

Dipartimento di Scienze Politiche Università di Bari

Corso di Economia Internazionale 2020-21  
Prof. Michele Capriati

**Modulo 4**

Innovazione e commercio internazionale  
Hill, capitolo 5 (seconda parte), integrata



**I prodotti che vengono commerciati cambiano nel tempo**

**Una parte importante del commercio è dovuta a prodotti nuovi, che vengono introdotti sul mercato**

Per capire come questo incide sul commercio può essere utile ricordare la teoria del ciclo di vita del prodotto (ipotizzata negli anni 60).

In questa teoria è fondamentale la dinamica: il passar del tempo influisce sui flussi commerciali, perché:

- vengono introdotti prodotti nuovi
- con il passare del tempo possono mutare i paesi che producono e esportano lo stesso prodotto, perché è il prodotto a mutare le sue caratteristiche.

# La teoria del ciclo di vita del prodotto

- Con l'introduzione di un nuovo prodotto, nascono nuovi flussi commerciali
- Con la sua “maturazione”, cambia la localizzazione sia delle vendite che della produzione
- Tutto ciò influenza la direzione e i flussi di importazione ed esportazione

## **Importanza dell'innovazione tecnologica per il commercio internazionale**

A differenza di quanto ipotizzato nelle teorie precedenti non tutti i paesi sono in grado di produrre tutti i prodotti, perché non hanno sufficienti conoscenze/tecnologie

I paesi che investono sull'innovazione (ricerca e sviluppo, forza lavoro ad alta istruzione) realizzano prodotti nuovi, sui quali possono godere, per un certo tempo, di un vantaggio monopolistico

## **Il commercio internazionale**

è continua gara competitiva fra:

- paesi innovatori che introducono nuovi prodotti
- paesi inseguitori, che cercano di riuscire ad imitarli, e a produrli con costi più limitati

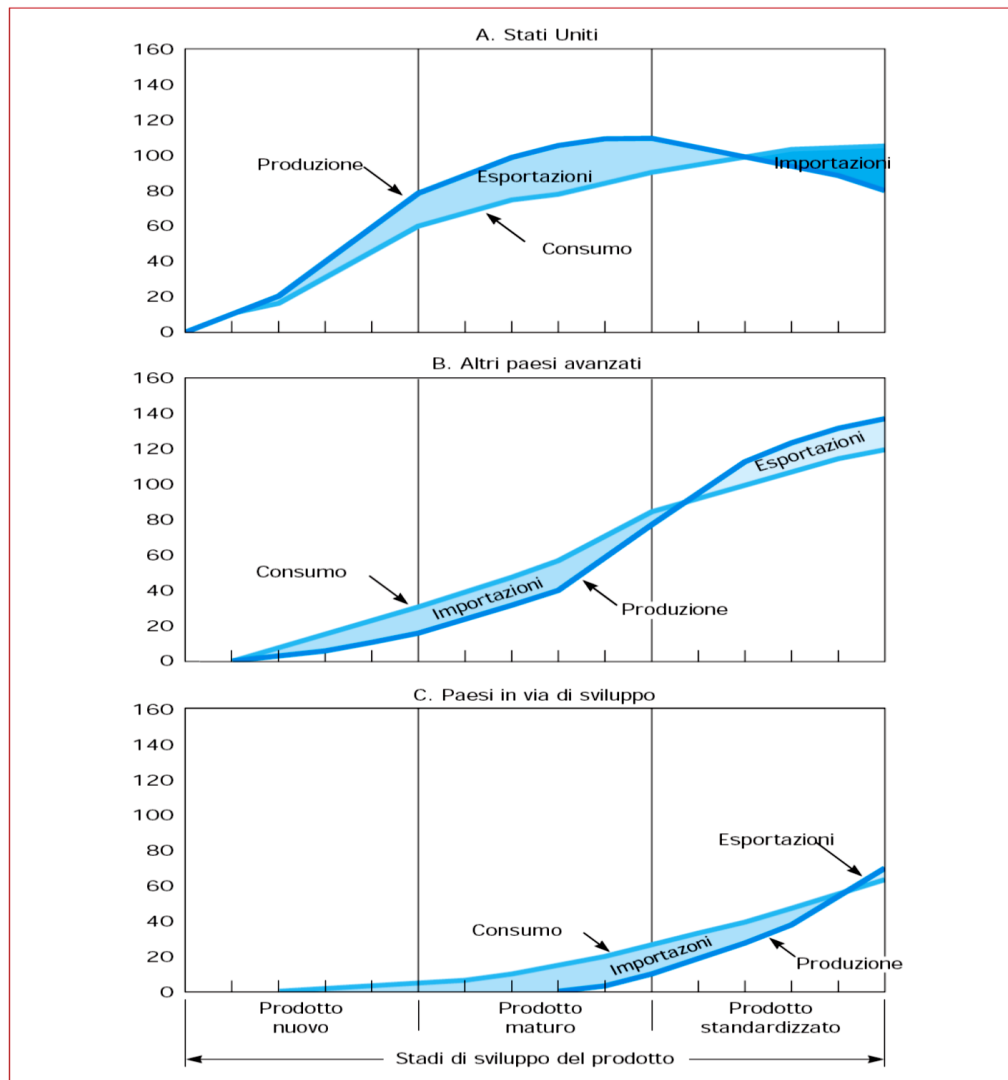
## **Il vantaggio competitivo dell'innovazione**

