco tre spunti:

### (A) Dove il commercio fisico e finanziario si incontrano e si incontrano

Il successo della combinazione di standard e dati tra i vettori commerciali fisici e gli intermediari finanziari produrrà nuovi prodotti che potenzieranno il commercio digitale. Per esempio, la vecchia polizza di carico, che è nata nel XVI secolo, sta finalmente diventando elettronica nei casi in cui gli organismi dell'industria marittima si collegano con SWIFT e l'ICC<sup>3</sup>.

Nel frattempo gli spedizionieri, le compagnie di linea e i fornitori di logistica stanno sfruttando la loro rete e i loro dati non solo per sottoscrivere prestiti per i loro clienti, ottimizzando ulteriormente il commercio B2B, ma anche lavorando per strutturare i loro enormi pool di dati fisici della catena di approvvigionamento in informazioni che possono essere utilizzate per ridurre i rischi di finanziamento e di sottoscrizione assicurativa.

Tra l'altro, questi dati convalidano che un flusso commerciale autentico ha avuto luogo, forniscono un punto di riferimento per un controllo incrociato contro il riciclaggio di denaro basato sul commercio e permettono anche di generare rapporti di tracciabilità. Questa potrebbe essere ulteriormente extrapolata per permettere un reporting di ESG/sostenibilità. Da questo punto di vista, le aziende da tenere d'occhio sono NinjaVan (Singapore), Flexport (USA) e Beacon (Regno Unito).

### (B) Valute digitali in ambito Trade Finance

Secondo la Banca dei Regolamenti Internazionali (BRI), oltre l'80% delle banche centrali di tutto il mondo sta esaminando le valute digitali delle banche centrali (CBDC) attraverso progetti pilota, studi o lanci di prova. Non è inconcepibile che, entro tre anni, i prestiti pilota e i contratti commerciali B2B saranno declinati in valute digitali delle banche centrali (CBDC).

La Cina è un chiaro *front-runner* sullo yuan digitale, e dato il volume e la scala del commercio cinese con i Paesi vicini, non sarei sorpreso di vedere lo yuan digitale sostituire il dollaro in alcuni contratti commerciali - a partire dai contratti tra la Grande Baia cinese e Hong Kong.

Oltre alla Cina, altri Paesi degni di nota sono la Corea del Sud (i cui casi d'uso includono le rimesse internazionali) e la Nigeria, la cui eNaira potrebbe facilitare la convertibilità delle valute dell'Africa occidentale e migliorare il commercio intraafricano in Africa occidentale. C'è anche il Progetto Dunbar, guidato dall'*hub* di innovazione della BRI a Singapore, che cerca di favorire il regolamento internazionale usando più CBDC.

Le aziende tecnologiche da tenere d'occhio sono quelle che forniscono la tecnologia sottostante e il protocollo che sostiene, tra l'altro, il regolamento e il pagamento transfrontaliero dei CBDC per il commercio. Esempi di tale tecnologia *blockchain* includono Klaytn, Corda e Quorum.

Gli stablecoins<sup>4</sup> per la finanza commerciale non sono comunque da escludere, in quanto possono certamente coesistere con i CBDC, e fornire altri servizi di supporto "DeFI" come le banche di transazione.

### (C) Opportunità di corridoi commerciali, grazie ad accordi commerciali digitali

Gli accordi commerciali digitali che regolano e permettono l'accesso al mercato per i fornitori di servizi digitali tra i Paesi, e che permettono il flusso di dati attraverso standard armonizzati e affidabili, sbloccheranno nuove opportunità nel commercio digitale e nella finanza commerciale.

Per esempio, l'accordo sull'economia digitale tra Regno Unito e Singapore, firmato di recente, mette in atto un quadro giuridico per il fine digitale *end-to-end*, che comprende pagamenti elettronici, commercio senza carta, flussi di dati transfrontalieri affidabili e progetti pilota sulle polizze di carico elettroniche e il riconoscimento reciproco delle identità digitali. Strategicamente situato nel cuore del sud-est asiatico (la cui economia digitale crescerà fino a 1 trilione di dollari entro il 2030), Singapore ha sostenuto accordi simili con Nuova Zelanda, Australia e Cile.

2 <https://unctad.org/news/global-trade-hits-record-high-285-trillion-2021-likely-be-subdued-2022>

3 <https://www.gtreview.com/news/fintech/shipping-industry-bodies-link-up-with-icc-and-swift-to-form-digitalisation-alliance/>

4 Le stablecoin sono una classe di criptovalute che mirano a offrire stabilità dei prezzi essendo supportate da un asset di riserva.

# La digitalizzazione e i criteri ESG stanno rimodellando il modo in cui le aziende commerciano a livello globale?

## La maggior parte degli esportatori si adegua all'ESG innanzitutto attraverso i fornitori e rimane indifferente alle tasse sul carbonio

Il commercio globale è ed è sempre stato un forte motore di innovazione, crescita e sviluppo, ma gioca anche un ruolo nella deforestazione, nella povertà e nelle emissioni di carbonio. Mentre il mondo punta a diventare *carbon neutral* per combattere il cambiamento climatico, il futuro del commercio dovrà diventare sostenibile: uno scambio transfrontaliero di beni e servizi che va oltre la generazione di valore economico per le parti coinvolte per fornire un beneficio - o almeno non danneggiare - la società e l'ambiente.

Si possono così abbracciare *input* più verdi, passare a processi meno inquinanti, selezionare *partner* commerciali più responsabili, ecc. La nostra indagine mostra che quest'ultima è la strategia più popolare: il 50% degli intervistati afferma che sta adattando in tal senso le proprie relazioni con i fornitori, per esempio lavorando con più aziende ESG-compliant. Questo è il caso soprattutto degli esportatori cinesi (64%, rispetto al solo 40% del Regno Unito).

A livello globale, regionale e nazionale, anche le politiche e i regolamenti commerciali si stanno evolvendo per sostenere gli obiettivi ambientali e raggiungere la neutralità del carbonio. L'UE, per esempio, ha proposto un Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) che richiederà agli importatori UE o ai produttori non UE di pagare tasse sul carbonio corrispondenti al prezzo del carbonio che sarebbe stato pagato

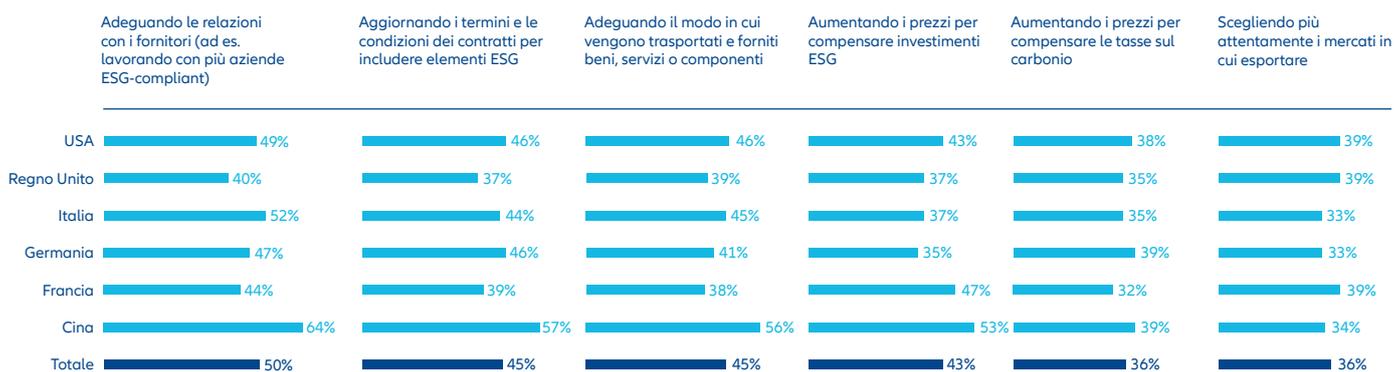
se le merci fossero state prodotte secondo le regole UE. Anche il Canada e il Giappone stanno lavorando su iniziative simili. Nel Regno Unito, le tariffe sui prodotti verdi (prodotti a basso contenuto di carbonio o legati alla transizione energetica) sono state eliminate.

