



per



GRIMALDI | STUDIO LEGALE

MILANO | ROMA | BARI | PARMA | NAPOLI | VERONA
TORINO | BRUXELLES | LONDON | LUGANO | NEW YORK



GRIMALDI | ALLIANCE

ALBANIA | ARGENTINA | BELGIUM | BOSNIA & HERZEGOVINA | BULGARIA | CHINA | COLOMBIA
CROATIA | CYPRUS | CZECH REPUBLIC | DOMINICAN REPUBLIC | EGYPT | EL SALVADOR
GREECE | GUATEMALA | HONDURAS | HUNGARY | INDIA | IRAQ | ITALY | LUXEMBOURG
MALAYSIA | MONTENEGRO | NORTH MACEDONIA | OMAN | PANAMA | PARAGUAY | POLAND
PORTUGAL | ROMANIA | RUSSIA | SAUDI ARABIA | SERBIA | SLOVAK REPUBLIC | SLOVENIA
SOUTH AFRICA | SPAIN | SWITZERLAND | TUNISIA | TURKEY | UAE | UNITED KINGDOM | USA

DICEMBRE 2021

| REPORT

Indagine sulle imprese italiane che operano sul mercato turco

II edizione

Metodologia

COMMITTENTE:

Centro Studi di Politica Internazionale - CeSPI

SOGGETTO REALIZZATORE:

ISTITUTO IXÈ SRL

METODOLOGIA:

INDAGINE QUANTITATIVA CAMPIONARIA

METODO DI RACCOLTA DATI:

TELEFONO FISSO (CATI), MOBILE (CAMI) E VIA WEB (CAWI)

UNIVERSO:

IMPRESE ITALIANE PRESENTI IN TURCHIA

CAMPIONE INTERVISTATO:

ESTRATTO DAGLI ELENCHI ICE

DIMENSIONE CAMPIONARIA:

95 CASI* (su 216 aziende contattate)

PERIODO DI RILEVAZIONE:

NOVEMBRE-DICEMBRE 2021

* 95 aziende hanno cominciato l'intervista, l'anno completata in 44

Composizione del campione

| Settore di attività | Valori % |
|--|----------|
| Abbigliamento e Accessori | 6,3 |
| Agro-Alimentare | 6,3 |
| Agroindustria e Macchinari | 4,2 |
| Apparecchiature Elettriche | 1,1 |
| Automotive, Aeronautica, Nautica, Veicoli Ind.li | 9,5 |
| Carta e Packaging | 2,1 |
| Chimica | 7,4 |
| Edilizia-Infrastrutture-Materiali-Engineering | 5,3 |
| Elettrodomestici, Illuminotecnica, Casalinghi | 3,2 |
| Elettronica, Medicale | 4,2 |
| Energia | 5,3 |
| Farmaceutico | 3,2 |
| Gioielli e Bigiotteria | 1,1 |
| Gomma e Plastica | 2,1 |
| Meccanica e Impianti | 10,5 |
| Metallurgia e Siderurgia | 5,3 |
| Motori, Turbine, App. Riscaldamento | 4,2 |
| Servizi - Bancari, Finanziari, Assicurativi | 8,4 |
| Servizi - Ict, E-Commerce | 1,1 |
| Telecomunicazioni | 1,1 |
| Trasporti | 5,3 |
| Turismo | 3,2 |

Composizione del campione

Macro-zona (Casa madre)

| | |
|------------|------|
| Nord Ovest | 31,9 |
| Nord Est | 13,6 |
| Centro | 16,0 |
| Sud-Isole | 38,6 |

Classe di fatturato

| | |
|--------------------------|------|
| Fino a 500.000 € | 2,3 |
| 500.001 – 1.000.000 € | 2,3 |
| 1.000.001 – 2.000.000 € | 13,6 |
| 2.000.001 – 5.000.000 € | 11,4 |
| 5.000.001 – 10.000.000 € | 6,8 |
| Oltre 10.000.000 € | 31,8 |
| non risponde | 31,8 |

Valori %

Numero di addetti

| | |
|-------------|------|
| Fino a 5 | 6,9 |
| 6-9 | 6,8 |
| 10-29 | 6,8 |
| 30-49 | 2,3 |
| 50-99 | 15,9 |
| 100-199 | 9,1 |
| 200-299 | 4,5 |
| 300-399 | 2,3 |
| 400 e oltre | 40,9 |

NOTE DI SINTESI



Note di sintesi

LE AZIENDE INTERVISTATE

Le 95 imprese coinvolte nell'indagine hanno con la Turchia relazioni diversificate:

- ✓ la maggioranza (67%) produce in Turchia,
- ✓ oltre la metà (55%), importa dalla Turchia e
- ✓ una quota sostanzialmente identica (54%) esporta verso la Turchia.

Il 29% delle aziende ha contemporaneamente relazioni commerciali di tutti e tre i tipi.

Per poco meno della metà delle aziende (44%) il mercato turco è quello prevalente.

Si tratta nel 46% dei casi di aziende del Nord Italia, con una componente prevalente (32%) del Nord Ovest, ma risulta rilevante anche la quota di aziende del Mezzogiorno.

I settori sono molto diversificati, con percentuali relativamente più alte di aziende della Meccanica e Impianti (11%), dell'automotive (10%). Più limitata la presenza dei servizi, seppure abbiano un certo peso (8%) il finance&insurance.

La dimensione è generalmente elevata (il 50% ha un fatturato superiore ai 2 milioni di Euro e nel 57% gli addetti sono oltre 100).

Note di sintesi

VALUTAZIONI

- ✓ Le imprese italiane approdate in questo Paese, sono **largamente soddisfatte (79%) dei rapporti col mercato turco**, ritenuto **solido e sicuro** per l'attività imprenditoriale dall'86% degli intervistati (dato stabile rispetto a due anni fa); la stessa quota (86%) dichiara che potrebbe consigliare ad altre aziende di investire su questo mercato.
- ✓ Uno degli aspetti favorevoli al business in questo Paese è legato al **posizionamento geopolitico, ritenuto positivo da 8 imprese su 10**; solo l'11% lo ritiene un fattore negativo, in particolare chi ha rapporti di export.
- ✓ Coerentemente con questo dato, la quasi totalità (93%) delle imprese ritiene che il mercato turco rappresenti anche una **testa di ponte per accedere ad altri paesi dell'area o del continente africano**; a questo proposito si registra un gran favore rispetto ad un'eventuale partnership italo-turca per entrare in un mercato terzo.
- ✓ La centralità della Turchia si è rafforzata a seguito della pandemia, che ha posto il Paese in una **posizione strategica nelle nuove catene di approvvigionamento** globale: ne è convinto l'83% delle aziende intervistate, con valutazioni più enfatiche tra chi produce in territorio turco.

Note di sintesi

- ✓ Il sistema turco è ampiamente apprezzato nel suo complesso, seppure su tutti gli aspetti prevalgano i toni moderati (abbastanza adeguato) rispetto a quelli entusiastici (del tutto adeguato):
 - il **sistema fiscale** è giudicato **adeguato dall'80% delle aziende** (per il 27% “del tutto”),
 - il **sistema giuridico** sempre dall'**80%** (18% “del tutto”),
 - una quota leggermente inferiore (**74%**), ma in crescita rispetto a quanto emergeva nella precedente indagine del 2019, ritiene adeguato il **sistema giudiziario** (14% “del tutto”).
- ✓ Per **metà delle aziende l'immagine che gli italiani hanno della Turchia è migliore della realtà**; il 29%, invece, ritiene che in Italia ci siano pregiudizi negativi su quel Paese. Questo dato segna un deciso peggioramento rispetto a quanto emergeva nel 2019, quando era una maggioranza relativa di imprese a ritenere la realtà migliore del percepito tra gli italiani.
- ✓ La maggioranza delle imprese non giudica problematico il clima di preoccupazione in termini di **degrado del rule of law e diritti umani**: **per il 52% non inciderà per niente sul business** e un ulteriore 20% ritiene che l'impatto non sarà particolarmente negativo. Oltre 1 impresa su 5, tuttavia, mostra una certa preoccupazione in merito.
- ✓ Si conferma l'ampia **apertura all'ingresso della Turchia nell'Unione Europea** da parte delle imprese che vi operano. Per il **67%** l'entrata nell'UE rappresenterebbe prevalentemente un'opportunità e solo 1 su 10 avverte maggiormente gli aspetti rischiosi per il proprio business.

