



Commercio internazionale e integrazione europea

a cura di G.Vitali

*Appunti per il modulo di “Economia dell’Unione Europea”,
corso integrato di “Storia ed Economia dell’Unione Europea”,
a.a. 2016-2017, versione del 25-10-2016*

Indice

1	Introduzione.....	3
2	La crescita del commercio tra i paesi europei	4
3	Commercio intrasettoriale e intersettoriale	6
4	Le nuove teorie sul commercio internazionale	7
5	Differenziazione verticale e orizzontale	9
6	Rapporto tra libero commercio e integrazione europea.....	11
7	La nuova geografia economica	13

Teorie sul commercio internazionale e integrazione europea

1 INTRODUZIONE

La politica economica europea si pone l'obiettivo aumentare le opportunità di crescita del sistema economico europeo, grazie ai benefici che l'integrazione economica consente.

I vantaggi del mercato unico possono essere individuati tanto dal lato dell'offerta economica (le imprese che producono) quanto da quello della domanda (i consumatori). Nel primo caso le imprese hanno a disposizione un mercato che non è segmentato da dazi doganali, da standard produttivi o da altre forme di protezionismo (ambientale, fiscale, ecc.) e possono quindi operare sul grande mercato europeo di 500 milioni di consumatori alle stesse condizioni con cui operano sul proprio mercato nazionale. L'integrazione economica riduce i costi di transazione sul mercato unico, favorendone quindi il suo uso da parte delle imprese nazionali.

Nel secondo caso, i consumatori possono accedere a beni di maggiore varietà e di minore costo, grazie alla concorrenza esistente tra le imprese. La nuova concorrenza aumenta il "surplus del consumatore", e cioè il vantaggio che il consumatore ha nell'acquistare ad un prezzo più basso di quello a cui sarebbe costretto ad acquistare in assenza di concorrenza tra le imprese.

Tuttavia, affinché si realizzino i benefici del mercato unico occorre garantire la concorrenza tra le imprese e favorire il trasferimento dei minori costi produttivi

dalle imprese ai consumatori (in caso contrario, i minori costi si tradurrebbero solo in maggior profitti imprenditoriali).

Per tale motivo, la politica economica agisce sia in termini di politica della concorrenza, sia favorendo il libero commercio tra gli operatori comunitari: quest'ultimo rappresenta il migliore strumento a favore della libera concorrenza tra gli operatori europei.

Si ipotizza infatti che i vantaggi del libero commercio possano favorire lo sviluppo europeo, anche se tale sviluppo non riguarderà l'intero sistema economico ma solo alcune parti di esso, e cioè quelle imprese, quei settori e quelle regioni geografiche che traggono maggiori benefici dall'integrazione economiche. Al contrario, anche se il gioco non è a somma zero, nel senso che i vantaggi aggregati sono maggiori degli svantaggi, le imprese/settori/regioni "perdenti" subiscono pesanti effetti negativi: le politiche pubbliche di redistribuzione del reddito e di sviluppo industriale e regionale hanno quindi il compito di ridurre gli squilibri e le asimmetrie generate dal libero commercio favorendo una ristrutturazione delle imprese/settori/regioni "perdenti".

Vediamo alcune brevi considerazioni a questo proposito, utilizzando anche il contributo di analisi elaborato dal premio Nobel Paul Krugman¹.

2 LA CRESCITA DEL COMMERCIO TRA I PAESI EUROPEI

L'influenza esercitata dai cambiamenti istituzionali avvenuti nell'Unione europea sul contesto competitivo delle imprese è notevole, soprattutto se consideriamo che cosa ha rappresentato l'abolizione dei dazi commerciali, la successiva unione doganale e il mercato unico degli anni Novanta: rappresentano una vera e propria "rivoluzione economica", di cui forse solo oggi se ne comprende il grande significato storico, che ha comportato un sensibile aumento del commercio

¹Si veda Krugman (1991), *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge (MA)

intracomunitario ed un forte aumento della concorrenza tra le imprese europee. Anche il fatto che l'aumento del commercio e della concorrenza hanno inizialmente interessato solo i settori manifatturieri, in quanto caratterizzati da una produzione "tradable", non è stato un grosso limite, se consideriamo come il comparto manifatturiero ha rappresentato per decenni il vero motore dello sviluppo economico europeo (e che la domanda, negli anni '60 e '70, era soprattutto diretta verso i prodotti materiali, e non verso i servizi). Del resto, quanto la domanda di servizi incomincia ad essere significativa, negli anni Novanta si procede con il Mercato unico, e quindi con l'apertura al contesto europeo dei servizi nazionali.

Gli effetti sociali di tale rivoluzione sono stati tutti positivi: grazie alla crescita dell'economia, elemento comune ai paesi partner soprattutto negli anni '60, le crisi delle imprese estromesse dalla concorrenza estera sono state assorbite senza impatto sociale negativo, in quanto i lavoratori espulsi trovavano facilmente una nuova occupazione. Mentre negli anni Sessanta la stessa organizzazione tayloristica garantiva bassi costi di aggiustamento per reinserire la manodopera in esubero, in quanto essa non necessitava di particolari competenze per essere inserita nelle nuove attività produttive, successivamente è la crescita del comparto dei servizi che consente di assorbire la perdita occupazionale dell'industria manifatturiera soggetta alla maggiore concorrenza.

La maggiore concorrenza che devono subire le imprese europee, in conseguenza dell'integrazione del mercato, favorisce una crescita del commercio intracomunitario a cui corrisponde un aumento del benessere per il consumatore europeo: dall'esame della teoria economica possiamo trarre numerosi chiarimenti sulle caratteristiche di quest'ultimo legame.

