

La crescita del fatturato estero delle imprese della Provincia Autonoma di Trento

Lorena D'Agostino

lorena.dagostino@unitn.it

Dipartimento di Economia e Management

Università degli Studi di Trento

via Inama, 5 - 38122 Trento

tel. 0461282180

Bozza 21 maggio 2018

Sintesi

Sebbene la maggior parte del valore dell'export sia dominato da pochi grandi esportatori, una moltitudine di nuovi esportatori entra nei mercati esteri ogni anno, a volte uscendone poco dopo, altre volte consolidando la propria posizione nel tempo. Si tratta di una costellazione di imprese con dinamiche di export molto diverse, di cui le politiche a sostegno dell'internazionalizzazione devono tenere conto per calibrare i propri interventi. Questo articolo si focalizza su un tipo particolare di nuovi esportatori (ossia che esportano per un lungo periodo) nel momento iniziale della loro presenza estera (ossia nel primo anno nel loro primo mercato). È stato osservato che queste imprese possono crescere molto rapidamente nei mercati esteri ed un eventuale supporto pubblico nella fase iniziale può massimizzare le opportunità di profitto. La presente analisi econometrica trova supporto a tale ipotesi per un campione di imprese comprendente sia gli esportatori consolidati sia i nuovi esportatori nel periodo 2000-2016 nella Provincia Autonoma di Trento.

1 Introduzione

Sebbene in aggregato il valore delle esportazioni di un paese sia determinato principalmente da pochi grandi esportatori (Freund and Pierola 2012), la costellazione di imprese che tentano di entrare nei mercati esteri, falliscono, ci riprovano con successo (o meno) dopo qualche anno o vi rinunciano del tutto è piuttosto numerosa e ha ricevuto un'attenzione minore rispetto ad altre tematiche (come per esempio le differenze nelle caratteristiche delle imprese esportatrici rispetto alle non esportatrici) (Wagner 2016). In particolare, una più recente letteratura ha osservato che le nuove imprese che riescono a rimanere nei mercati esteri - pur contribuendo in minor misura all'export rispetto agli esportatori consolidati - crescono molto più rapidamente, sia lungo il margine intensivo che estensivo, ossia procedono ad una esportazione sequenziale (Albornoz et al. 2012). Questo fenomeno è stato spiegato suggerendo che le imprese si confrontano con una incertezza nelle opportunità di profitto che si attenua solo quando effettivamente l'impresa comincia ad esportare. Una volta iniziato il processo di esportazione, l'impresa acquisisce informazioni sui mercati esteri e su future possibilità di sviluppo in altri paesi molto rapidamente.

Questo fenomeno ha importanti implicazioni per le politiche pubbliche a sostegno delle esportazioni, suggerendo che azioni specifiche devono essere intraprese per quelle imprese che si trovano nei primissimi anni della loro esperienza nei mercati esteri, quando esse hanno un più alto tasso di crescita. Tali azioni sono certamente diverse rispetto sia alle imprese che non hanno mai esportato, sia a quelle che invece sono esportatori di lungo corso.

In questo articolo si vuole studiare come le imprese trentine si affaccino sui mercati esteri per la prima volta. In particolare, si vuole analizzare se la crescita del fatturato nel primo mercato scelto sia effettivamente superiore a quella nei mercati in cui l'impresa entra successivamente, o nello stesso mercato negli anni successivi. Una tale crescita suggerirebbe un effetto "apprendimento" dovuto al fatto che, una volta entrati in un mercato estero, l'esperienza immediata che se ne ricava fornisce indicazioni sulle opportunità di profitto.

Questo articolo è così suddiviso. La sezione 2 presenta il quadro teorico di riferimento all'interno del quale formuliamo la nostra ipotesi. Nella sezione 3 presentiamo la banca dati e alcune statistiche descrittive. La metodologia per l'analisi econometrica è esposta nella sezione 4 e i risultati presentati nella sezione 5. Infine, alcune conclusioni sono discusse nella sezione 6.

2 Quadro teorico di riferimento

2.1 L'eterogeneità d'impresa nel commercio estero

I modelli teorici che incorporano l'eterogeneità delle imprese esportatrici hanno posto l'enfasi sui costi sommersi (*sunk cost*) del commercio estero (Melitz 2003). Prima di esportare, le imprese devono sostenere dei costi fissi non recuperabili (le risorse di tempo e finanziarie impiegate nella ricerca del mercato estero più adatto, nello stabilire contatti con clienti e fornitori, nel conoscere le condizioni legislative dei mercati esteri). Poiché tali costi fissi possono essere molto elevati, soltanto le imprese più produttive decideranno di affrontarli iniziando ad esportare, consapevoli di ottenere un profitto alto che coprirà anche i costi fissi iniziali. Un'importante conseguenza dell'esistenza dei costi sommersi per le imprese che si apprestano a servire i mercati esteri è l'alta percentuale di sopravvivenza delle imprese come esportatrici. Una volta che l'impresa ha deciso di esportare (e ha deciso di affrontare i costi sommersi), rimane un'esportatrice per molto tempo (Bernard and Jensen 2004; Campa 2004; Roberts and Tybout 1997). Inoltre, in presenza di incertezza nei mercati esteri, le condizioni iniziali che hanno spinto le imprese ad esportare possono cambiare, come per esempio un calo della produttività dell'impresa, un cambio nella domanda mondiale, la volatilità dei tassi di cambio etc (Dixit 1989). Poiché i costi sommersi devono essere pagati ogni volta che l'impresa inizia o riinizia ad esportare, se il livello di produttività dell'esportatore va al di sotto del livello che l'ha inizialmente spinto ad esportare, l'impresa potrebbe comunque decidere di rimanere nei mercati esteri, finché il profitto atteso al netto dei costi sommersi non sia superiore al profitto come non-esportatore. In base a questo approccio, costi sommersi e incertezza generano un alto grado di isteresi nell'esportazione (per es. Roberts and Tybout 1997).