Note di sintesi

- ✓ La partnership commerciale tra Italia e Turchia, già molto rilevante, sarà ulteriormente rafforzata secondo le imprese: l'obiettivo del Governo turco di **aumentare da 20 a 30 miliardi di dollari lo scambio commerciale è realizzabile per 8 su 10.**
- ✓ L'**87%** delle aziende coglie il **vantaggio di investire in Turchia**, anche grazie alla **campagna governativa a supporto degli investimenti stranieri** e per l'**82%** un fattore di grande attrattività è rappresentato anche dai **massicci interventi in infrastrutture** e grandi opere.
- ✓ A differenza di quanto rilevato due anni fa, emergono dubbi circa gli effetti della **stabilità monetaria e dei cambi al vertice della Banca centrale** sulle attività economiche: **solo per il 22% hanno un effetto positivo.**
- ✓ Coerentemente con questo dato, chiamate ad indicare le criticità per gli investimenti in Turchia, le aziende utilizzano molto frequentemente il termine “instabilità”, riferita alla moneta, oppure con connotazioni politiche. Sempre sul fronte economico, diversi richiami all’inflazione e alla svalutazione.
- ✓ **L’evoluzione del sistema istituzionale** verso un sistema presidenziale non sarebbe ininfluente per le attività economiche: la maggioranza delle aziende (**55%**) **prefigura un cambiamento** in peggio, mentre l’accentramento del potere sarebbe positivo per il contesto economico secondo il 18% del campione.

Note di sintesi

- ✓ Considerato **nel suo complesso il modello economico turco è giudicato adeguato ad attrarre investimenti dalla metà delle imprese consultate**: perfettamente adeguato per il 16% e sufficientemente adeguato per il 31%. Rispetto a quanto si rilevava nel 2019 è significativamente cresciuta la quota di imprese che esprime dubbi sull'adeguatezza del modello turco o preferisce sospendere il giudizio.
- ✓ Una quota lievemente superiore (53%) ritiene che l'economia turca sia in una **fase favorevole agli investimenti**.

ANALISI DEI RISULTATI

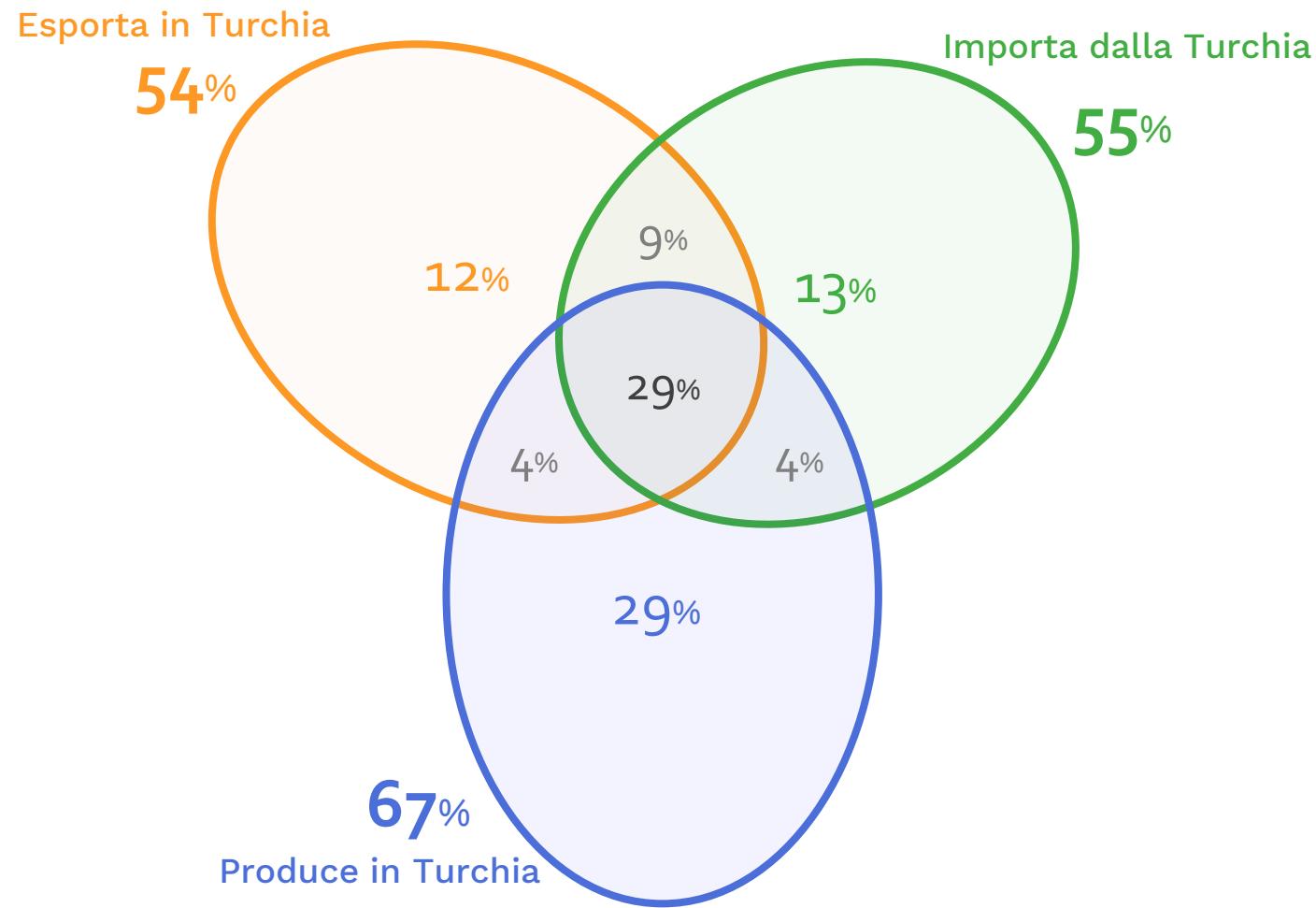


Tipologie di rapporti

La sua impresa quali rapporti commerciali ha con la Turchia?