- è molto rilevante
- ma non è garantito nel tempo: richiede continua innovazione/continuo lancio di nuovi prodotti

## **I paesi innovatori**

- possono anche difendere il proprio vantaggio con brevetti (impediscono imitazione) o marchi
- possono creare ostacoli di vario tipo all'imitazione

# Il ciclo di vita del prodotto





# Fase 1 - Un prodotto nuovo

## Perché sono offerti nuovi prodotti?

- 1) Perché alcuni paesi (imprese) hanno una elevata capacità tecnologica e sono in grado di realizzarli (ampia dotazione di lavoro molto qualificato; forti spese in ricerca e sviluppo)
- 2) Perché in questi stessi paesi gli acquirenti (consumatori finali o imprese) hanno esigenze non soddisfatte e/o sono in grado di affrontare la spesa per nuovi prodotti

## **Chi li produce?**

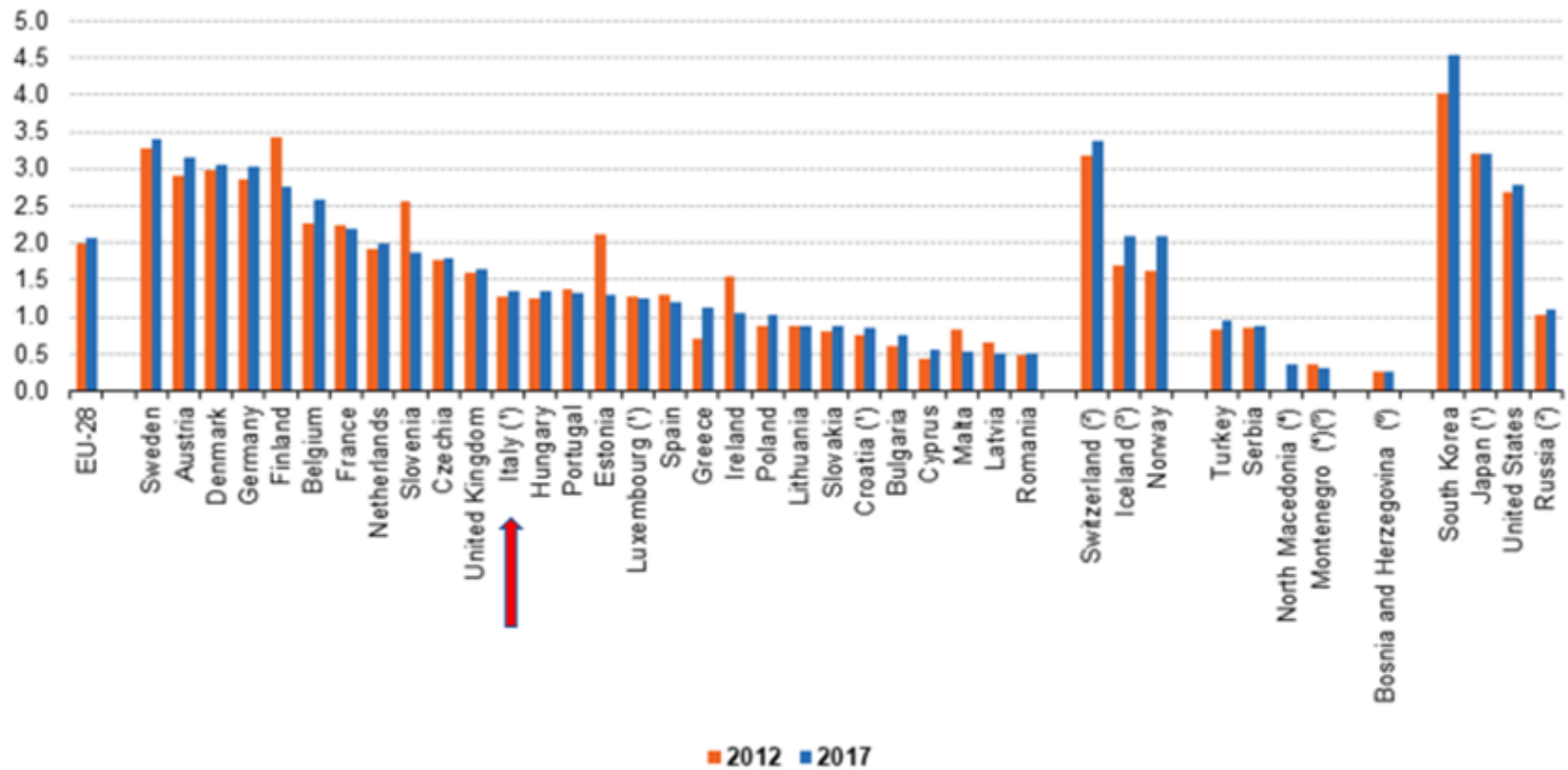
Paesi avanzati tecnologicamente e ad alto reddito.

Prodotti realizzati su serie piccole, con diverse versioni e a prezzi elevati.

All'inizio viene venduto sul mercato interno e esportato verso altri paesi ad alto reddito.

# Come è noto, investiamo poco in R&S.....


Gross domestic expenditure on R&D, by country, 2012 and 2017  
(% of GDP)





All'epoca della teoria, gli USA erano leader tecnologico e quindi “innovatore” e paese di prima produzione di nuovo prodotti. L'Europa era il primo importatore.