E, tuttavia, scopriamo che la maggior parte delle aziende rimane finora indifferente ai prezzi del carbonio. Solo il 36% nelle tre maggiori economie dell'UE (Germania, Francia e Italia) dichiara di aver dovuto aumentare i prezzi per compensare le tasse sul carbonio. Questo rivela anche che i prezzi del carbonio sono ancora troppo bassi per innescare un cambiamento aziendale o aumentare i prezzi di vendita. La nostra indagine mostra inoltre che, ad oggi, la regolamentazione ESG non sta spostando i flussi commerciali globali. La maggior parte degli intervistati non utilizza criteri ESG nella scelta dei mercati di esportazione. Solo il 34% delle aziende in Cina, il più grande esportatore del mondo, afferma che l'ESG le ha portate a scegliere diversamente i propri mercati di esportazione.

Inoltre, la nostra indagine rivela che gli attuali prezzi del carbonio sono troppo bassi per far salire il prezzo dei beni scambiati, rendendoli meno efficaci nel tentativo della riduzione delle emissioni di carbonio.

Tutto questo significa che l'argomento ESG ha ancora molta strada da fare prima di diventare parte integrante delle preoccupazioni e delle operazioni degli esportatori.

### In che modo avete adattato ai criteri ESG le vostre scelte relative al commercio globale?



## Analisi

### Il futuro del commercio deve essere verde



**Ngozi Okonjo-Iweala,**  
direttore generale  
dell'Organizzazione  
Mondiale del  
Commercio (OMC)<sup>5</sup>

Il mondo sta affrontando un'era di "policrisi" - crisi che intrecciano economia, ambiente e salute pubblica - che richiedono risposte sfaccettate. Dobbiamo ridurre la povertà aumentando la sostenibilità ambientale, e dobbiamo guidare la ripresa sanitaria ed economica post COVID-19 costruendo economie più verdi e socialmente inclusive, investendo al contempo nei sistemi necessari per identificare e contenere futuri focolai di malattia.

Il commercio è una parte fondamentale della soluzione alle sfide che dobbiamo affrontare. Infatti, il commercio ha un ruolo poco considerato nel permettere una giusta transizione a basse emissioni di carbonio, nel migliorare la biodiversità marina e nell'affrontare l'inquinamento dovuto alla plastica e alla deforestazione.

Questo potrebbe sembrare contraddittorio, considerando le pesanti emissioni di carbonio associate all'industria della navigazione marittima e del trasporto aereo, che trasportano le merci da un luogo all'altro. Ma il commercio può rendere la produzione più efficiente, il che può ridurre le emissioni. Può anche essere un meccanismo importante per la diffusione nel mondo di nuove tecnologie meno inquinanti.

La risposta migliore ai problemi reali che stiamo affrontando risiede in un commercio migliore - in una globalizzazione più efficace, o, come la definisco io, una ri-globalizzazione - che porti persone e Paesi emarginati nel *mainstream* economico, aiutandoci a scindere il benessere umano dall'impatto ambientale.

Come può funzionare? In primo luogo, il commercio può essere un potente strumento per sostenere l'adattamento al cambiamento climatico e la sua attenuazione, in particolare per i paesi in via di sviluppo. Di fronte al fallimento dei raccolti e ai disastri naturali, il commercio può costituire un meccanismo di adattamento e resilienza. I paesi colpiti possono importare il cibo e le forniture necessarie per la ricostruzione, mentre la produzione interna rimane compromessa, permettendo alle loro economie di riprendersi più rapidamente.

Dal punto di vista della mitigazione, la concorrenza internazionale e l'emergere di una catena di approvvigionamento del solare fotovoltaico (PV) integrata a livello globale ha contribuito a rendere il

solare la fonte più economica di produzione di elettricità in molte parti del mondo. L'energia eolica ha beneficiato di tendenze simili. Abbassare le barriere commerciali legate ai beni e ai servizi ambientali potrebbe ridurre i costi delle tecnologie future, come le batterie avanzate e gli elettrolizzatori di idrogeno, e abbassare i costi di capitale.

Per combattere l'inquinamento dovuto alla plastica, la cooperazione nella politica commerciale potrebbe anche migliorare la trasparenza, allineare gli standard e i regolamenti per favorire la riciclabilità e la compostabilità e creare mercati per i sostituti della plastica. I Paesi potrebbero abbassare le barriere commerciali legate ai beni e ai servizi ambientali necessari per rendere le catene di approvvigionamento della plastica più circolari - cioè, per usare i rifiuti di plastica come materia prima per produrre plastica - e per promuovere alternative sostenibili laddove opportuno.

Certamente, accanto a queste iniziative, sarà necessaria la collaborazione tra il settore privato e le organizzazioni internazionali competenti per ridurre le emissioni derivanti dal commercio. E le politiche commerciali legate al clima devono essere inquadrate con una giusta transizione, con tempi di conversione per i Paesi in via di sviluppo per trovare non solo alternative al carbone, ma anche i finanziamenti per costruire direttamente alternative sostenibili.

Il commercio può e deve aiutarci a rispondere ai problemi che affrontiamo nelle nostre economie, società e ambienti naturali. Scelte giudiciose di politica commerciale possono aiutarci a prepararci a rischi e shock futuri. Il futuro del commercio non è solo servizi e digitale; il futuro del commercio deve essere anche verde.



Il commercio ha un ruolo fondamentale nel permettere una giusta transizione a basse emissioni di carbonio, nel migliorare la biodiversità marina e nell'affrontare l'inquinamento dovuto alla plastica e alla deforestazione.

<sup>5</sup> Adattato, con il suo consenso, dal discorso pronunciato dal direttore generale dell'Organizzazione mondiale del commercio NGOZI OKONJO-IWEALA il 28 gennaio 2022 alla conferenza Per un commercio più sostenibile e responsabile, organizzata dal ministero del commercio francese.

## Digitalizzazione: responsabilizzare il commercio globale

La stragrande maggioranza degli intervistati nel nostro sondaggio (oltre il 90%) afferma di aver intrapreso sforzi di digitalizzazione negli ultimi anni, con una quota per Paese che va dall'87% nel Regno Unito al 94% in Cina. Con la pandemia, questa tendenza alla digitalizzazione ha certamente subito un'accelerazione, non solo nelle strategie di business delle aziende, ma anche nelle abitudini di lavoro e nei processi amministrativi.