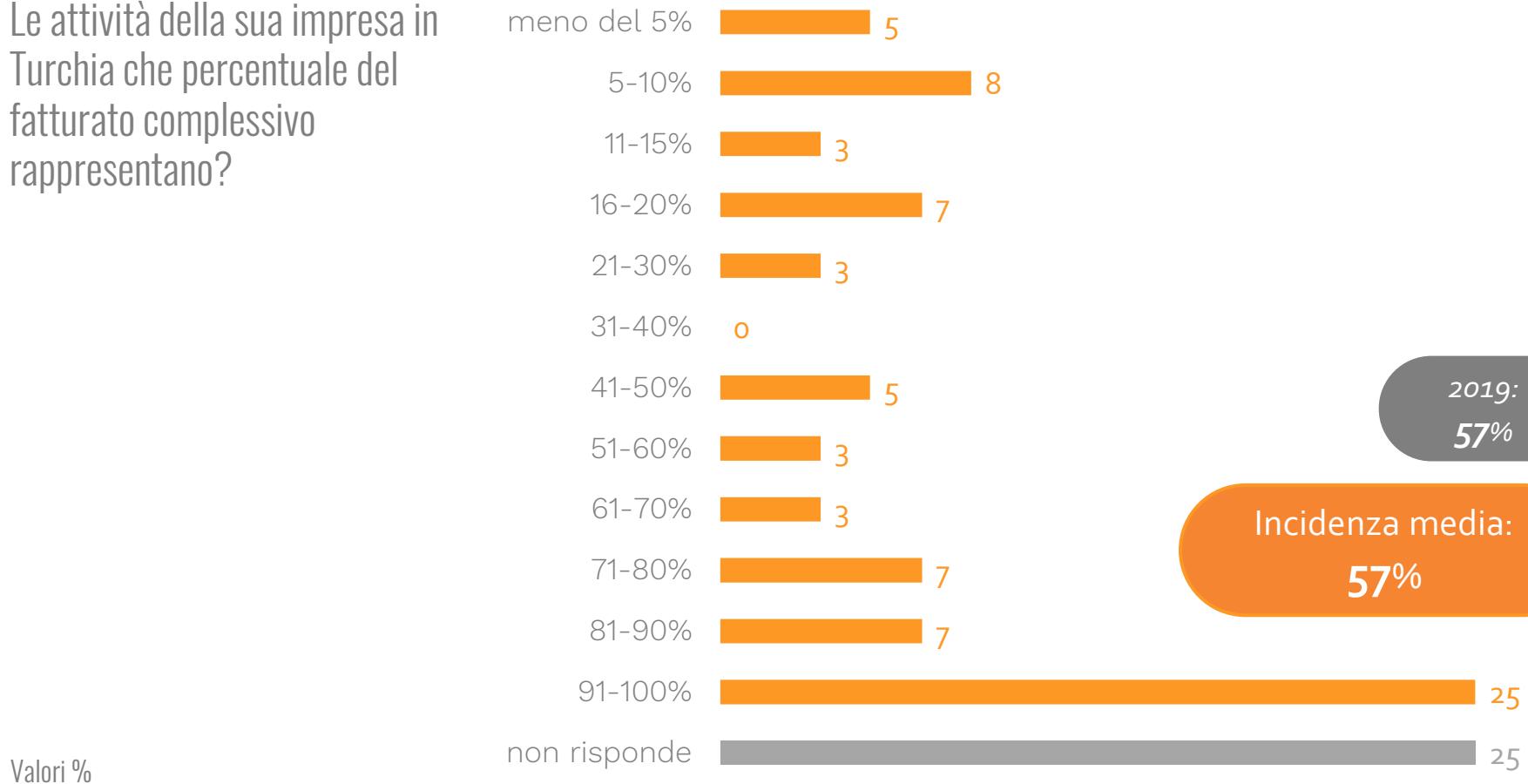
Possibili più risposte

Valori %



Incidenza delle attività in Turchia

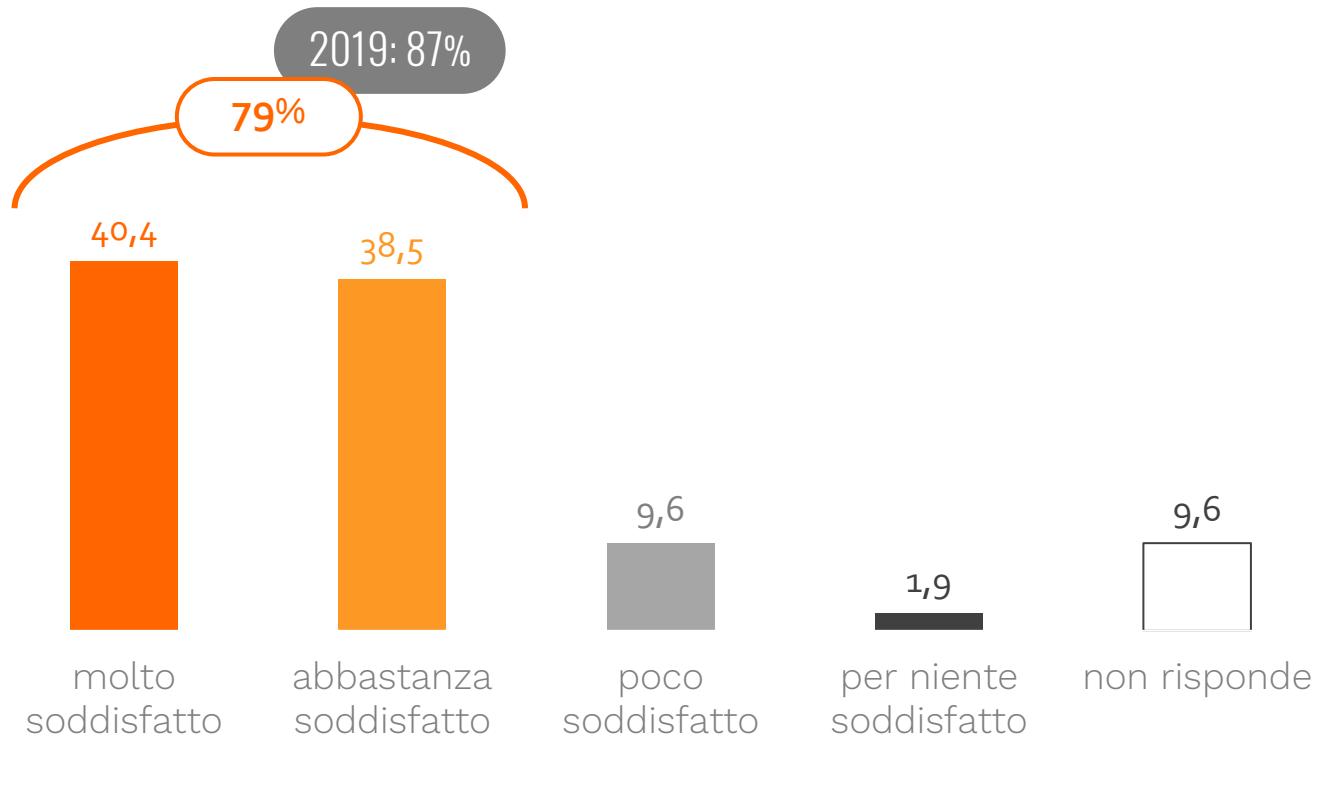
Le attività della sua impresa in Turchia che percentuale del fatturato complessivo rappresentano?



Valori %

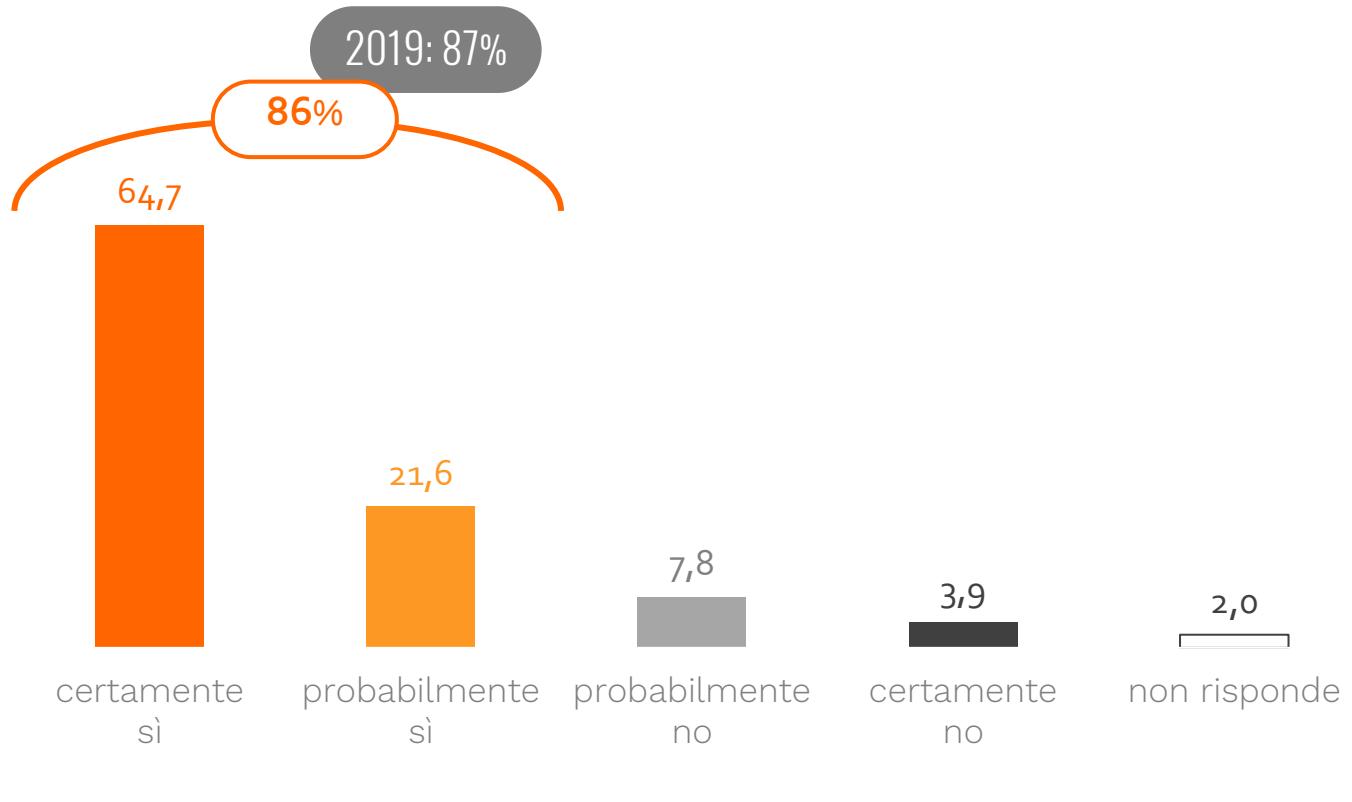
Soddisfazione per le attività in Turchia

Parliamo del mercato turco. Lei quanto è soddisfatto dei rapporti della sua azienda con il mercato turco?