Studi successivi hanno incorporato altre fonti di eterogeneità nelle esportazioni, oltre a quella per impresa (Melitz 2003), come per esempio per destinazione e per varietà di prodotti (Bernard et al. 2009; Muûls and Pisu 2009). Come riassunto in una recente revisione degli studi che usano i dati sulle transazioni commerciali con l'estero (Wagner 2016), si possono individuare alcune evidenze empiriche comuni a diversi paesi in diversi periodi. Tra queste, emerge una predominanza di pochi grandi esportatori che scambiano molti prodotti con molti paesi e un insieme piuttosto numeroso di imprese che invece commerciano una varietà minore di prodotti in un numero ristretto di paesi (Bernard et al. 2009; Freund and Pierola 2012; Muûls and Pisu 2009). Nel lungo

periodo, il volume dell'export è così determinato dal margine estensivo, mentre la variazione annuale è spiegata dal margine intensivo, poiché nel breve periodo i nuovi esportatori iniziano in piccolo e con il passare del tempo gli esportatori che sopravvivono crescono sempre di più (Bernard et al. 2009).

2.2 I nuovi esportatori

Una parte della letteratura più recente si è occupata di spiegare alcune caratteristiche dei nuovi esportatori (e.g. Ruhl and Willis 2017). Anche se le variazioni annuali nelle esportazioni di un paese sono dominate più dal margine intensivo che dalle numerose imprese che ogni anno entrano o escono dai mercati esteri nel breve periodo, l'evidenza empirica ha mostrato che i nuovi esportatori iniziano in piccolo (Iacovone and Javorcik 2010; Ruhl and Willis 2017). L'inizio graduale consente agli esportatori di acquisire gradualmente informazioni sulla credibilità del partner straniero e sulla vendibilità dei propri prodotti nei mercati esteri (Rauch and Watson 2003). Di conseguenza, non tutte le imprese esportatrici decidono di rimanere sui mercati esteri, anzi è stato osservato che un gran numero di imprese hanno esperienza all'estero di breve durata (Amador and Oromolla 2013; Eaton et al. 2008). Alcune di queste imprese possono ritornare sui mercati esteri in maniera intermittente nel tempo (quindi ripagandone ogni volta i costi di rientrata); si tratta soprattutto delle imprese più piccole e meno produttive, più esposte a cambi della domanda (Bernini, Du, and Love 2016; Blum, Claro, and Horstmann 2013). In generale, diversi lavori empirici osservano che una quota minoritaria di imprese esportatrice si tramuta in esportatori di lungo corso (Albornoz et al. 2012; Eaton et al. 2008).

I modelli standard basati su Melitz (2003) non sempre sono in grado di replicare queste dinamiche (Ruhl and Willis 2017): infatti, la presenza di alti costi fissi iniziali mal si concilia con la costellazione varia di imprese che “provano timidamente” ad esportare, a volte con successo, altre meno. Da un punto di vista teorico, l'introduzione di un certo grado di incertezza ha aiutato a spiegare le decisioni degli esportatori. In questi modelli, le imprese non conoscono il profitto futuro che ricaveranno dalla vendita all'estero dei propri prodotti, ma imparano e acquisiscono informazioni rilevanti nel tempo e man mano che entrano in nuovi mercati (Albornoz et al. 2012; Eslava et al. 2015; Holloway 2017; Iacovone and Javorcik 2010).

Fra gli studi che cercano di spiegare le dinamiche di entrata e uscita dai mercati esteri incorporando l'idea dell'incertezza, Albornoz et al. (2012) osservano che le nuove imprese esportatrici tendono a crescere

rapidamente nel primo mercato nel primo anno. Parimenti ad altri studi, essi rilevano un alto tasso di fallimento dei fenomeni esportativi e un valore dell'export per impresa di gran lungo inferiore per i nuovi esportatori rispetto ai consolidati. Il loro modello suggerisce che, anche in presenza di elevata incertezza, la redditività estera è correlata nel tempo per uno stesso mercato, e tra diversi mercati. Pertanto, l'entrata nel primo mercato fornisce delle informazioni sulle opportunità di profitto immediate e future nello stesso mercato e in mercati simili. Una conseguenza di ciò è che, nel prendere la decisione di esportare, le imprese tengono in considerazione anche il fatto che informazioni rilevanti per il futuro si paleseranno soltanto dopo aver cominciato ad esportare. In questo modo, è possibile spiegare l'alto grado di dinamismo (con un correlato alto tasso di fallimento) in presenza di costi sommersi usando l'idea che l'impresa apprende le possibilità di profitto dopo aver cominciato ad esportare. Di conseguenza, il modello prevede che nel primo anno nel primo mercato le imprese inizieranno ad esportare piccole quantità; nel secondo anno, le imprese che riterranno opportuno continuare avendo maggiori informazioni sulle opportunità di profitto, aumentano le quantità in funzione del profitto atteso in quel mercato. Negli anni successivi, invece, questa crescita sarà più attenuata perché eventuali nuove informazioni avranno un minore effetto sull'aumento dell'export in quel mercato. Il modello di Albornoz et al. (2012) prevede anche che le informazioni ricavate nel primo mercato aumentino la possibilità di entrare in nuovi mercati nel futuro, ma anche di uscirne, rispetto agli esportatori di lungo corso che invece hanno già informazioni più complete sui quali mercati è più conveniente stare.