Da un punto di vista economico, le attività che si sono spostate online hanno contribuito a mitigare in parte l'impatto negativo complessivo dello shock del Covid-19 sull'economia globale. Una ricerca precedente di Allianz Trade mostra che i Paesi con un ambiente più favorevole alla digitalizzazione sono stati mediamente più resilienti quando hanno affrontato i primi lock-down nel 2020, in quanto la tecnologia ha fornito loro quell'agilità necessaria per adattarsi ai nuovi modi di lavorare.

Infatti, nel nostro ultimo sondaggio, molti intervistati hanno identificato la digitalizzazione della produzione come un modo per adattare le proprie strategie di esportazione al contesto pandemico nel 2021 (60% delle aziende in Cina, 48% in Italia e 38% in Germania). Inoltre, circa la metà ha affermato che la digitalizzazione le ha aiutate ad aumentare la produttività complessiva, a ridurre i costi e a raggiungere

nuovi mercati e clienti che non possono accedere facilmente ai negozi tradizionali (ad esempio la crescente classe media nelle città più piccole della Cina).

Circa la metà degli intervistati afferma inoltre che la digitalizzazione li ha aiutati a migliorare la resilienza delle catene di fornitura. In particolare, quasi due terzi delle aziende cinesi ne stanno vedendo i benefici. La nostra Global Supply Chain Survey del 2020 aveva già mostrato che le aziende altamente digitalizzate sono significativamente più propense a cercare fornitori in Cina rispetto a quelle che non lo sono. Questo potrebbe implicare che le aziende tecnologicamente avanzate sono meglio attrezzate per commerciare con partner più lontani, il che potrebbe potenzialmente aiutarle a diversificare il business e raggiungere nuovi fornitori e clienti.

Più di un terzo dei nostri intervistati ha affermato di usare già la tecnologia *blockchain*, e i modi in cui le tecnologie digitali emergenti potranno aiutare le transazioni transfrontaliere sono probabilmente destinati ad aumentare. Nel complesso la digitalizzazione può aumentare la scala, la velocità e la diversificazione del commercio globale, permettendo alle aziende di raggiungere più clienti e rafforzare il monitoraggio e il funzionamento delle catene di fornitura.



## Analisi

# La pandemia ha accelerato l'apprendimento digitale e il lavoro ibrido



**Christian Greisberger,**  
Head of Global  
Risk Management  
di Acer

### Quando e come si realizzerà una normalizzazione delle catene di approvvigionamento dell'elettronica?

Per l'industria IT, in particolare per i PC, le catene di fornitura sono state continuamente sottoposte a forte pressione dall'inizio della pandemia, poiché il lavoro e l'apprendimento da remoto sono diventati la norma. Queste esigenze, insieme a quelle dell'intrattenimento domestico, hanno innescato una maggiore domanda di PC. L'ottimizzazione dell'offerta e della capacità produttiva hanno aiutato a massimizzare l'output, e contestualmente molti fornitori hanno iniziato ad espandere la propria capacità produttiva. Oggi, però, le limitazioni delle risorse (incluse le risorse umane per migliorare la capacità logistica e i tempi di consegna) dovute alla pandemia hanno peggiorato le condizioni. La disponibilità logistica, che si tratti di prezzi, capacità o tempi di consegna, ha reso lo scenario ancora peggiore.

### Come fa un'azienda come Acer a continuare a fornire elettronica al mondo nell'attuale contesto delle catene di fornitura? Come avete adattato i vostri processi dal 2020 ad oggi?

Acer ha forti partnership di lunga data nell'ambito della catena di fornitura, ed è altamente flessibile nella gestione degli approvvigionamenti. Abbiamo una pianificazione a lungo termine ed una serie di operazioni per diversificare le catene di fornitura e la gestione del rischio. Acer collabora con tutti i membri della propria catena di approvvigionamento, con continui test di qualità. Con questi sforzi, non solo abbiamo rafforzato il nostro rapporto con i partner, ma abbiamo anche migliorato la nostra offerta in tutta la catena di fornitura, il che ha sostenuto la crescita di Acer negli ultimi due anni e ci aiuterà sicuramente ad andare avanti con successo.

Inoltre, anche durante la pandemia, Acer ha comunque condotto due conferenze stampa globali ogni anno per lanciare le ultime tecnologie e i prodotti sviluppati. Attraverso questi eventi digitali online abbiamo raggiunto diversi target di pubblico, inclusi, ma non solo,

consumatori, creator e professionisti. Mettiamo inoltre le persone al centro quando progettiamo e creiamo i prodotti. Oltre al nostro impegno verso RE100 entro il 2035, ci siamo anche impegnati a utilizzare entro il 2025 il 20-30% di plastica PCR (riciclata post-consumo) nei nostri prodotti. Abbiamo anche lanciato la piattaforma "Acer Earthion" per affrontare le sfide ambientali, e abbiamo collaborato con i partner per integrare soluzioni ecologiche nei dispositivi per gli utenti. Queste partnership non servono solo a bilanciare la domanda e l'offerta a breve termine, ma a posizionarci per nuove opportunità in una catena di fornitura più reattiva, atta a offrire prodotti sia di consumo che commerciali.

### Che trend avete osservato dal punto di vista dei ritardi di pagamento e delle insolvenze? Quando torneranno ad una fase di normalizzazione?

Tutti i ritardi di pagamento nascono da problemi delle catene di fornitura. Acer non ha acquirenti che pagano in ritardo a causa di altre ragioni, come i vincoli di liquidità. L'indice di efficacia di riscossione di Acer per i ritardi di pagamento oltre i 16 giorni è globalmente al 98% (a gennaio 2022). Questo indice è influenzato dalle estensioni dei termini di pagamento approvati, che compensano i problemi delle catene di fornitura, ad esempio per le consegne in ritardo o le merci non ancora consegnate. Acer non ha avuto nessuna inadempienza da parte degli acquirenti. L'opinione di Acer è che d'ora in poi, una volta che i problemi relativi alla *supply chain* si saranno attenuati, le prestazioni di pagamento si normalizzeranno e saranno senza ritardi.

### La pandemia ha cambiato le pratiche di gestione del credito nel gruppo ACER? Ci sono differenze tra le varie aree geografiche?

Acer esamina la performance finanziaria dei propri clienti, e ha stabilito una valutazione del rischio su base trimestrale o ad-hoc per tutti i gradi di rischio (invece che su base annuale o semestrale) per garantire che tutti i rilasci di ordini siano giustificati e in sincronia con la salute finanziaria dell'acquirente. Non ci sono differenze tra le aree geografiche.

## Analisi

### Il ruolo delle agenzie europee di promozione commerciale



**Christophe Lecourtier,**  
direttore generale  
di Business France

#### Come possono i Paesi aiutare gli esportatori a far crescere le proprie attività internazionali? Dovrebbero fare di più? Può parlarci del Team France Export?