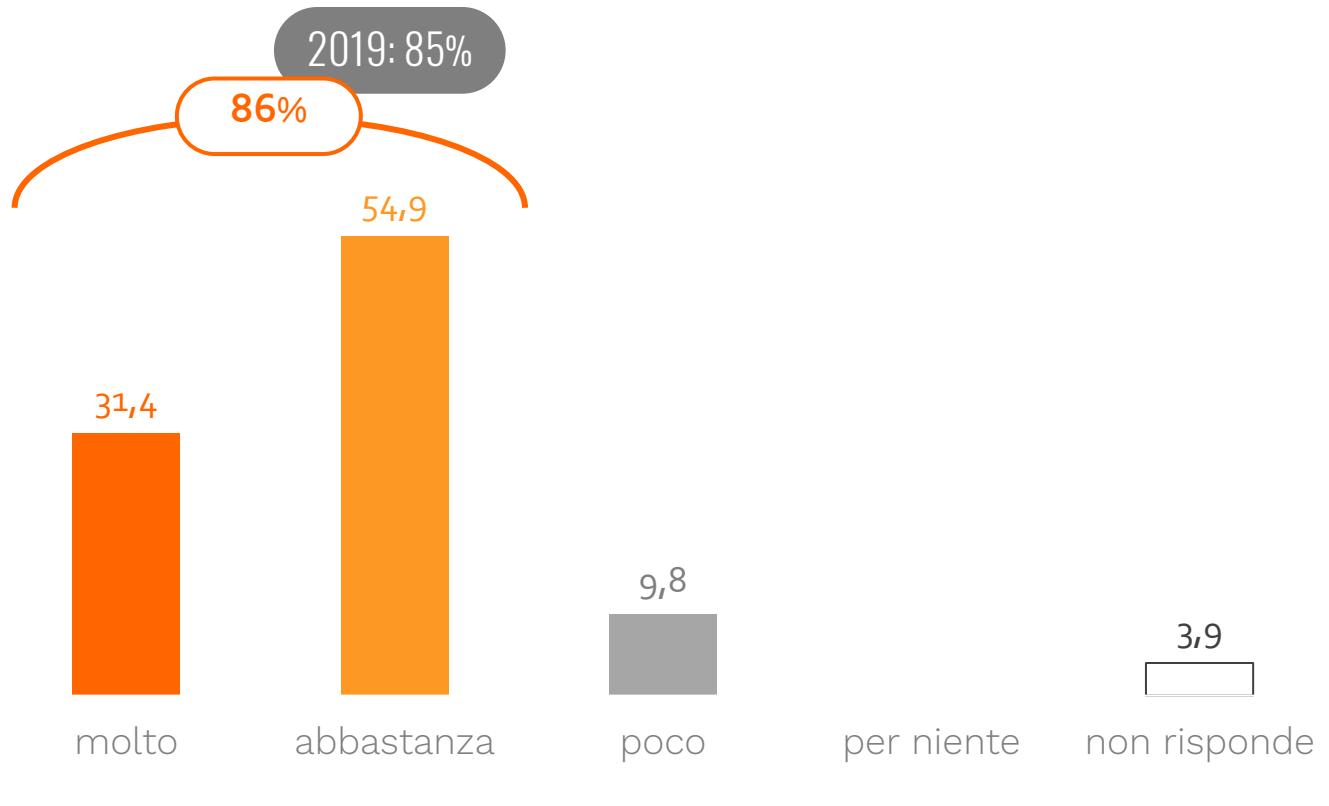
Promozione del mercato turco

Lei consiglierebbe ad altre aziende italiane
di investire sul mercato turco?



Solidità del mercato turco

Ritiene che il mercato turco sia solido e sicuro per svolgere impresa?



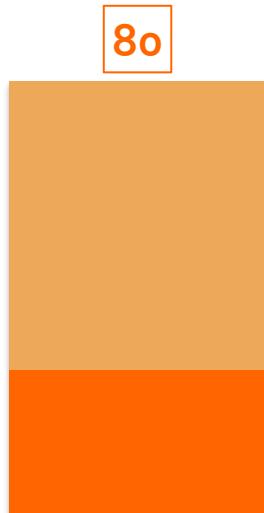
Adeguatezza del sistema turco

In particolare come giudica l'adeguatezza del sistema turco per attrarre investimenti e fare impresa, in termini di:

■ Del tutto

■ Abbastanza

Σ ADEGUATO



sistema fiscale



sistema giuridico
(l'impianto complessivo)



sistema giudiziario
(certezza del diritto, tempi, ecc.)

Valori %

Adeguatezza del sistema turco

Confronto temporale

In particolare come giudica l'adeguatezza del sistema turco per attrarre investimenti e fare impresa, in termini di:

% Del tutto + Abbastanza adeguato

■ 2021 ■ 2019

sistema fiscale



sistema giuridico
(l'impianto complessivo)

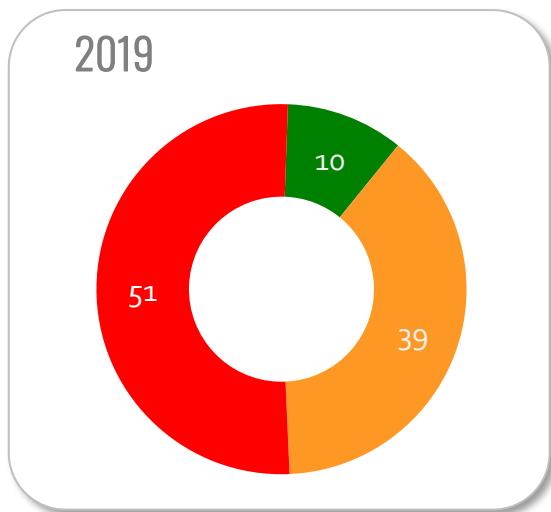


sistema giudiziario
(certezza del diritto, tempi, ecc.)

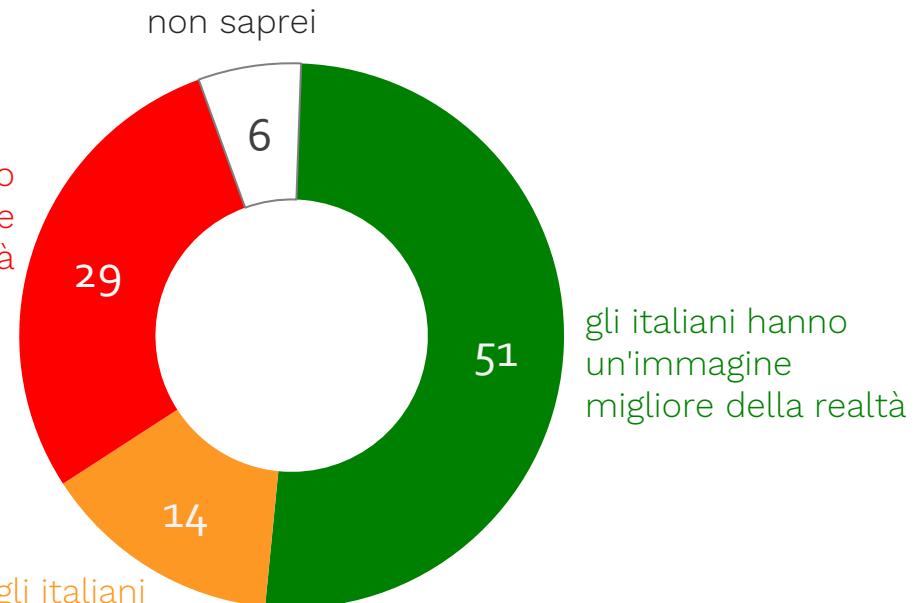


L'immagine della Turchia in Italia

A suo parere l'immagine che gli italiani mediamente hanno della Turchia è migliore o peggiore della realtà che lei ha sperimentato?



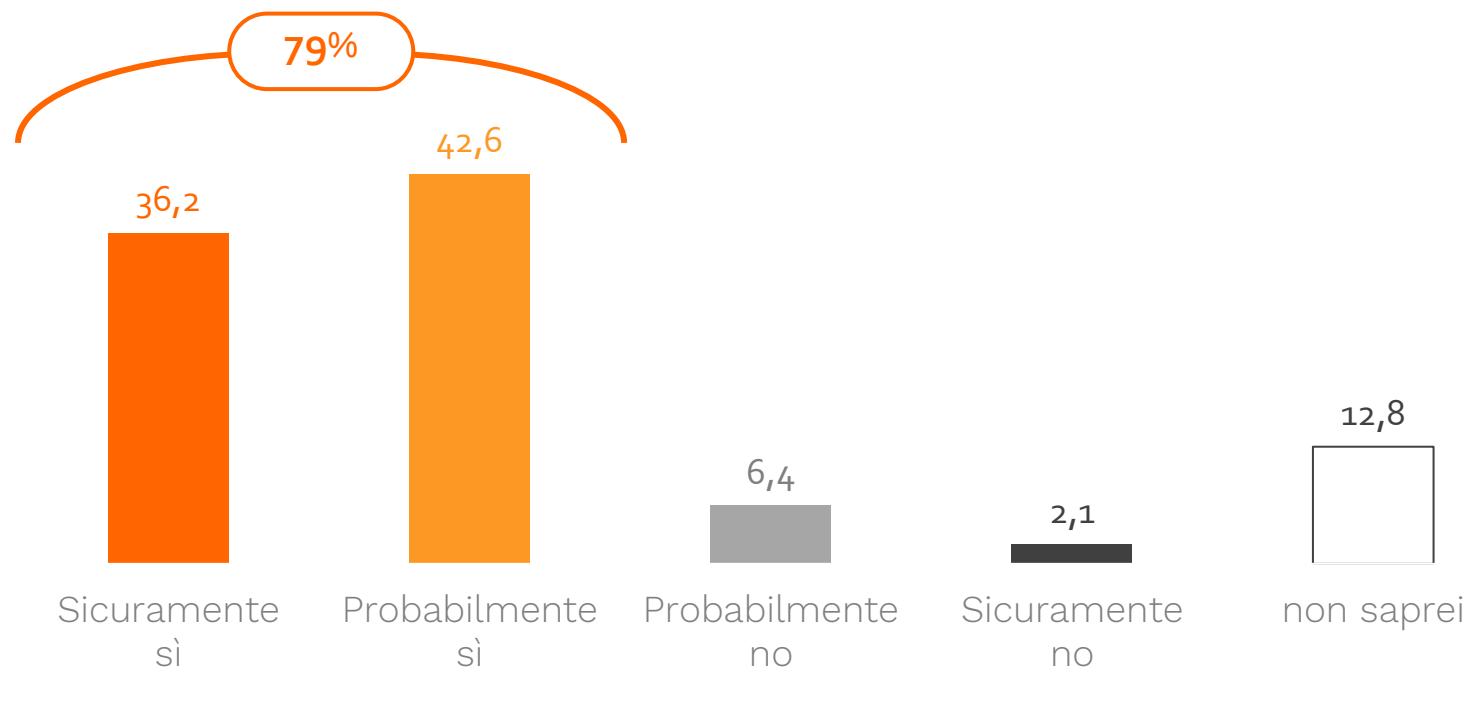
gli italiani hanno
un'immagine peggiore
della realtà