Il presente articolo vuole testare l'ipotesi che emerge da Albornoz et al. (2012) in merito al più alto tasso di crescita del fatturato nel primo mercato nel primo anno per i nuovi esportatori di un campione di imprese trentine.

3 Banca dati

La banca dati è costituita dalle transazioni commerciali verso l'estero della Provincia autonoma di Trento nel periodo 2000-2016, disaggregate per paese di destinazione. I dati sulle esportazioni censiscono i fenomeni in cui il Trentino risulta la provincia di provenienza. Le imprese responsabili di tali fenomeni possono avere la sede in provincia, o avere la sede altrove e mantenere una sede amministrativa in provincia o soltanto un ufficio locale.

3.1 La popolazione di riferimento: numero di imprese e volumi dell'export

La Tabella 1 mostra alcune caratteristiche della popolazione di riferimento negli anni 2000-2016. Nella parte superiore è riportato il numero delle imprese esportatrici e nella parte inferiore il valore dell'export (in milioni di €) per anno e per categorie di imprese. Il totale di imprese che esportano annualmente varia da un minimo di 1588 nel 2006 ad un massimo di 2169 nel 2003. Tra le categorie di imprese, si possono evidenziare gli esportatori consolidati¹ e i nuovi esportatori. Gli esportatori consolidati sono 189 (in media, il 10% annualmente). Tra i nuovi esportatori, vi sono le imprese che esportano soltanto un anno; ogni anno esse sono poco meno di 450 in media, circa un quarto della popolazione. Un altro tipo di nuovi esportatori - gli "Entranti" - sono quelli che cominciano ad esportare nell'anno t (quello riportato nella colonna a sinistra) e lo fanno fino al 2016. Escludendo il 2000 e il 2016, essi sono 493 in totale, variando da un minimo di 7 nel 2006 ad un massimo di 109 nel 2015, costituendo una percentuale sul totale della popolazione molto bassa negli anni (in media, l'1,8%). Pertanto, le imprese che fanno esperienza dei mercati esteri, ma non riescono a rimanervi ("1 anno") sono di gran lunga maggiori ogni anno sia degli esportatori consolidati che dei nuovi esportatori che sopravvivono ("Entranti"). I due estremi dello spettro (le imprese che esportano tutti gli anni e le imprese che esportano soltanto un anno) insieme costituiscono circa un terzo degli esportatori. La restante parte è ripartita fra esportatori con dinamiche temporali diverse.

In termini di volume, il totale delle imprese esporta per valori che in media si attestano sui 2,7 miliardi di euro, con la punta massima nel 2006 (5,5 miliardi) e il minimo nel 2000 (1 miliardo circa). Le imprese esportatrici consolidate – pur rappresentando solo 10% del campione circa - sono responsabili di una quota rilevante delle esportazioni annuali. In media, circa il 42% è coperto dagli esportatori consolidati. Invece, seppur numerosi, i nuovi esportatori per un solo anno incidono per l'0,6% sul volume (con una media di 15 milioni di euro), mentre gli "Entranti" pesano circa il 2% (in media, 50 milioni di euro).²

[TABELLA 1 qui]

¹ Gli esportatori consolidati sono quelli presenti nel campione ogni anno. Tale numero varia in base alla finestra temporale di riferimento, in questo caso 17 anni.

² La Tabella 1 mostra dei valori piuttosto anomali per gli entranti nel 2003. Questo dato merita un ulteriore approfondimento.

3.2 *Il campione: esportatori consolidati e nuovi esportatori*

La nostra analisi econometrica si basa su un campione che ci consente di analizzare la dinamica dell'export in relazione ai nuovi mercati in cui le imprese eventualmente entrano. Il campione è fatto dagli esportatori consolidati e dai nuovi esportatori, quest'ultimi definiti come le imprese che iniziano ad esportare per la prima volta nel 2001 o in un anno successivo, e lo fanno per tutti gli anni fino al 2016; fra i nuovi esportatori abbiamo incluso soltanto le imprese che esportano nello stesso mercato per due anni consecutivi. Si tratta pertanto della somma degli esportatori consolidati (189) e degli entranti (493), come mostrato nella Tabella 1, escludendo però quelle imprese che non rimangono nello stesso mercato per due anni consecutivi (24)³. Il campione è così costituito da 658 imprese che esportano in 206 destinazioni in un periodo di 17 anni⁴.