La Francia ha fatto la scelta nel 2018 di creare Team France Export per aiutare le imprese esportatrici francesi nelle propria attività di esportazione. Si tratta di una risposta pragmatica e sul campo con un duplice obiettivo: aumentare il numero di piccole e medie imprese (PMI) esportatrici aumentando al contempo il volume delle esportazioni.

In pratica, le imprese hanno ormai un solo contatto, un consulente internazionale, con accesso a tutta la gamma di offerte pubbliche, così come alle migliori offerte del settore privato, situate all'interno di uno sportello unico in ogni regione. Team France Export ha firmato 19 accordi regionali (comprese tutte le regioni metropolitane, la Corsica, la Guadalupa, la Martinica, la Guyana francese, l'isola di Reunion e Mayotte). Attualmente, 200 consulenti internazionali sono dislocati in tutta la Francia.

**Tra il 2018 e il 2021, 27.734 PMI e medie imprese hanno ricevuto il sostegno di Team France Export con attività di esportazione/ pianificazione dell'esportazione, con 8.128 PMI e medie imprese sostenute nel 2021 e un aumento del 19% (escluse le fiere) rispetto al 2020.**

#### Come possono lavorare meglio insieme i settori pubblico e privato?

Il settore pubblico non ha né i mezzi né la vocazione per agire in tutti i settori, e le competenze e i servizi del settore privato (formazione, consulenza giuridica, logistica, finanziamento e sicurezza dei pagamenti, per esempio) sono ormai integrati in una catena di valore collettiva istituita per soddisfare tutti i bisogni delle imprese e contribuire alla realizzazione dei propri progetti internazionali.

Il Team France Export riunisce le competenze di Business France, CCI France e Bpifrance, insieme all'esperienza di più di 40 operatori pubblici e privati che offrono sostegno e finanziamento ([www.teamfrance-export.fr](http://www.teamfrance-export.fr)), in un dialogo permanente con 166 federazioni, associazioni professionali e cluster di innovazione.

#### Come valuta il sostegno alle imprese francesi rispetto ad altri Paesi? Pensa che le agenzie europee di promozione commerciale potrebbero fare di più?

La maggior parte delle organizzazioni europee di promozione commerciale offre servizi simili a quelli di Business France. Tutte hanno anche sviluppato un'offerta online dopo la crisi pandemica.

La caratteristica principale di Business France, al di là delle sue maggiori dimensioni in Europa (escluso il Regno Unito), è il suo modello economico, basato su commissioni a carico delle imprese che utilizzano i suoi servizi di esportazione. Molte organizzazioni di promozione commerciale (TPO) in Europa offrono solo servizi gratuiti, e, per quelle che fanno pagare alcuni dei loro servizi, l'impatto sul bilancio dell'agenzia è limitato all'1%-10% nella maggior parte dei casi. Solo Business France (55%), Business Sweden (50%) e la spagnola ICEX (20%) superano questa cifra.

Oggi, la cooperazione tra le TPO europee è abbastanza forte: Business France è uno dei membri fondatori di ETPOA (European Trade Promotion Organizations' Association), che è stata creata nel 2019 e conta 27 membri a partire dal 2022.

#### Può citare tre priorità pubbliche e imprenditoriali che, secondo lei, potrebbero aiutare ad aumentare le esportazioni negli anni a venire?

La Francia ha più di 1.700 imprese che operano nel settore *healthtech*: 720 biotech, più di 800 *medtech* e 200 nella salute digitale. Entro il 2030, l'*healthtech* potrebbe generare 130.000 posti di lavoro diretti e indiretti e un fatturato di 40 miliardi di euro (fonte: France Biotech).

La "transizione ecologica" è un'area settoriale che è, in sostanza, una priorità per le esportazioni perché l'industria nazionale deve essere strutturata meglio per veicolare queste competenze a livello internazionale. Questo ampio universo comprende la mobilità, la transizione energetica, la digitalizzazione e la decarbonizzazione, e anche le città intelligenti. Come tale, la digitalizzazione degli scambi B2B è senza dubbio la nostra massima priorità.

# Sostegno statale: cosa si aspettano davvero le aziende dai governi?

## Da salvavita a morfina aziendale?

In risposta alla crisi pandemica, i governi di tutto il mondo hanno attivato una serie di misure per proteggere le famiglie e le imprese. Per evitare un'ondata di fallimenti, hanno apportato modifiche temporanee ai regimi di insolvenza, sospendendo l'obbligo di presentare le istanze di fallimento o allentando alcuni criteri per avviarle. Hanno inoltre utilizzato la spesa pubblica per sostenere la liquidità e la redditività, con politiche che hanno spaziato dai rinvii e dai tagli fiscali ai prestiti garantiti dallo Stato, ai programmi di lavoro a breve termine, ai trasferimenti di denaro e alle iniezioni di capitale. Ci sono stati anche alcuni casi di ricapitalizzazione su larga scala (per esempio nel settore del trasporto aereo).

Questo sostegno ha rappresentato un'ancora di salvezza per le aziende: la nostra indagine rivela che la maggioranza delle imprese esportatrici ha ricevuto una qualche forma di sostegno statale negli ultimi 12 mesi, soprattutto in Cina (70%) e in Italia (60%). E due terzi degli intervistati confermano che questo sostegno ha aiutato il proprio business a sopravvivere alla crisi. Circa un quarto degli intervistati riferisce di aver potuto investire nella produzione e diversificare i fornitori, mentre circa il 20% afferma di aver potuto ridurre i tempi di pagamento ai fornitori.