gli italiani hanno
un'immagine
migliore della realtà

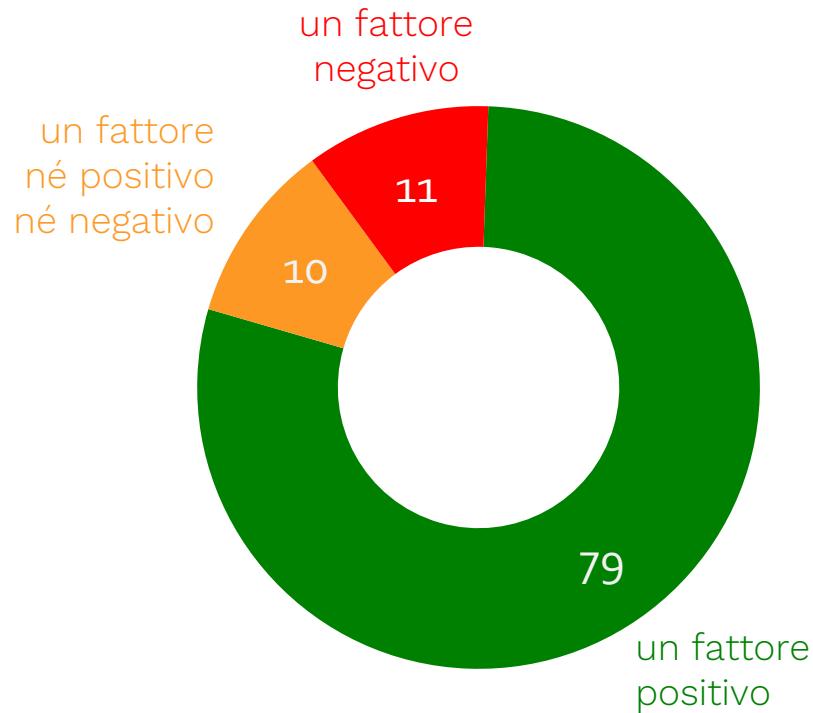
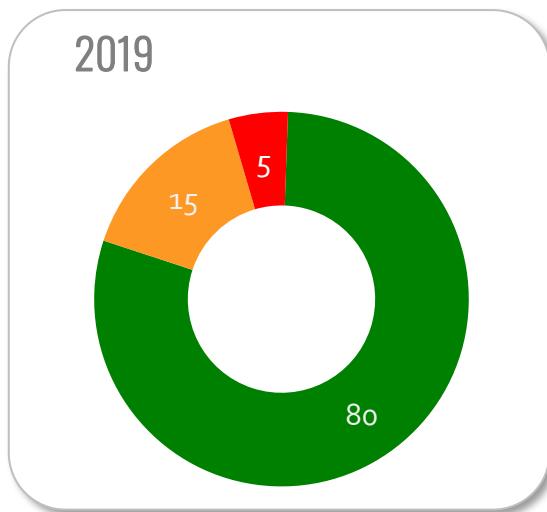
La partnership commerciale

L'Italia è il secondo partner commerciale della Turchia nell'Unione Europea e tra i primi 5 a livello internazionale. Ritiene che l'obiettivo annunciato dal Governo turco di innalzare lo scambio commerciale con l'Italia da 20 a 30 miliardi di dollari sia realizzabile?



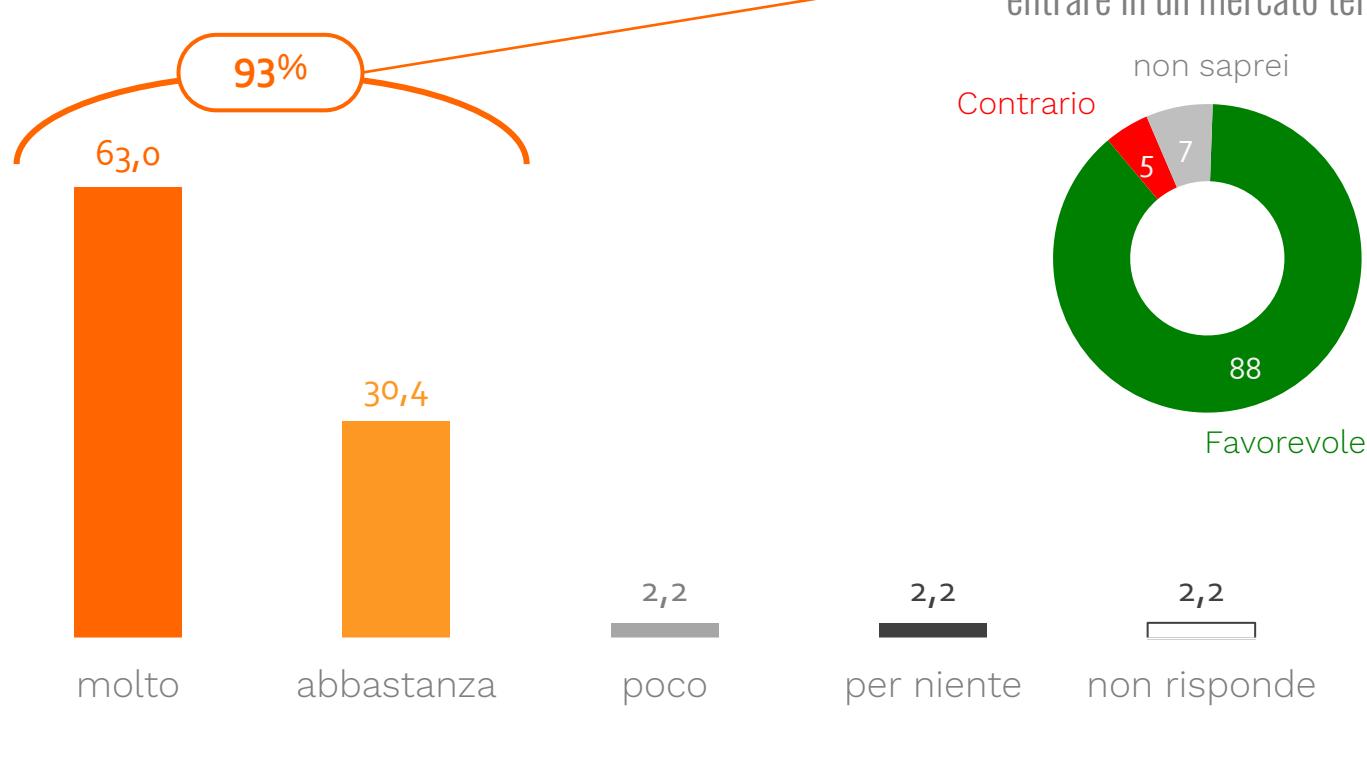
Il posizionamento geopolitico e il business

A suo parere il posizionamento geopolitico della Turchia rappresenti un fattore positivo o negativo per realizzare business in quel Paese?