La Tabella 2 mostra il tasso medio di crescita dei fatturati esteri per impresa-paese. Nella prima colonna è riportato l'anno dell'export. La seconda colonna mostra la crescita del totale del campione (consolidati e entranti). La colonna 3 riporta il tasso per gli esportatori consolidati. La colonna 4 mostra la crescita per impresa-paese quando $t-1$ (l'anno in colonna 1) è il primo anno di esportazione in un mercato j (e continuano ad esportare in j in t and in $t+1$); tale dato si riferisce sia alle imprese consolidate che alle entranti. Le colonne 5-7 riportano la crescita per le sole entranti in un nuovo (ed unico)⁵ mercato in alcuni anni selezionati (2001, 2007 e 2011). Infine, la colonna 8 mostra la crescita dei soli esportatori consolidati che entrano in un nuovo mercato nel 2001.

[TABELLA 2 qui]

Per il totale del campione, la crescita media per impresa-paese è del 5,07%. Molto simile è la crescita degli esportatori consolidati (4,9%), attribuibile al peso che hanno sul valore delle esportazioni del Trentino. La crescita media per destinazione nel "Primo anno" è dell'8,33%, tre punti percentuali in più del totale, con punte del 21,24% e del 29,01% (nel 2006 e nel 2008, rispettivamente); tuttavia, in alcuni anni, tale crescita è minore rispetto al totale (nel 2007, nel 2010, nel 2013 e nel 2016). Questi trend suggeriscono una dinamica della

³ Queste 24 imprese sono nuovi esportatori che pur continuando ad esportare fino al 2016, non esportano mai nello stesso mercato per 2 anni consecutivamente.

⁴ La Tabella A1 in appendice mostra la distribuzione fra consolidate ed entranti del campione.

⁵ Un certo numero di entranti sceglie più di un mercato; queste imprese sono escluse da questo indicatore.

crescita più articolata nel tempo nel primo anno in un nuovo mercato rispetto alla media impresa-paese del campione.

Guardando al fatturato delle nuove entranti nel primo (e unico) mercato, a fronte di una crescita media dello 0,76%, per le entranti nel 2001 nei primissimi anni la crescita è più del doppio (2,11 nel 2002 e 2,01 nel 2003), succeduta da alcuni anni di tassi negativi e altri di ripresa con punte del 3,91% nel 2006. Per le entranti nel 2007, la crescita media è simile (0,90%), tuttavia il tasso più alto nei primissimi anni si verifica soltanto nel secondo anno (2009), con un tasso negativo nel primo; similmente alle entranti nel 2001, gli anni successivi sono caratterizzati da un'alternanza di tassi negativi e di ripresa (con la punta massima del 3,22% nel 2009). La rapida crescita nel primo mercato nei primissimi anni emerge più chiaramente per le entranti nel 2011: per queste, nel 2012 il tasso è del 9,12% e nel 2013 del 104,63% (quest'ultimo molto simile alle statistiche mostrate in Albornoz et al 2012). Gli anni successivi si caratterizzano per un fortissimo rallentamento di tale crescita e addirittura con un tasso negativo nel 2016. Pertanto, l'osservazione della semplice crescita media non sembra suggerire in maniera univoca che i nuovi entranti crescano molto rapidamente nel primo mercato scelto. Un'indicazione più chiara invece emerge dalla colonna 8 della Tabella 2. Per gli esportatori consolidati che entrano in un nuovo mercato (o in nuovi mercati) nel 2001, il tasso è più alto nei primi due anni (24,69% nel 2002 e 18,53% nel 2003) rispetto agli anni successivi. Inoltre, diversamente dagli entranti presi da soli (colonne 5-7), la crescita delle imprese consolidate nel (o nei) nuovi mercati non è mai negativa, suggerendo la maggiore capacità di penetrazione che hanno gli esportatori di lungo corso anche nei nuovi mercati.

4 Metodologia

Alla luce dell'analisi descrittiva condotta, la nostra ipotesi è che – al netto di una quota di imprese la cui esperienza nei mercati esteri risulta fallimentare entro pochi anni – esiste una parte di nuovi esportatori che consolida la propria posizione nel tempo e che si espande molto rapidamente nel primo mercato nel primo anno. Conduciamo un'analisi econometrica che permette di stimare correttamente la nostra ipotesi.

Il modello di regressione è il seguente:

$$\Delta \log X_{ijt} = \alpha_1 (PA_{ij,t-1} \times PM_{ij}) + \alpha_2 PA_{ij,t-1} + \alpha_3 PM_{ij} + \{FE\} + u_{ijt}$$

dove $\Delta \log X_{ijt}$ è il tasso di crescita del valore delle esportazioni dell'anno t rispetto all'anno $t-1$ dell'impresa i nel mercato estero j . Quindi, le osservazioni sono a livello di impresa-paese-anno. $PA_{ij,t-1}$ è una variabile binaria che indica se l'impresa i ha esportato nel mercato j nell'anno $t-1$ per la prima volta. PM_{ij} indica se la destinazione j è il primo unico mercato in cui l'impresa esporta. α_1 indica se la crescita di fatturato estero dei nuovi esportatori (nel primo anno nel primo mercato) è diversa da quella degli esportatori consolidati e la nostra ipotesi prevede $\alpha_1 > 0$.