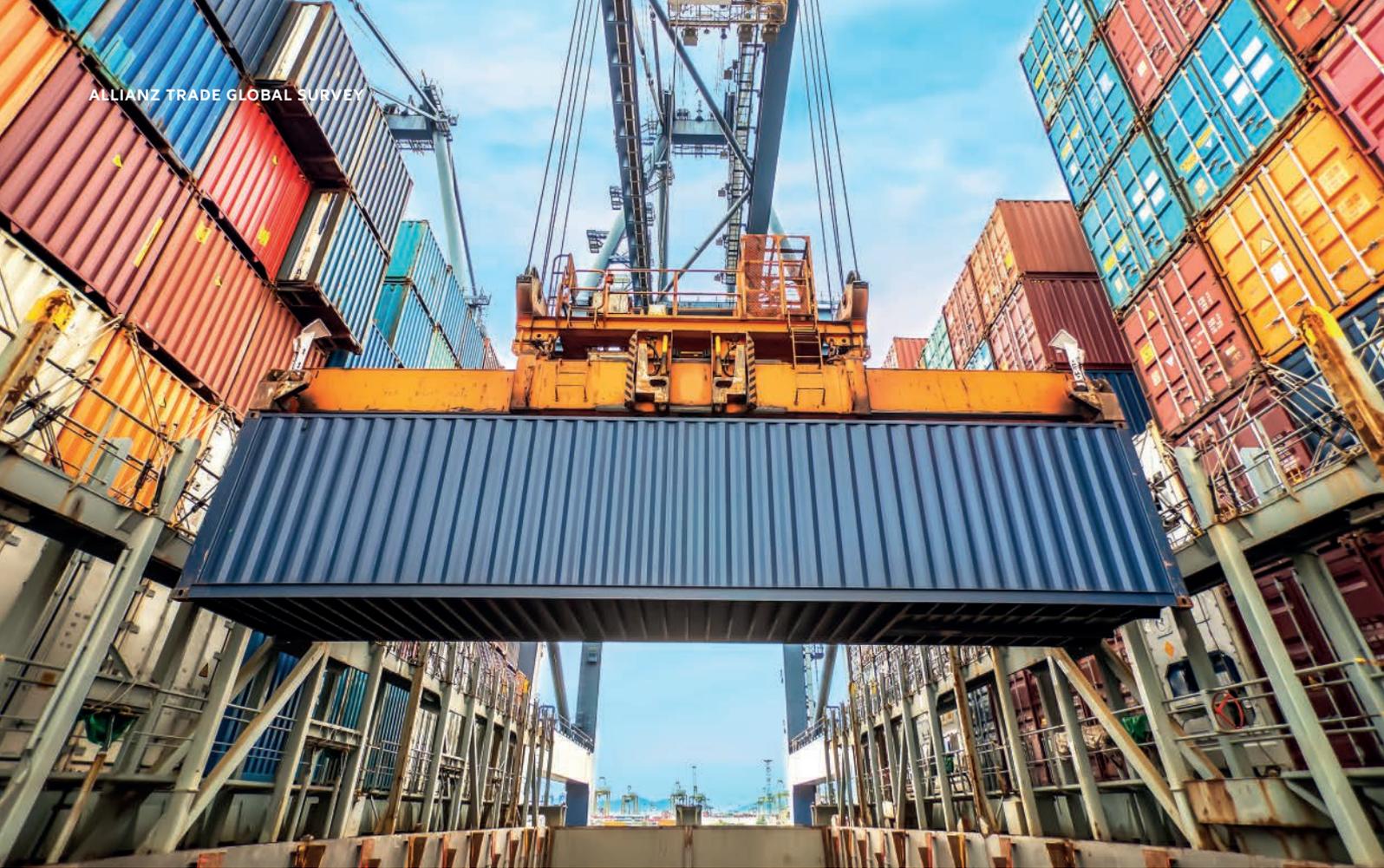
Come possono i governi sostenere ulteriormente le aziende? Dato che molte economie stanno lottando con la carenza di manodopera qualificata in Europa, il 44% delle aziende in Francia, il 45% in Germania e il 53% in Italia chiedono ai loro governi di implementare politiche lavorative. Non sorprende che, dopo alcuni anni di politiche protezionistiche negli Stati Uniti e un anno dopo la Brexit, quasi la metà delle imprese statunitensi e britanniche vogliono che i loro governi realizzino nuovi accordi di libero scambio.

Mentre il periodo peggiore della pandemia sembra essere alle spalle, la nostra indagine suggerisce che il 50% delle aziende spera ancora che il sostegno finanziario continui. Infatti, oltre il 30% delle aziende si aspetta che il sostegno statale finanzi le loro attività anche nel 2022. Circa la metà degli esportatori europei pensa che il sostegno finanziario sotto forma di prestiti garantiti dallo stato e sussidi diretti aiuterebbe la propria impresa a sopportare meglio l'impatto della guerra. Solo il 40% la pensava allo stesso modo prima dello scoppio della guerra. La seconda scelta più popolare è quella di nuovi accordi di libero scambio (47%, soprattutto tra le aziende francesi e britanniche) e il supporto operativo delle agenzie di esportazione (44%, soprattutto tra le aziende tedesche e britanniche).

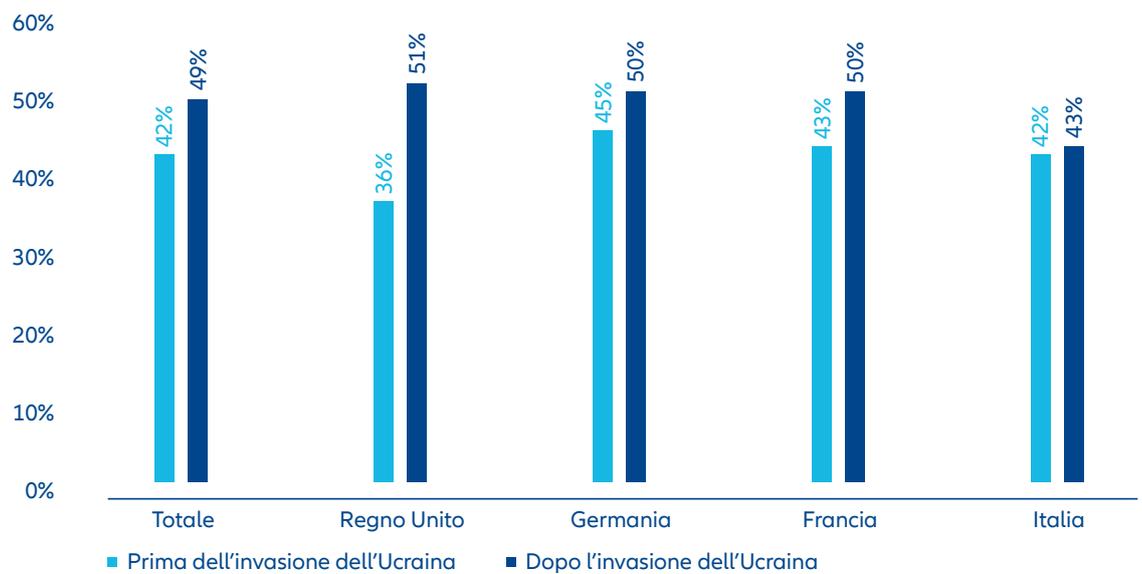
In questo contesto, potremmo mettere in discussione sia la politica fiscale allentata dei governi sia i potenziali "effetti collaterali" negativi delle imprese che fanno eccessivo affidamento su di essa e forse non si preparano adeguatamente per eventi di rischio estremi come quelli visti negli ultimi due anni. Il sostegno finanziario statale sembra essere diventato una "nuova normalità" per alcune aziende.

il  
**50%**

degli intervistati spera che il supporto statale continui



% degli intervistati che considera i finanziamenti dei governi utili per la propria attività export



Fonte: Allianz Research

## Analisi

### La fine della globalizzazione come la conosciamo



**Jean-Pisany Ferry,**  
Ex Commissario  
Generale  
francese per la  
Pianificazione  
politica, Senior  
Fellow al Bruegel e  
all'Istituto Peterson  
per l'Economia  
Internazionale

Per la maggior parte delle persone, la globalizzazione è stato sinonimo di liberalizzazione generalizzata. A partire principalmente dagli anni 80, i governi hanno consentito che beni, servizi, capitali e dati si muovessero attraverso i confini, con pochi controlli. Questo ha portato al trionfo del capitalismo e delle sue regole economiche, in tutto il mondo.