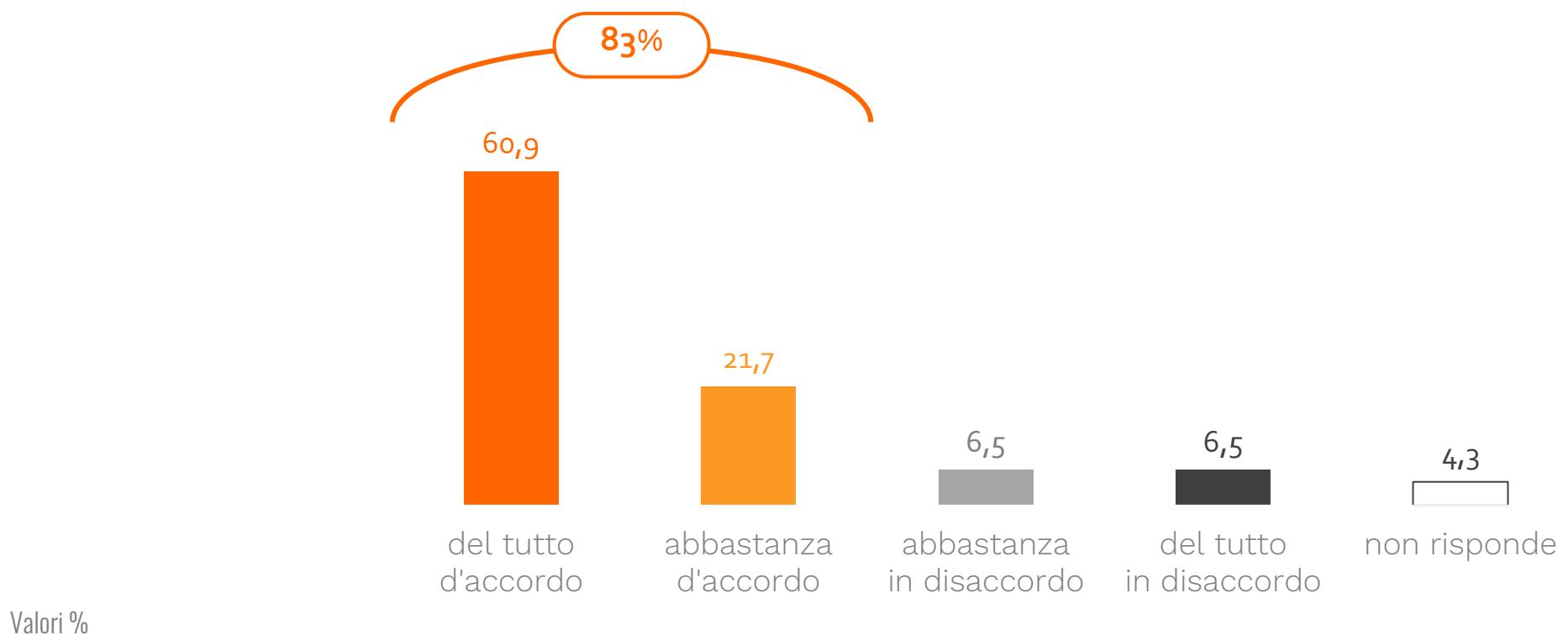
La Turchia come porta d'accesso ad altri mercati

Ritiene che lavorare nel contesto turco possa agevolare l'accesso in altri paesi dell'area o del continente africano?



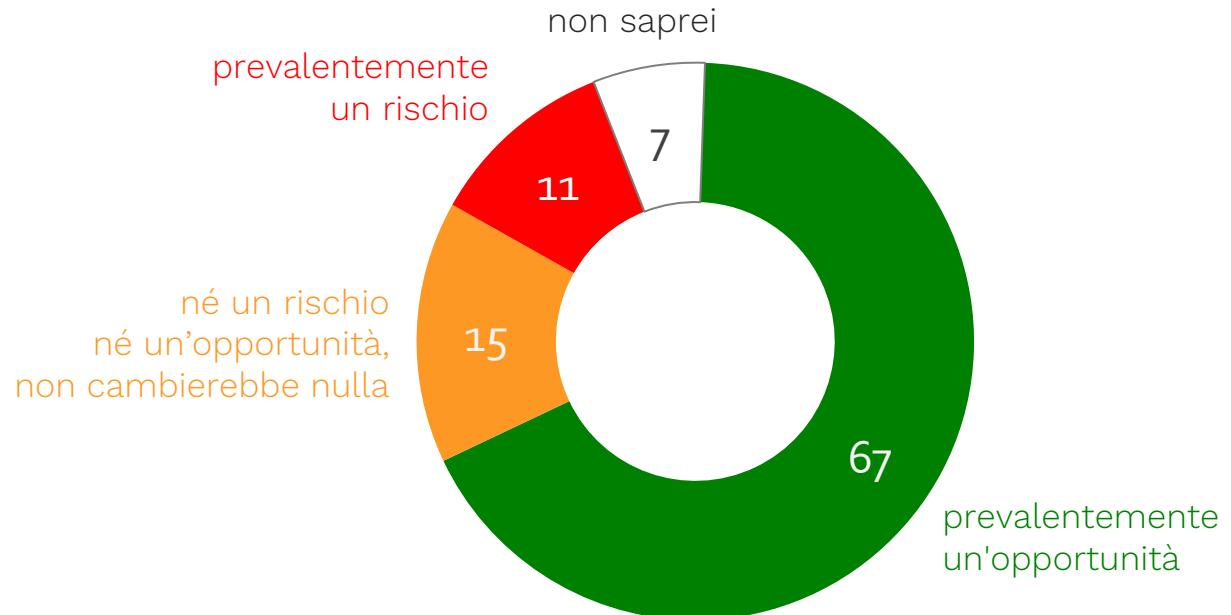
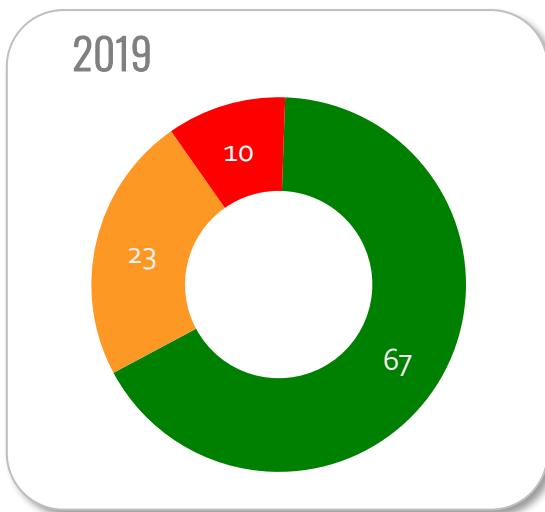
La centralità nelle catene di approvvigionamento

La crisi pandemica sembra aver posto la Turchia in una posizione strategica nelle nuove catene di approvvigionamento globale. Lei è d'accordo o in disaccordo con questa affermazione?



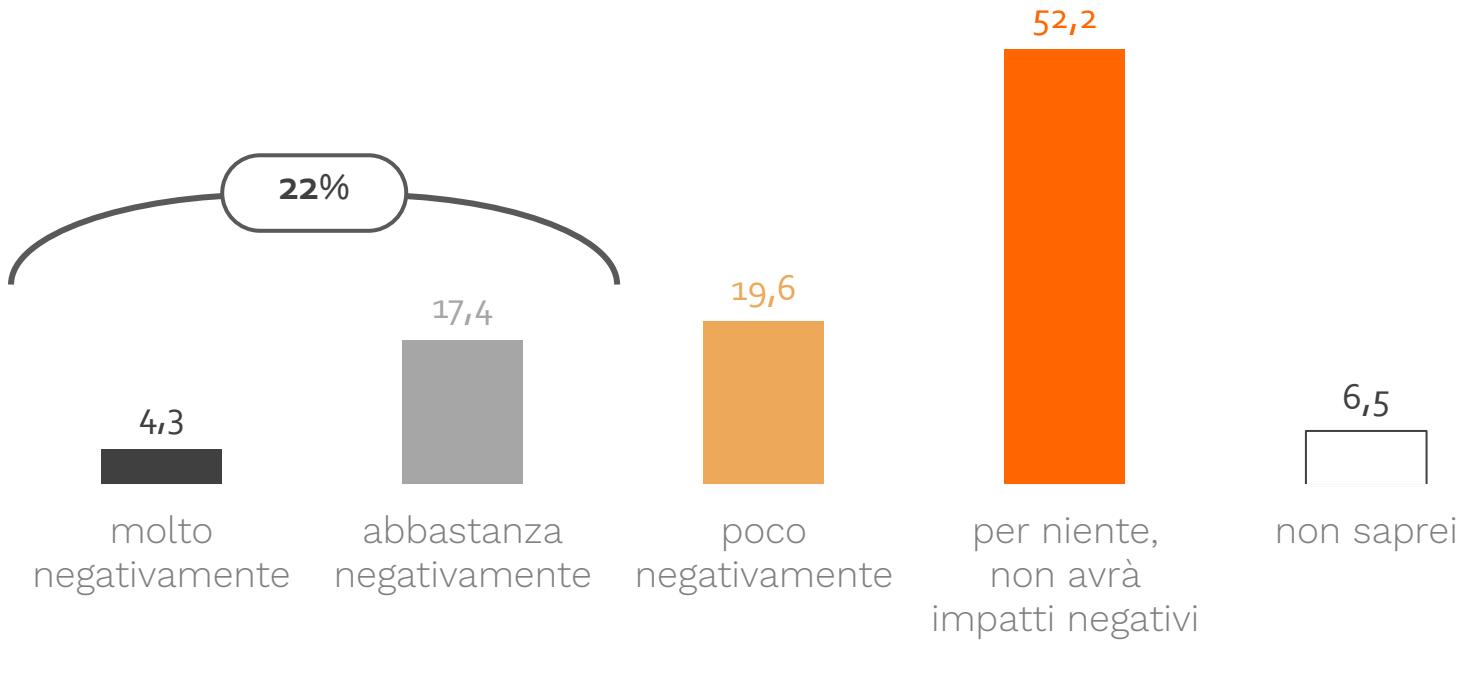
Ingresso della Turchia nella UE

L'ingresso della Turchia nell'Unione Europea per il suo business rappresenterebbe prevalentemente un'opportunità o un rischio?