La crescita del fatturato estero in un determinato mercato è condizionata da altri fattori, come le caratteristiche proprie dell'impresa, l'andamento congiunturale e le condizioni del paese. Per tener conto di questi fattori, stimiamo il modello con diversi effetti fissi $\{FE\}$ per impresa, per anno, per destinazione. Gli effetti fissi per impresa consentono di controllare per fattori specifici che potrebbero influenzare la crescita all'estero, come particolari capacità manageriali, la dimensione dell'impresa o il possesso di un prodotto particolarmente di successo. Gli effetti fissi per anno controllano per eventuali shock temporali comuni a paesi e imprese, come per esempio cambi nella domanda mondiale, mutamenti politici, etc. Gli effetti fissi per paese consentono di controllare per le caratteristiche del mercato di destinazione che non cambiano nel tempo, come per esempio la distanza geografica o le caratteristiche simili al paese di origine in termini di lingua o cultura. Gli errori standard sono clusterizzati per impresa, il che consente di controllare per possibili correlazioni intertemporali per ciascuna impresa.

Il campione utilizzato per questo modello consiste di tutte le imprese che esportano per almeno due anni consecutivamente verso lo stesso mercato e rimangono esportatori fino alla fine del periodo considerato. Pertanto, il campione comprende sia gli esportatori consolidati, sia i nuovi esportatori in qualsiasi anno fra il 2001 e il 2015, che rimangono tali fino al 2016 e che esportano in un mercato almeno per due anni consecutivi.

5 Risultati

La Tabella 3 mostra i risultati. Il modello 1 presenta la stima senza effetti fissi, mentre i modelli 2-4 presentano i risultati con diversi effetti fissi. Il coefficiente che indica il primo mercato (PM_{ij}), che è una variabile fissa negli anni che varia solo per impresa-paese, non risulta statisticamente significativo in nessuna

specificazione, suggerendo che la crescita non è generalmente più alta nel primo unico mercato, coerentemente con quanto osservato nella Tabella 2. Ciò suggerisce possibili criticità nel primo mercato, dovute all'incertezza di muoversi per la prima volta all'estero e alla necessità di costruire delle relazioni commerciali nel tempo.

[TABELLA 3 qui]

Il coefficiente che indica il primo anno in un nuovo mercato ($PA_{ij,t-1}$) risulta sempre positivo e statisticamente significativo ($p < 0.01$), suggerendo che nel primo anno la crescita in un mercato è superiore rispetto sia agli anni successivi sia ai paesi dove si è già esportato. Questa variabile (che codifica i nuovi mercati sia per le imprese esportatrici che per i nuovi esportatori) potrebbe essere influenzata dagli effetti contabili: se le imprese iniziano ad esportare a dicembre di un certo anno, il volume dell'export potrebbe essere artificialmente basso nel primo anno.

Il coefficiente di interesse è quello dell'interazione $PM_{ij,t-1} \times PA_{ij}$, che risulta positivo e significativo ($p < 0.05$) in tutte le specificazioni con effetti fissi. Pertanto, l'essere un nuovo esportatore (effetto combinato del primo mercato e del primo anno di export) è associato ad una crescita del fatturato estero superiore a quello di altre imprese nel loro primo anno in un nuovo mercato (siano esse consolidati o entranti), o nel loro primo mercato in generale (per le entranti non nel primo anno) o in mercati che non sono né nuovi né primi. Questo effetto non è spiegato da possibili incertezze del mercato di destinazione e da effetti contabili (che sono fissi per tutti i mercati di una certa impresa).

5.1 Estensioni dell'analisi ai nuovi esportatori con una più breve esperienza all'estero

Nella selezione del campione su cui testare la nostra ipotesi, nella sessione precedente è stata imposta la condizione che un'impresa entrante debba continuare ad esportare fino alla fine del periodo considerato (ossia il 2016). In questa sezione, vogliamo testare l'ipotesi su un campione che comprenda imprese che rimangono almeno cinque anni consecutivi. Coerentemente con quanto osservato in letteratura e verificato empiricamente in Trentino (Bannò, Giuliani, and Zaninotto 2014), la durata media dell'esperienza sui mercati esteri per i nuovi esportatori tende ad essere piuttosto breve. Per le imprese trentine, la sopravvivenza media è di cinque

anni. Pertanto, risulta interessante comprendere se l'effetto di una rapida crescita nei primi anni nel primo mercato si applichi anche tenendo conto delle imprese la cui esperienza all'estero si arresta dopo qualche anno.

La Tabella 4 mostra i risultati per un campione di 687 imprese. 29 imprese entrano nella selezione poiché esportano per 5 anni consecutivamente, senza aver mai esportato in precedenza e rimangono nello stesso paese per almeno 2 anni di seguito. I risultati per PM_{ij} e $PA_{ij,t-1}$ sono in linea con i modelli principali, eccetto per quest'ultima variabile che risulta significativa nel modello senza effetti fissi ($p < 0.01$). L'interazione $PM_{ij,t-1} \times PA_{ij}$ risulta statisticamente significativa ad un livello più conservativo rispetto ai modelli principali ($p < 0.01$), anche nel modello con effetti fissi. Pertanto, quando si includono i nuovi entranti che rimangono almeno cinque anni (non fino alla fine del periodo come nei modelli principali), l'effetto di una crescita più rapida nel primo anno nel primo mercato risulta ancora più rilevante.