Già prima della guerra in Ucraina, questa tipologia di globalizzazione stava terminando, per due ragioni. La prima è che la comunità internazionale sta affrontando una serie di grandi sfide, tra la crisi pandemica e quella climatica. La seconda è una ragione politica: in tutti i Paesi si è assistito ad una ribellione delle classi che erano state lasciate indietro, come testimoniano la Brexit e l'elezione di Donald Trump come presidente degli Stati Uniti, fino alla protesta dei "gilet gialli" in Francia. Come ha affermato Raghuram Rajan, il mondo è diventato un "nirvana per le classi medio-alte" (e chiaramente quelle ricche) e dove solo i figli delle persone di successo hanno successo". Questo richiama all'attenzione la sostenibilità politica della globalizzazione. La tensione tra la necessità di un'azione globale che consenta di realizzare le aspirazioni di crescita ed il ritorno alla ricostruzione di comunità locali all'interno dei confini nazionali è la vera sfida per i *policymaker* oggi. Ed al momento è difficile immaginare come si potrà risolvere, soprattutto alla luce delle nuove tensioni geopolitiche.

Cosa succederà ora? In un suo recente saggio, Pascal Canfin, capo della Commissione per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare del Parlamento Europeo, parla della cosiddetta "globalizzazione progressiva". Afferma che l'attivismo fiscale e monetario promosso da quasi tutte le economie avanzate in risposta alla pandemia, il crescente disallineamento dei piani di azione per la questione climatica, e il recente accordo G7 per tassare le multinazionali, sono tutte vicende che indicano che la globalizzazione delle *governance* sta diventando una realtà.

La globalizzazione progressiva non è più un sogno irrealizzabile; sta diventando un progetto politico. Ma difficilmente allevierà il malcontento di chi ha perso il lavoro o di chi si sente minacciato: queste categorie sono infatti alla ricerca di soluzioni protezionistiche e risposte concrete.

Il meccanismo di adeguamento delle emissioni di carbone dell'Unione Europea è un test chiave. Richiedendo agli importatori di prodotti *carbon-intensive* di acquistare crediti per avere il permesso di generare le emissioni, l'Unione Europea intende prevenire situazioni in cui i produttori eccedano i limiti imposti spostandosi altrove. Ma questa iniziativa è controversa. Le negoziazioni saranno difficili, perché l'attuale stato delle relazioni internazionali non aiuterà a determinare una soluzione che bilanci correttamente le istanze nazionali, quelle regionali e quelle globali.

L'esito indicherà se sarà possibile riconciliare queste istanze. Per il momento, se la vecchia globalizzazione sta morendo, la nuova non è ancora nata.



La tensione tra la necessità di un'azione globale che consenta di realizzare le aspirazioni di crescita ed il ritorno alla ricostruzione di comunità locali all'interno dei confini nazionali è la vera sfida per i *policymaker* oggi.

## Analisi

# L'accordo economico e commerciale globale Canada - UE: resilienza di fronte alla pandemia e una forte base da cui partire per costruire meglio



**Dr. Ailish Campbell,**  
ambasciatore del  
Canada presso l'UE

L'accordo economico e commerciale globale Canada-UE (CETA) compirà cinque anni nel settembre 2022. L'accordo rappresenta da una parte un cambiamento fondamentale nelle relazioni commerciali Canada-UE e, dall'altra, un ottimo esempio di accordo commerciale internazionale. È di alto livello, completo, e ha dimostrato la sua resilienza durante la pandemia: nel 2020, il commercio di merci Canada-UE ammontava a 59,2 miliardi di euro - il 15,2% in più rispetto ai livelli pre-CETA 2016. Nel 2020, il commercio di servizi ha raggiunto EUR25,6 miliardi. Da notare che mentre il commercio globale nel 2020 è sceso del -8% rispetto al 2019, le esportazioni Canada-UE sono diminuite solo del -3,83% nello stesso periodo.

Il Canada e l'UE sono anche fortemente legati dagli investimenti. Il Canada è il quarto più grande investitore dell'UE. Nel 2019, lo stock di investimenti canadesi nell'UE è stato di 142,4 miliardi di euro, con una crescita del 24,5% rispetto al 2016. Nell'altra direzione, lo stock di investimenti diretti esteri dell'UE in Canada nel 2019 era di 184,3 miliardi di euro, mostrando una crescita del +28,7% dal 2016.

Il CETA si distingue per le sue importanti disposizioni sull'ambiente e sul lavoro. Ciò rende il nostro commercio più sostenibile e inclusivo, portando benefici alle donne imprenditrici, ai gruppi indigeni e ad altri che si sono tradizionalmente sentiti esclusi dal commercio internazionale. In seguito alle raccomandazioni adottate dal comitato congiunto formato nell'ambito del CETA, il Canada e l'UE hanno continuato a impegnarsi in ambito commerciale, sia per gli aspetti relativi al clima, compresa l'attuazione dell'accordo di Parigi, sia per l'attività delle PMI. Le PMI sono la spina dorsale dell'economia canadese, rappresentando circa il 99% delle imprese canadesi e quasi il 90% dei posti di lavoro del settore privato. L'uso crescente dell'accesso preferenziale al mercato da parte delle PMI è una delle tante caratteristiche del successo del CETA.

So dal mio precedente ruolo di commissario capo per il commercio del Canada che sono necessari strumenti pratici e consigli per permettere agli imprenditori, specialmente alle PMI, di utilizzare i vantaggi di un accordo commerciale. Il governo del Canada ha lavorato duramente per aiutare le PMI a realizzare le opportunità attraverso servizi di

consulenza, programmi come CanExport, Exporter Solutions, e finanziamenti per aiutare le aziende canadesi a espandere le loro attività e a intraprendere investimenti diretti all'estero. L'UE ha fatto molti sforzi simili. C'è anche un sostegno disponibile attraverso le associazioni di imprese e i finanziamenti e le assicurazioni del settore privato. I dati finora sono promettenti: il numero di esportatori canadesi di merci è aumentato di più di 500 imprese tra il 2016 e l'inizio della pandemia, per un totale di quasi 8.300.

Il CETA è una pietra miliare di una solida partnership tra l'UE e il Canada che può servire come mezzo per intensificare gli sforzi bilaterali in altre aree come il cambiamento climatico, la biodiversità e i beni e servizi verdi. È anche una base per perseguire una ripresa sostenibile, incentrata sulle persone e inclusiva. Per esempio, i nostri legami commerciali e di investimento sono ingredienti per continuare a costruire catene di approvvigionamento forti e resilienti. Come sottolineato dal primo ministro Justin Trudeau, dal presidente Ursula von der Leyen e dal presidente Charles Michel dell'UE al vertice Canada-UE del giugno 2021, la sicurezza delle catene di valore dei minerali e dei metalli critici è una priorità comune perché entrambi sono essenziali per la transizione verso un'economia climatica e digitale neutra e per creare buoni posti di lavoro. Per promuovere catene di approvvigionamento competitive, i leader hanno istituito un partenariato strategico Canada-UE sulle materie prime. Il vertice ha anche impegnato il Canada e l'UE ad approfondire la cooperazione su una serie di questioni digitali, dall'intelligenza artificiale a un internet libero, sicuro e aperto. Il Canada vuole essere leader nella produzione dell'acciaio, dell'alluminio, dei prodotti da costruzione, delle automobili e degli aerei più puliti del mondo. Abbiamo le materie prime, l'energia, la manodopera qualificata e i prerequisiti intangibili ma fondamentali per un'economia resiliente, come la stabilità e lo stato di diritto, che sono i mezzi per farlo. L'UE condivide queste ambizioni, attributi e valori. Insieme stiamo dimostrando che un accordo commerciale di alto livello, completo e ben implementato come il CETA, insieme al nostro impegno verso le istituzioni multilaterali, sono elementi costitutivi della prosperità condivisa, della responsabilità ambientale e delle forti partnership economiche.