La Turchia e i diritti umani

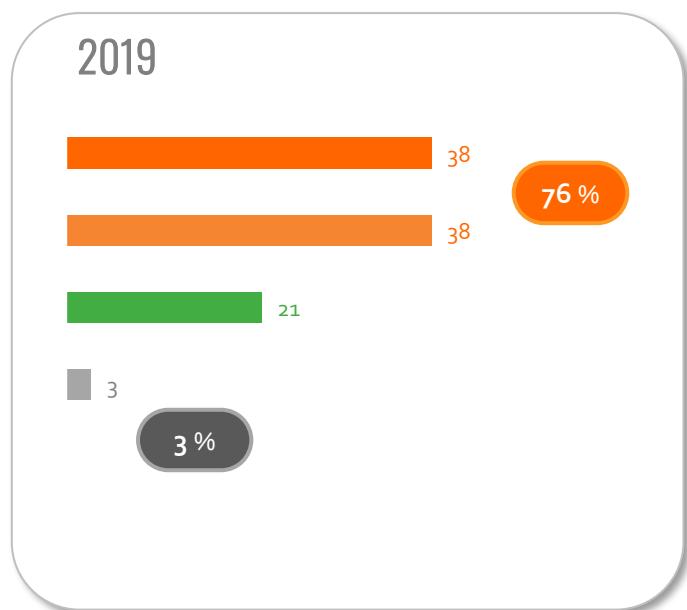
Al momento sulla Turchia gravano preoccupazioni a livello internazionale in termini di degrado del *rule of law* e diritti umani. Ritiene che tale situazione possa impattare negativamente sullo sviluppo del suo business in questo Paese?



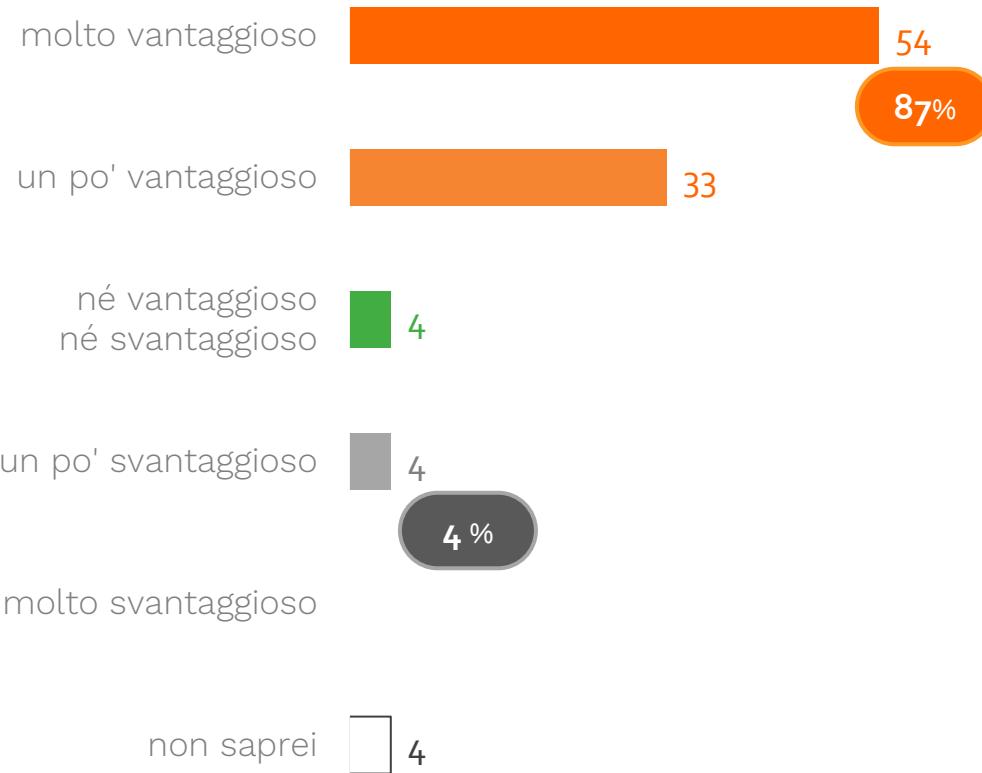
Valori %

La campagna per gli investimenti stranieri

In Turchia è stata realizzata una massiccia campagna governativa per attrarre investimenti stranieri. Lei personalmente ritiene che investire in Turchia sia:



Valori %



Criticità per gli investimenti in Turchia

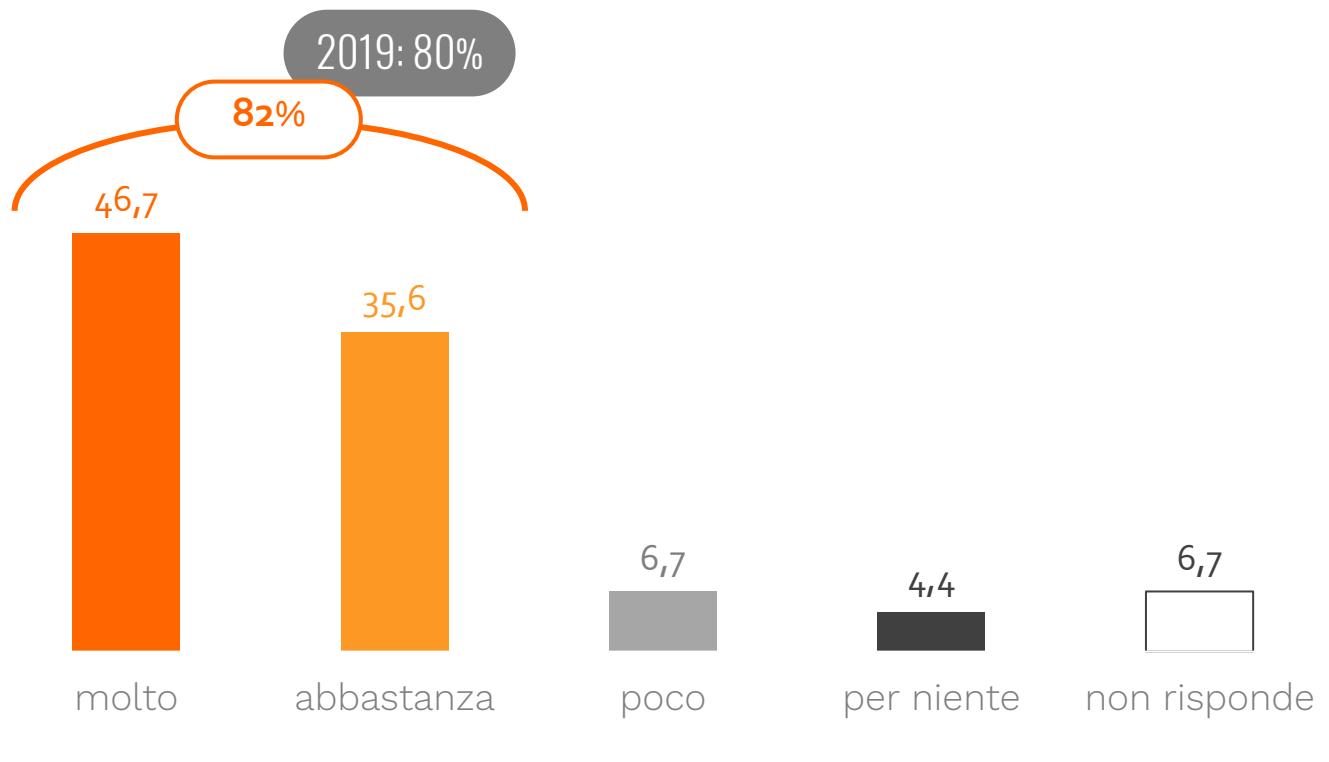
Quali sono a suo parere le principali criticità per gli investimenti in Turchia?