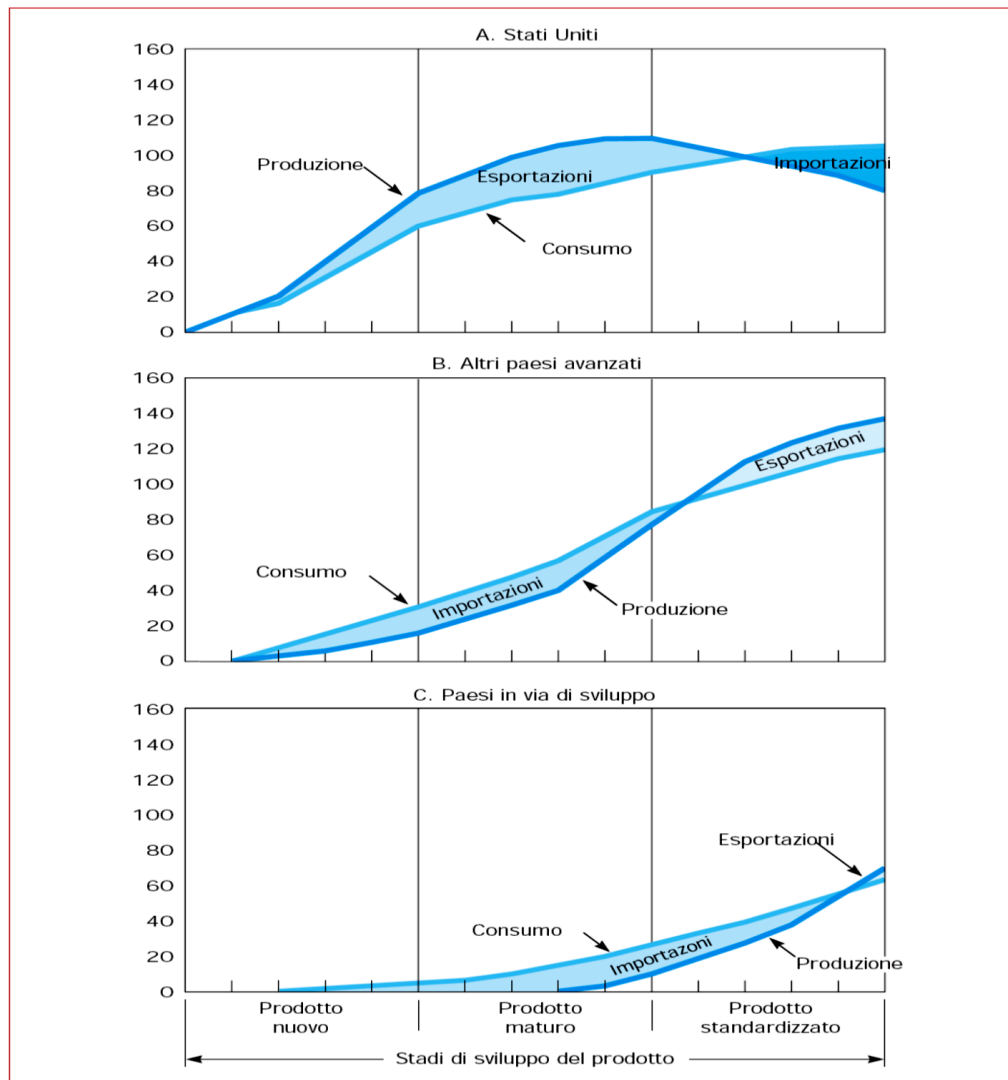
Oggi paesi innovatori/esportatori sono USA, Europa, Giappone. I prodotti nuovi nascono in questi paesi e hanno il primo mercato estero nelle stesse aree.



Spesso ci sono più versioni di un prodotto nuovo (anche prodotte da imprese in concorrenza) e in genere nella prima fase una di esse si afferma.

Possono darsi casi di fallimento. Il prodotto nuovo non incontra una domanda sufficiente, oppure ha un costo troppo elevato, e la sua produzione viene interrotta (caso del “Concorde”)

# Il ciclo di vita del prodotto



## **Fase 2 - Il prodotto si afferma e si standardizza**

Se il prodotto ha successo, con il tempo (lustri, decenni) le serie di produzione diventano più grandi, si ottengono economie di scala e i costi unitari diminuiscono.

Aumentano la domanda e i consumi.

## **La produzione si può spostare anche in altri paesi avanzati**

- perché le imprese del paese di origine decidono di investire lì per servire direttamente il mercato (cfr. teoria degli investimenti internazionali)
- perché le imprese degli altri paesi riescono a imitare/replicare le produzioni
- a causa delle economie di scala la produzione si concentra su pochi impianti



## **Chi produce?**

Paesi con un grande mercato, ad alto reddito, con ampia dotazione di capitali.

Commercio internazionale può essere intra-industriale, fra varietà diverse dello stesso prodotto.