[TAVOLA 4 qui]

6 Conclusioni

In questo articolo, abbiamo concentrato la nostra attenzione sul comportamento dei nuovi esportatori trentini in un arco di tempo di 17 anni. Sebbene gli esportatori di lungo corso siano responsabili per la gran parte dell'export in termini di volume, c'è una vasta gamma di imprese che entrano, rimangono per qualche anno, escono, ci riprovano dopo qualche tempo o concludono definitivamente la loro esperienza estera. Fra questi esploratori, una piccola parte è in grado di tramutare il proprio tentativo in un successo, rimanendo nei mercati esteri per molto tempo. La letteratura che si è occupata dei nuovi esportatori (Albornoz et al. 2012; Eslava et al. 2015; Holloway 2017; Iacovone and Javorcik 2010) ha evidenziato, tra le altre cose, che essi crescono molto rapidamente nei primissimi anni nel primo mercato, suggerendo – insieme ai costi che le imprese sostengono *ex ante* - un effetto apprendimento che gli esportatori dispiegano dopo esser entrati nel paese estero (Albornoz et al. 2012). Questo articolo ha testato tale ipotesi su un campione di imprese trentine, trovandone conferma per le imprese che una volta entrate rimangono esportatori fino alla fine del periodo di osservazione (ossia il 2016). Tale relazione si rivela ancora più forte se nel campione si includono anche le imprese che rimangono nei mercati esteri almeno 5 anni consecutivamente, quindi non necessariamente fino al 2016.

Le implicazioni di politica economica dei nostri risultati sono importanti. Il supporto delle agenzie nazionali e locali si incentra su due macro aree: *a)* incentivare le imprese a diventare esportatori e *b)* operare sul margine intensivo/estensivo delle imprese già operanti all'estero. Il nostro lavoro vuole mettere in luce una particolare categoria di imprese in un particolare momento, ossia i nuovi esportatori nel momento in cui entrano nel primo mercato. Il nostro lavoro segnala una rapida crescita in questa fase. Se riconosciuti e sostenuti in questa fase, i nuovi esportatori potrebbero massimizzare le opportunità derivante da una rapida crescita iniziale. Molti dei servizi già esistenti nelle agenzie per il commercio estero sono direttamente applicabili (per esempio, assistenza legale o al marketing). Risulta però rilevante la tempistica. Intercettare i nuovi esportatori all'inizio della loro esperienza diventa quindi di cruciale importanza.

Un'importante limitazione emerge dal nostro lavoro in termini di suggerimenti di politica economica. Siamo in grado di verificare il fenomeno della rapida crescita per le imprese di cui osserviamo il comportamento negli anni successivi (ossia che resteranno esportatori per un lungo periodo), però suggeriamo un intervento nei primissimi anni, quando è difficile sapere se il nuovo esportatore smetterà di esportare l'anno successivo o continuerà per lungo tempo. Pertanto, una possibile estensione di questo lavoro può riguardare le caratteristiche dei nuovi esportatori che si consolidano negli anni, in modo da renderli riconoscibili per l'intervento pubblico e massimizzare le opportunità di crescita dei primissimi anni. Cionondimeno, il presente lavoro pone l'attenzione sul secondo anno di export, suggerendo che – una volta individuata un'azienda al suo secondo anno di export in un mercato - ci sono buoni motivi per offrire un supporto.

Tabella 1 - Esportatori nel periodo 2000-2016 (popolazione totale)

<i>Numero</i>							
	Totale	Consolidati		1 anno		Entranti ⁽¹⁾	
Anno	#	#	%	#	%	#	%
2000	1825	189	10,36	580	31,78	-	-
2001	1690	189	11,18	383	22,66	9	0,53
2002	1830	189	10,33	458	25,03	14	0,77
2003	2169	189	8,71	584	26,92	62	2,86
2004	1723	189	10,97	427	24,78	9	0,52
2005	1685	189	11,22	427	25,34	17	1,01
2006	1588	189	11,90	366	23,05	7	0,44
2007	1780	189	10,62	416	23,37	22	1,24
2008	1778	189	10,63	434	24,41	16	0,90
2009	1645	189	11,49	401	24,38	16	0,97
2010	1837	189	10,29	449	24,44	28	1,52
2011	1839	189	10,28	424	23,06	39	2,12
2012	2062	189	9,17	560	27,16	28	1,36
2013	1921	189	9,84	435	22,64	45	2,34
2014	1813	189	10,42	384	21,18	72	3,97
2015	1815	189	10,41	435	23,97	109	6,01
2016	1785	189	10,59	503	28,18	-	-
<i>Valore totale (milioni di Euro)</i>							
	Totale	Consolidati		1 anno		Entranti ⁽¹⁾	
Anno	€	€	%	€	%	€	%
2000	1043	352	33,76	15	1,47	-	-
2001	1083	413	38,11	4	0,39	10	0,91
2002	1069	432	40,40	19	1,77	17	1,63
2003	2269	903	39,78	13	0,57	516	22,76
2004	2415	962	39,83	10	0,41	11	0,46
2005	2603	1066	40,95	24	0,94	17	0,66
2006	5550	2346	42,27	21	0,38	6	0,11
2007	2990	1219	40,77	11	0,38	26	0,86
2008	2915	1229	42,15	12	0,40	49	1,66
2009	2372	1098	46,30	13	0,53	20	0,84
2010	2821	1266	44,87	13	0,45	12	0,44
2011	3129	1370	43,78	15	0,48	7	0,23
2012	3230	1395	43,20	15	0,46	3	0,08
2013	3264	1522	46,63	14	0,43	35	1,07
2014	3290	1495	45,44	11	0,33	6	0,19
2015	3421	1552	45,36	17	0,50	17	0,51
2016	3375	1543	45,73	26	0,77	-	-