WORD CLOUD*



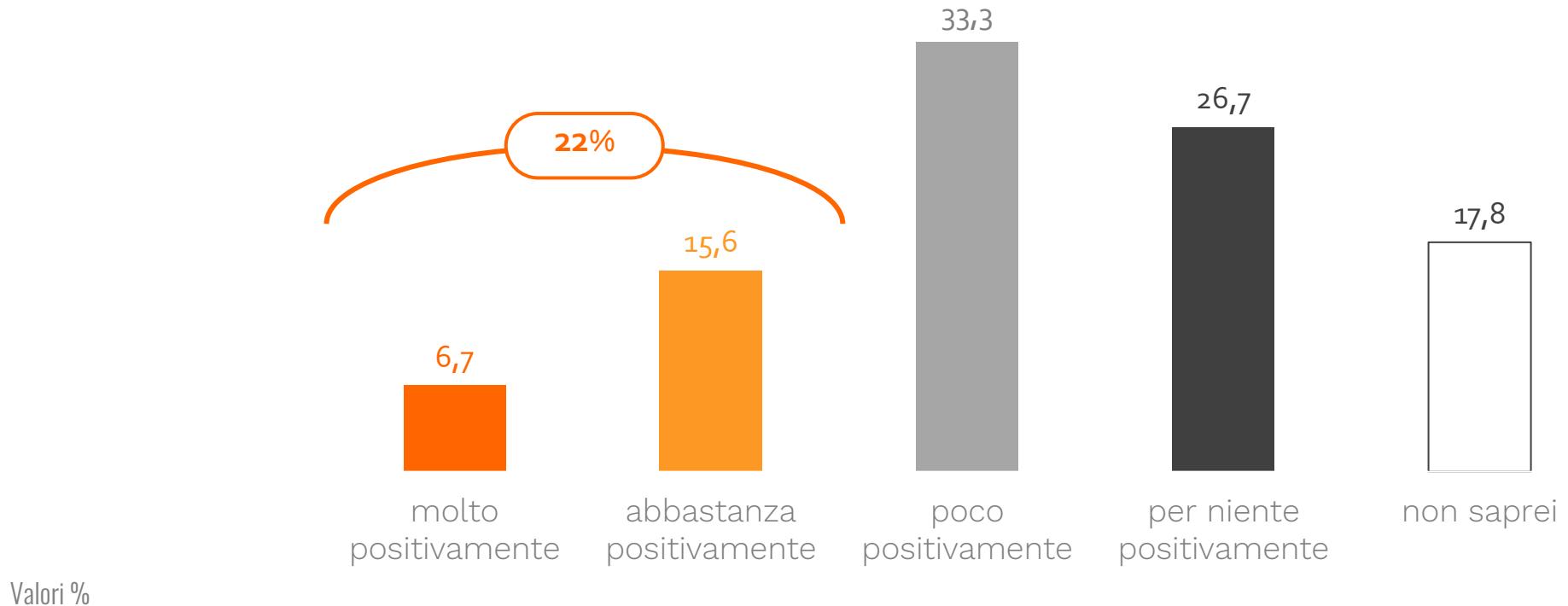
Gli interventi infrastrutturali

La Turchia sta investendo molto su infrastrutture e grandi opere. Lei ritiene che questi interventi infrastrutturali possano facilitare la realizzazione di business e investimenti in Turchia?



La stabilità monetaria

L'instabilità monetaria e i recenti cambi al vertice della banca centrale turca, secondo lei, quanto influiscono per chi vuole realizzare business in quel Paese?



L'evoluzione del sistema istituzionale

L'evoluzione del sistema istituzionale e l'accenramento di potere in un sistema presidenziale pensa che possano avere ripercussioni sul contesto economico?

Sì, un cambiamento
in meglio

18,2

Sì, un cambiamento
in peggio

54,5

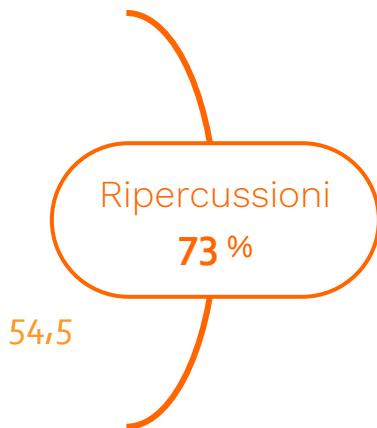
No, nessun effetto sul
contesto economico

18,2

preferisco non rispondere

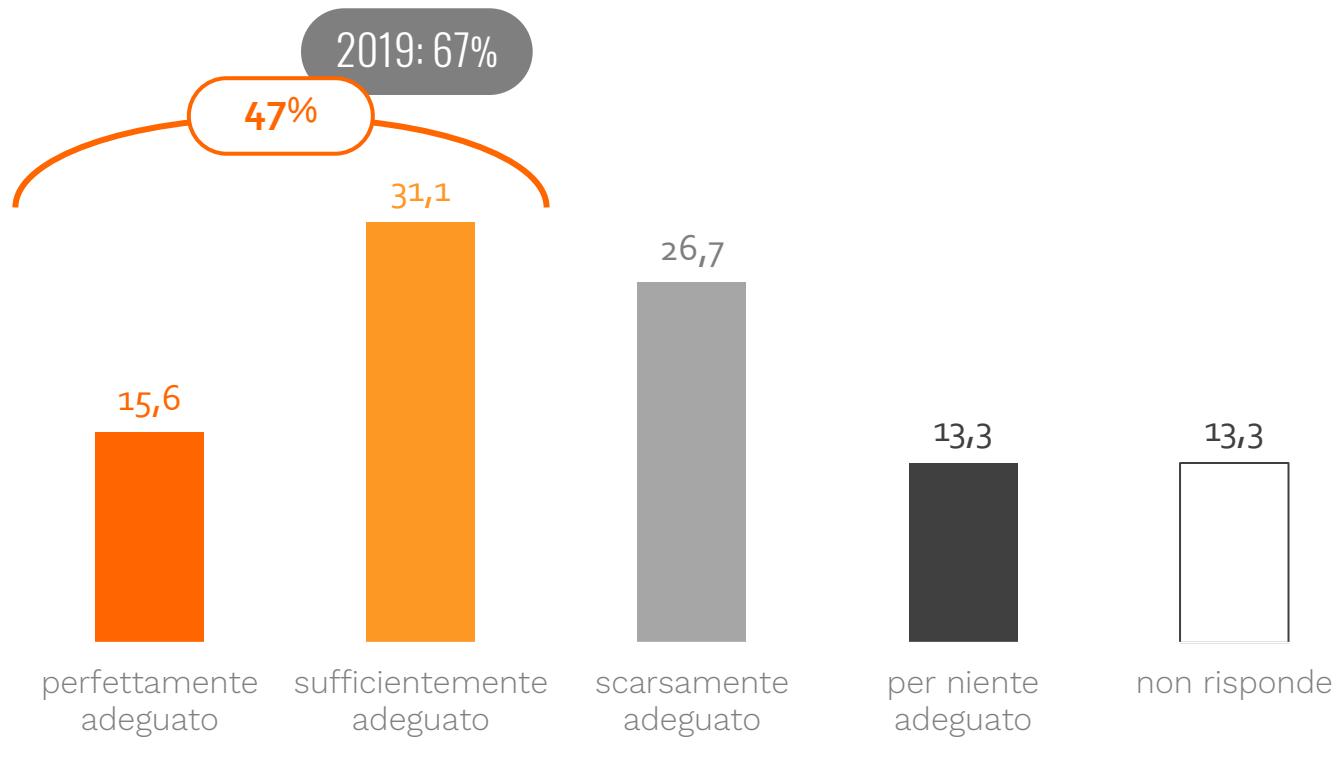
9,1

Valori %



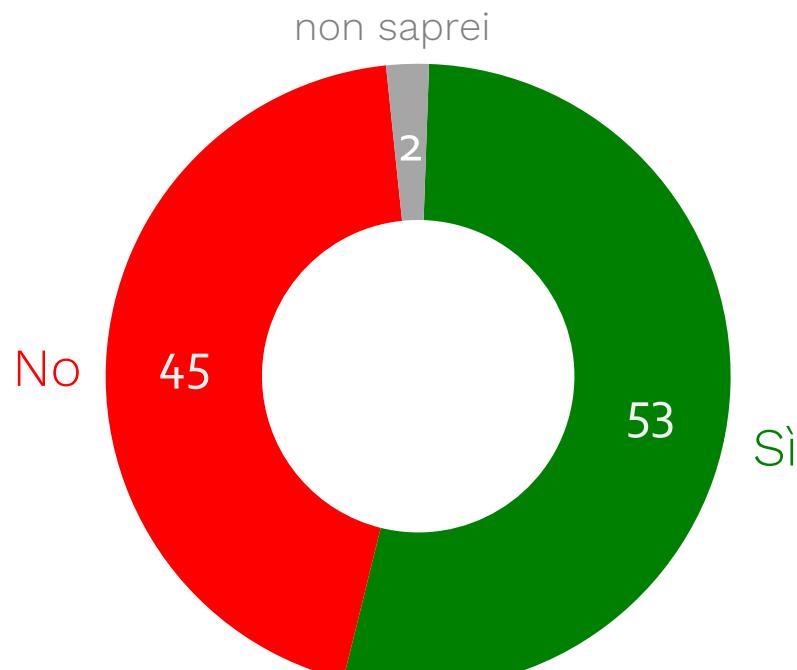
Attrattività per gli investimenti – Il Modello

Tutto sommato, ritiene che l'attuale modello economico turco sia adeguato ad attrarre investimenti?



Attrattività per gli investimenti – La congiuntura

E in questo momento particolare ritiene che l'economia turca sia in una fase favorevole per attrarre investimenti?



Valori %



www.istitutoixe.it | info@istitutoixe.it



Alex Buriani

a.buriani@istitutoixe.it

Roberto Weber

r.weber@istitutoixe.it



Grazie per la vostra attenzione