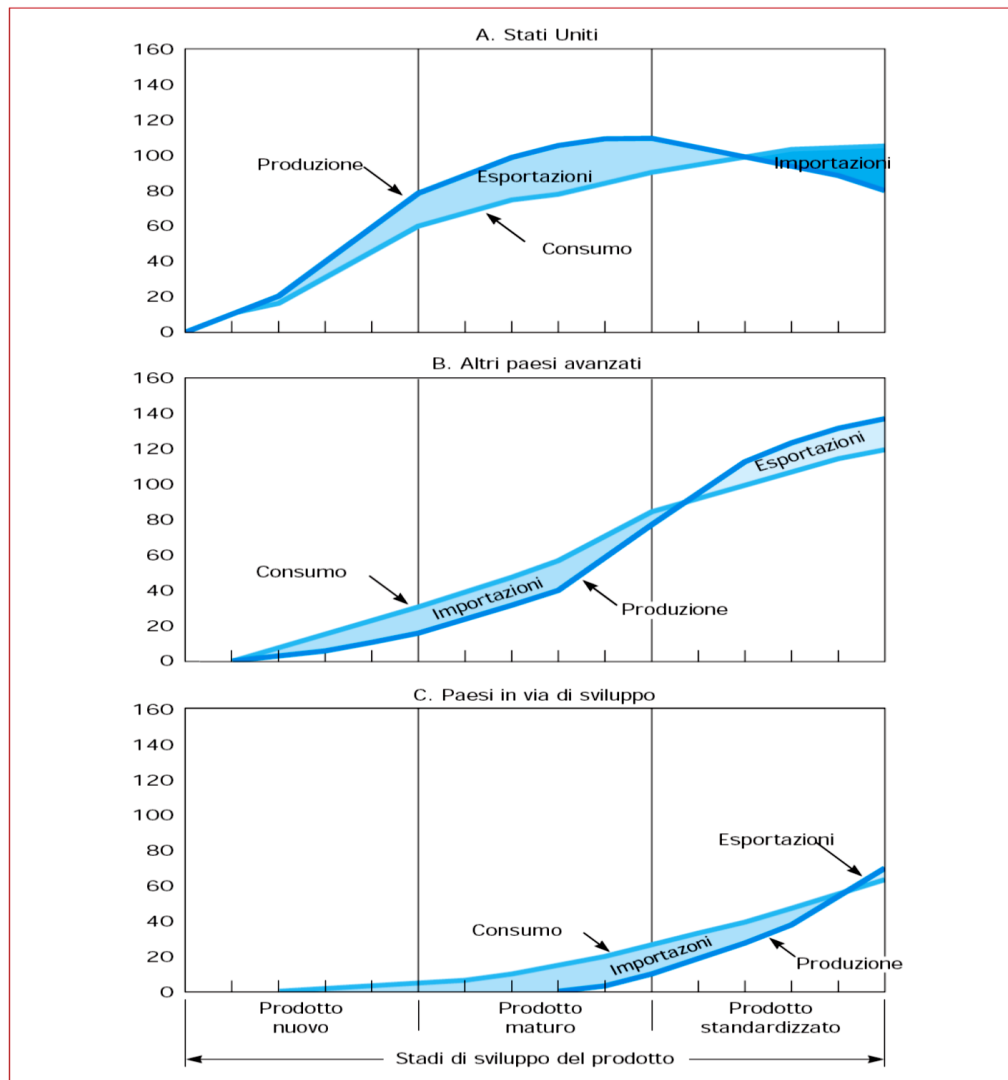
**Paese innovatore può introdurre nuovo prodotto (nuova versione) e tornare alla prima fase del ciclo del prodotto**

Es. farmaci, smartphone

**La durata delle fasi è cruciale per determinare il vantaggio dei paesi innovatori e inseguitori (per quanto tempo l'impresa ha un vantaggio monopolistico?)**

Nell'elettronica la prima fase del ciclo di vita dei prodotti può essere molto breve; nella farmaceutica più lunga

# Il ciclo di vita del prodotto



## **Fase 3 - Il prodotto è maturo**

Serie di produzione sono molto grandi. Le lavorazioni ripetitive.

Contano i costi dei fattori produttivi (anche lavoro)

### **Chi produce?**

La produzione può essere spostata in paesi con costi di produzione più bassi: sia per investimenti delle imprese multinazionali, sia perché le imprese locali diventano capaci di imitare.

Commercio internazionale può essere da Sud a Nord.



Molti esempi: televisori, computer,

Ma i paesi avanzati possono lanciare nuove, migliorate versioni dei prodotti (es. auto) e il ciclo del prodotto ricomincia.

Oppure la produzione può essere divisa in diverse fasi, a seconda dei vantaggi dei diversi paesi, e ci può essere una complessa rete di commercio di componenti e parti oltre che di prodotti finiti.