# Metodologia

Il commercio globale e le catene di approvvigionamento stanno ancora risentendo degli impatti dell'eredità della pandemia globale, perché le chiusure su larga scala nel 2020, seguite dalle riaperture nel 2021, hanno portato a forti squilibri. L'invasione dell'Ucraina nel febbraio 2022 sta aggiungendo ulteriore stress alle catene di fornitura globali già sconvolte. Abbiamo deciso di tastare il polso alle aziende di Stati Uniti, Cina, Regno Unito, Germania, Francia e Italia. Sono state effettuate due indagini: una prima del conflitto in Ucraina e una dopo.

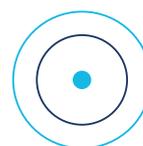
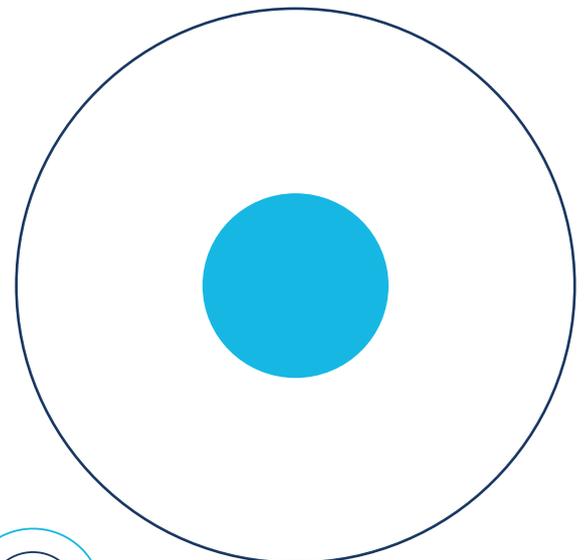
Condotto su un periodo di quattro settimane tra la fine di gennaio e la metà di febbraio, il primo sondaggio ha coinvolto quasi 2.500 aziende, più o meno equamente divise tra i sei paesi. Il secondo sondaggio è stato condotto per tre settimane a marzo, coinvolgendo 400 intervistati in quattro paesi europei (Regno Unito, Germania, Francia e Italia).

Abbiamo coinvolto aziende esposte ai mercati globali, che esportano esclusivamente o vendono anche beni e servizi nei loro mercati locali. I settori di attività sono stati selezionati per rappresentare al meglio i flussi commerciali globali e misurare il più possibile il funzionamento delle catene di fornitura globali. Come tali, i settori manifatturiero, macchinari e attrezzature, tecnologia informatica e telecomunicazioni, logistica e commercio al dettaglio erano ben rappresentati nel nostro

campione. Anche i settori dei servizi come l'immobiliare, l'ospitalità e il tempo libero o la sanità sono stati inclusi tra gli intervistati delle nostre indagini.

In termini di dimensioni dell'azienda, quasi il 60% dei nostri intervistati ha più di 500 dipendenti, un terzo ha tra i 100 e i 499, mentre il resto ne ha meno di 99. Le aziende in Cina e in Italia sono comparativamente più grandi, con più del 70% che riporta più di 500 dipendenti. Guardando un'altra misura della dimensione aziendale, le aziende del nostro campione complessivo sono più o meno equamente divise tra un fatturato inferiore e superiore a 1 miliardo di dollari. Tra queste, poco più del 10% ha un fatturato superiore a 5 miliardi di dollari.

**3.000**  
aziende intervistate

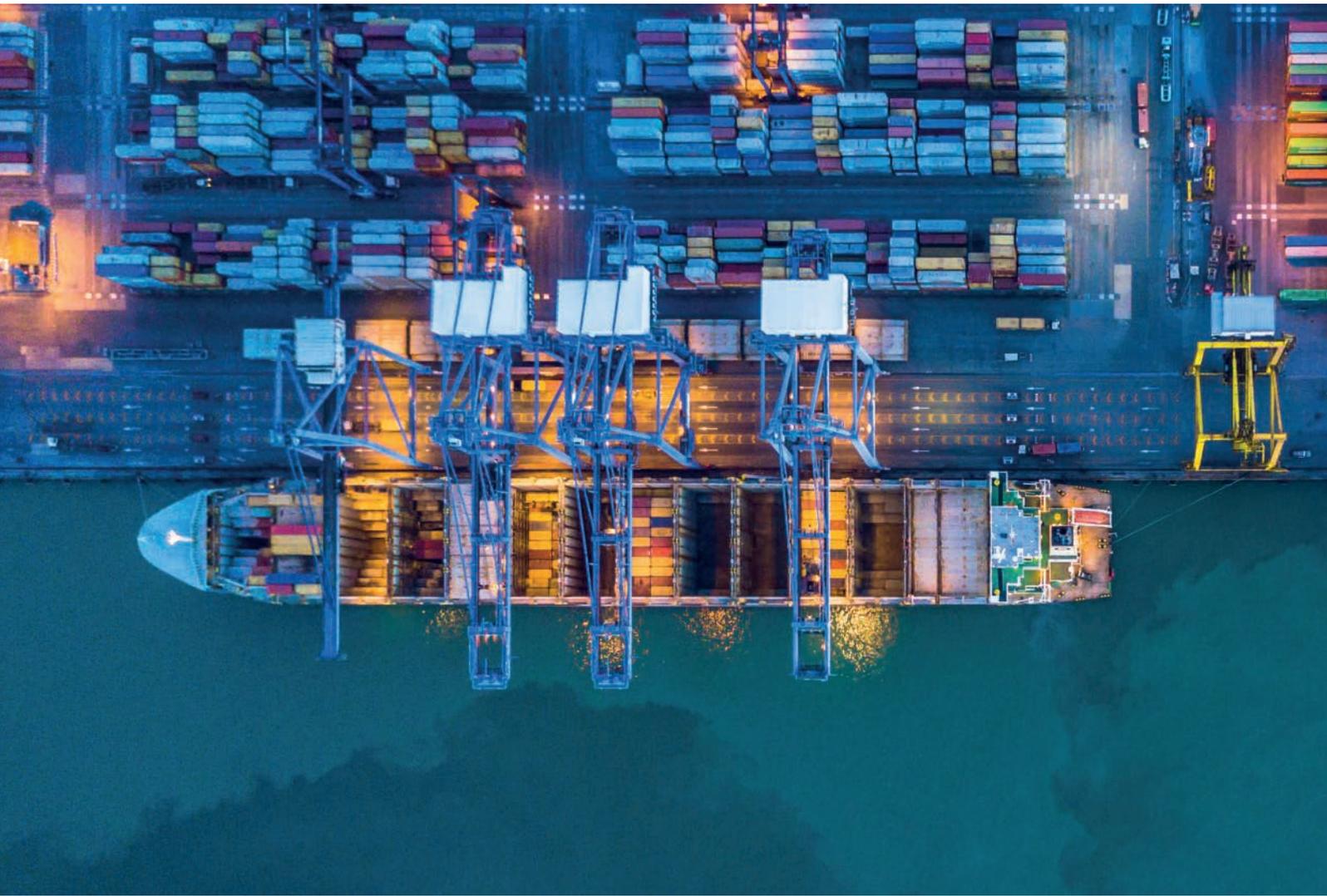


**6** paesi coinvolti

**2 survey**  
prima e dopo l'invasione  
dell'Ucraina



L'invasione dell'Ucraina ha aggiunto ulteriore stress a una supply chain già compromessa.