⁽¹⁾ Imprese che esportano per la prima volta nell'anno *t* e in tutti gli anni successivi

Tabella 2-Tassi di crescita per impresa-paese nel 2000-2016 (campione selezionato)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Anno	Totale	Consolidati	Primo anno ⁽²⁾	Primo mercato 2001	Primo mercato 2007	Primo mercato 2011	Nuovo mercato 2001
2001	2,64	2,64	-	-	-	-	,
2002	3,88	3,99	8,54	2,11	-	-	24,69
2003	6,42	6,16	11,28	2,01	-	-	18,53
2004	3,35	3,22	4,40	-0,35	-	-	2,18
2005	3,72	3,98	4,73	0,08	-	-	1,45
2006	10,35	8,72	21,24	3,91	-	-	4,17
2007	2,68	3,25	2,12	-0,42	-	-	0,32
2008	5,71	4,82	29,01	0,05	-0,27	-	0,98
2009	7,47	3,56	13,99	-0,40	3,22	-	0,58
2010	5,49	6,64	3,23	3,41	0,48	-	3,22
2011	2,97	3,53	3,47	-0,77	1,57	-	0,97
2012	3,68	4,26	4,47	2,13	1,11	9,12	0,66
2013	7,39	10,39	6,05	-0,21	0,06	104,63	1,68
2014	4,37	2,03	5,96	0,23	-0,22	0,10	23,05
2015	4,72	6,04	11,35	0,08	-0,15	0,21	4,81
2016	5,10	4,37	2,75	-0,39	2,33	-0,29	0,44
Totale	5,07	4,90	8,33	0,76	0,90	22,76	5,85

⁽²⁾ Imprese che esportano per la prima volta nell'anno $t-1$ nel mercato j e vi rimangono fino al 2016

Tabella 3– Risultati OLS (imprese che rimangono tutti gli anni fino al 2016)

	1	2	3	4
PM _{ij}	0,008 (0,038)	0,08 (0,074)	0,041 (0,074)	0,038 (0,075)
PA _(ij,t-1)	0,283*** (0,036)	0,297*** (0,038)	0,236*** (0,037)	0,256*** (0,037)
PM _(ij,t-1) ×PA _{ij}	0,161 (0,123)	0,36** (0,17)	0,382** (0,168)	0,368** (0,168)
Costante	0,018*** (0,007)	0,232*** (0,005)	0,407*** (0,033)	0,43** (0,038)
Effetti Fissi impresa		x	x	x
Effetti Fissi anno			x	x
Effetti Fissi paese				x
Numero di osservazioni	55319	55319	55319	55319
Numero di cluster	658	658	658	658
R ²	0,004	0,006	0,053	0,053

$p < 0,10^*$; $p < 0,05^{**}$; $p < 0,01^{***}$

Errori standard in parentesi, clusterizzati per impresa

Tabella 4 – Risultati OLS (imprese che rimangono almeno cinque anni)

	5	6	7	8
PM _{ij}	-0,088*** (0,033)	0,027 (0,068)	-0,03 (0,068)	-0,03 (0,068)
PA _(ij,t-1)	0,27*** (0,035)	0,303*** (0,037)	0,233*** (0,035)	0,251*** (0,035)
PA _(ij,t-1) ×PM _{ij}	0,412*** (0,133)	0,397*** (0,14)	0,435*** (0,134)	0,422*** (0,134)
Costante	0,01 (0,007)	0,231*** (0,005)	0,407*** (0,033)	0,426*** (0,038)
Effetti Fissi impresa		x	x	x
Effetti Fissi anno			x	x
Effetti Fissi paese				x
Numero di osservazioni	58368	58368	58368	58368
Numero di cluster	687	687	687	687
R ²	0,004	0,006	0,055	0,054

$p < 0,10^*$; $p < 0,05^{**}$; $p < 0,01^{***}$

Errori standard in parentesi, clusterizzati per impresa

Appendice

Tavola A1 - Numero delle imprese del campione selezionato

Anno	Campione	Consolidati		Entranti ⁽¹⁾	
	#	#	%	#	%
2000	189	189	100,00	-	-
2001	198	189	95,45	9	4,55
2002	203	189	93,10	14	6,90
2003	251	189	75,30	62	24,70
2004	198	189	95,45	9	4,55
2005	206	189	91,75	17	8,25
2006	196	189	96,43	7	3,57
2007	211	189	89,57	22	10,43
2008	205	189	92,20	16	7,80
2009	205	189	92,20	16	7,80
2010	217	189	87,10	28	12,90
2011	227	189	83,26	38	16,74
2012	217	189	87,10	28	12,90
2013	234	189	80,77	45	19,23
2014	258	189	73,26	69	26,74
2015	278	189	67,99	89	32,01
2016	189	189	100,00	-	-

⁽¹⁾ Imprese che esportano per la prima volta nell'anno t e in tutti gli anni successivi

Bibliografia

- Albornoz, Facundo, Héctor F. Calvo Pardo, Gregory Corcos, and Emanuel Ornelas. 2012. "Sequential Exporting." *Journal of International Economics* 88(1):17–31.
- Amador, João and Luca David Oromolla. 2013. "Product and Destination Mix in Export Markets." *Review of World Economics* 149(1):23–53. Retrieved May 22, 2018 (<http://link.springer.com/10.1007/s10290-012-0136-z>).
- Bannò, Marisole, Diego Giuliani, and Enrico Zaninotto. 2014. "LE DETERMINANTI DELLA DURATA DEI FLUSSI DI ESPORTAZIONE DELLE IMPRESE TARENTINE: UN'ANALISI EMPIRICA." *Mimeo*.
- Bernard, Andrew B. and J. Bradford Jensen. 2004. "Why Some Firms Export." *Review of Economics and Statistics* 86(2):561–69. Retrieved May 23, 2018 (<http://www.mitpressjournals.org/doi/10.1162/003465304323031111>).
- Bernard, Andrew B., J. Bradford Jensen, Stephen J. Redding, and Peter K. Schott. 2009. "The Margins of US Trade." *American Economic Review: Papers & Proceedings* 99(2):487–93. Retrieved May 23, 2018 (<http://www.aeaweb.org/articles.php?doi=10.1257/aer.99.2.487>).
- Bernini, Michele, Jun Du, and James H. Love. 2016. "Explaining Intermittent Exporting: Exit and Conditional Re-Entry in Export Markets." *Journal of International Business Studies* 47(9):1058–76. Retrieved May 24, 2018 (<http://link.springer.com/10.1057/s41267-016-0015-2>).
- Blum, Bernardo S., Sebastian Claro, and Ignatius J. Horstmann. 2013. "Occasional and Perennial Exporters." *Journal of International Economics* 90(1):65–74. Retrieved May 24, 2018 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022199612001717>).
- Campa, José Manuel. 2004. "Exchange Rates and Trade: How Important Is Hysteresis in Trade?" *European Economic Review* 48(3):527–48. Retrieved May 23, 2018 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0014292102003203>).
- Dixit, Avinash. 1989. "Entry and Exit Decisions under Uncertainty." *Journal of Political Economy* 97(3):620–38. Retrieved May 23, 2018 (<https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/261619>).
- Eaton, J., M. Eslava, M. Kugler, and J. Tybout. 2008. "The Margins of Entry into Export Markets: Evidence from Colombia." Retrieved May 22, 2018 (http://www.iwb.econ.uni-muenchen.de/forschung/forschungsnetzwerke/cepr/feb2007/material/5_final_eaton_eslava.pdf).
- Eslava, Marcela, James Tybout, David Jenkins, C. Krizan, and Jonathan Eaton. 2015. "A Search and Learning Model of Export Dynamics." *2015 Meeting Papers*. Retrieved May 24, 2018 (<https://ideas.repec.org/p/red/sed015/1535.html>).
- Freund, Caroline and Martha Denisse Pierola. 2012. *Export Superstars*. The World Bank.
- Holloway, Isaac R. 2017. "Learning via Sequential Market Entry: Evidence from International Releases of U.S. Movies." *Journal of International Economics* 104:104–21. Retrieved May 24, 2018 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022199616301246#bb0055>).
- Iacovone, Leonardo and Beata S. Javorcik. 2010. "Multi-Product Exporters: Product Churning, Uncertainty and Export Discoveries*." *The Economic Journal* 120(544):481–99. Retrieved May 22, 2018 (<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-0297.2010.02356.x>).
- Melitz, Marc J. 2003. "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry

Productivity.” *Econometrica* 71(6):1695–1725.

Muûls, Mirabelle and Mauro Pisu. 2009. “Imports and Exports at the Level of the Firm: Evidence from Belgium.” *World Economy* 32(5):692–734. Retrieved May 24, 2018 (<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1467-9701.2009.01172.x>).

Rauch, James E. and Joel Watson. 2003. “Starting Small in an Unfamiliar Environment.” *International Journal of Industrial Organization* 21(7):1021–42. Retrieved May 22, 2018 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167718703000183>).

Roberts, MJ and JR Tybout. 1997. “The Decision to Export in Colombia: An Empirical Model of Entry with Sunk Costs.” *JSTOR* 87(4):545–64. Retrieved May 23, 2018 (<http://www.jstor.org/stable/2951363>).

Ruhl, Kim J. and Jonathan L. Willis. 2017. “NEW EXPORTER DYNAMICS.” *International Economic Review* 58(3):703–26. Retrieved May 22, 2018 (<http://doi.wiley.com/10.1111/iere.12232>).

Wagner, Joachim. 2016. “A Survey of Empirical Studies Using Transaction Level Data on Exports and Imports.” *Review of World Economics* 152(1):215–25. Retrieved May 17, 2018 (<http://link.springer.com/10.1007/s10290-015-0235-8>).