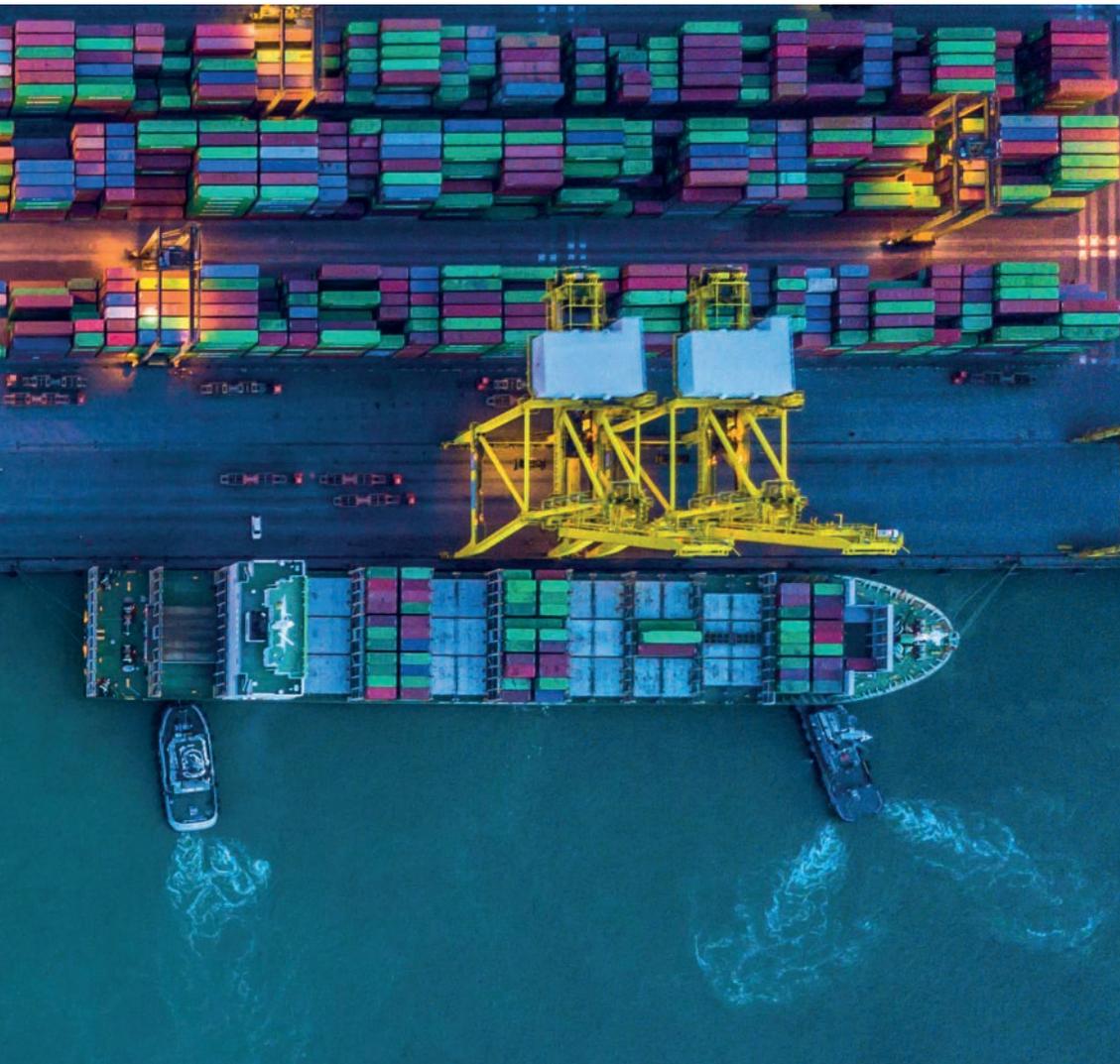


## Ringraziamenti speciali

Vorremmo esprimere i nostri più sinceri ringraziamenti a tutti gli esperti che hanno partecipato alla nostra prima Allianz Trade Global Survey:

Ludovic Subran, Ana Boata, Ano Kuhnathan e Françoise Huang, supportati dalla nostra Editor e Content Manager Maria Thomas e il nostro assistente alla ricerca Gaëlle Péresse.

I nostri contributor esterni Elizabeth Ducottet, Sandy Kemper, Christian Greisberger, Ngozi Okonjo-Iweala, Kelvin Tan, Jean Pisani-Ferry, Christophe Lecourtier e Ailish Campbell per aver condiviso con noi le proprie conoscenze ed opinioni sul futuro del commercio globale.



Hai bisogno di maggiori informazioni su Allianz Trade?



visita [allianz-trade.it](https://www.allianz-trade.it)



seguici su LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/allianz-trade-italia>



seguici su Twitter: [@allianztrade](https://twitter.com/allianztrade)

**Allianz Trade è il marchio utilizzato per identificare i servizi forniti da Euler Hermes.**

Questo materiale di Allianz Trade è pubblicato solo a scopo informativo e non dovrebbe essere considerato come una consulenza specifica. I destinatari dovrebbero effettuare una propria valutazione indipendente di queste informazioni e nessuna azione dovrebbe essere intrapresa basandosi esclusivamente su di esso. Questo materiale non deve essere utilizzato, eseguito, copiato, riprodotto, elaborato, adattato, tradotto, pubblicato, trasmesso o divulgato, in tutto o in parte, senza il nostro consenso. Non è destinato alla distribuzione in qualsiasi giurisdizione in cui ciò sarebbe vietato. Sebbene queste informazioni siano ritenute affidabili, non rilasciamo alcuna dichiarazione o garanzia (espresa o implicita) di alcun genere, per quanto riguarda l'accuratezza o la completezza di queste informazioni, né ci assumiamo alcuna responsabilità per eventuali perdite o danni derivanti in alcun modo da qualsiasi uso o affidamento riposto in queste informazioni. Salvo diversamente indicato, eventuali opinioni, previsioni o stime sono soggette a modifiche senza preavviso.

**Allianz Trade** è il marchio utilizzato per identificare i servizi forniti da Euler Hermes.

Euler Hermes Italia  
Roma  
Via Raffaello Matarazzo, 19 - 00139

Milano  
Piazza della Repubblica, 14/16 - 20124

Contatti  
Numero verde 800.88.77.00  
[allianz-trade.it/contattaci](https://allianz-trade.it/contattaci)

Sito web  
[allianz-trade.it](https://allianz-trade.it)

Segui Allianz Trade su