3 COMMERCIO INTRASETTORIALE E INTERSETTORIALE

Le teorie tradizionali di Ricardo e di Heckscher-Ohlin sul commercio internazionale giustificano i flussi commerciali tra i paesi alla luce delle diverse dotazioni fattoriali di ciascun paese. Se un paese possiede abbondante manodopera, esso si specializzerà nei beni ad alto contenuto di lavoro, beni che verranno commercializzati a livello internazionale con i paesi che, al contrario del primo, possiedono elevate quantità di capitale (e quindi esporteranno beni ad alto contenuto di capitale), oppure di energia (e quindi esporteranno beni ad elevato contenuto energetico), oppure di conoscenze tecnologiche (e quindi esporteranno beni innovativi), ecc.

In sostanza, le teorie tradizionali affermano che il commercio internazionale è di tipo intersettoriale, avviene cioè tra settori differenti, perché i paesi sono molto differenti tra loro per quanto riguarda la struttura produttiva.

Questa sorta di divisione internazionale del lavoro genera dei benefici per tutti i paesi che partecipano al commercio internazionale: specializzandosi nella produzione di maggiore successo, ciascun paese gode di vantaggi in termini di miglioramento del benessere dei suoi consumatori che possono acquistare beni importati ad un prezzo inferiore rispetto a quelli prodotti nella nazione. A sua volta, il settore con il maggiore vantaggio comparato esporterà i suoi beni ai consumatori degli altri paesi esteri².

Applicando tale approccio teorico all'Unione Europea, si dovrebbero individuare sia flussi commerciali tra i paesi partner che riguardano settori differenti, sia specializzazioni produttive dei singoli paesi profondamente diverse tra loro.

In realtà, pur con tutti i limiti dei confronti statistici, i paesi comunitari non sono oggi particolarmente differenti tra loro per quanto riguarda i loro sistemi produttivi; inoltre, i beni scambiati appartengono più o meno tutti agli stessi

² Si veda P. Krugman, M. Obstfeld (2003), *Economia Internazionale*, Hoepli, Milano

settori: non vi è un paese che produce solo automobili, né tutte le automobili europee vengono prodotte in un solo paese; al contrario, le auto francesi sono vendute anche in Italia, mentre quelle italiane si esportano anche in Francia, e così via per tutti gli altri rapporti bilaterali tra paesi produttori di auto. Ciò significa che il commercio tra i paesi europei è soprattutto di tipo intrasettoriale, più che di tipo intersettoriale.

Dal punto di vista metodologico, per distinguere tra commercio intersettoriale (*one-way trade*) e commercio intra-settoriale (*two-way trade*), l'analisi empirica usa il seguente criterio: quando il flusso del paese A verso il paese B in un certo settore è in termini di importazioni o di esportazioni meno del 10% del flusso di B verso A si tratta di commercio inter-settoriale. Al contrario, quando le importazioni di A sono superiori al 10% delle export di B di tale settore, si parla di commercio intra-settoriale.

4 LE NUOVE TEORIE SUL COMMERCIO INTERNAZIONALE

La tradizionale teoria del commercio internazionale non riesce pertanto a spiegare come possa avvenire un commercio intra-settoriale, cioè all'interno dello stesso settore industriale, e tra paesi molto simili per dotazione dei fattori produttivi necessari alla produzione di tali beni.

A questo proposito, Krugman ha contribuito a spiegare questo fenomeno introducendo, insieme ad altri economisti, le cosiddette “nuove teorie sul commercio internazionale”. Tali teorie spostano l'attenzione dal tipo di struttura produttiva presente in ciascun paese, ad altre variabili di tipo microeconomico, quali i diversi gusti dei consumatori, la presenza di economie per le imprese localizzate in un certo paese, il temporaneo monopolio tecnologico posseduto da chi presenta sul mercato un prodotto innovativo, ecc.

Più in particolare, il contributo di Krugman afferma che il commercio internazionale esiste perché i gusti dei consumatori sono profondamente differenti

anche all'interno di uno stesso prodotto e che le imprese hanno la possibilità di concentrare la produzione in un unico stabilimento per sfruttare economie di scala produttive.

La prima determinante è molto importante per spiegare il nuovo beneficio del consumatore, che non è più in termini di prezzi ma bensì in termini di varietà di prodotti a disposizione.

La possibilità che ciascun paese si specializzi in una certa varietà di prodotto, pur all'interno dello stesso settore produttivo, consente a tale paese di soddisfare la domanda di tale varietà che sorge anche negli altri paesi comunitari.

Si considera, in questo modo, la cosiddetta differenziazione di prodotto: ciascun prodotto, per quanto uguale agli altri, è in realtà profondamente diverso per quanto attiene alla sue caratteristiche appariscenti o a quelle intrinseche. La differenza può essere quindi sostanziale, come tra un'auto di lusso o un'auto utilitaria, o puramente formale, come nei detersivi impacchettati in contenitori di diverso tipo, o indotta dalla pubblicità, o attribuibile al valore del marchio (a cui è associato un certo *status symbol*, o un certo contenuto qualitativo o tecnologico), e così via. Più i paesi hanno raggiunto lo stesso livello di sviluppo e più è probabile che i consumatori richiedano beni differenziati, e quindi più è probabile che nasca un commercio internazionale di prodotti diversi ma appartenenti allo stesso settore industriale. Un commercio di tipo intra-settoriale.

Le analisi empiriche condotte sul commercio comunitario indicano, per l'appunto, che i flussi commerciali tra i paesi europei sono soprattutto di tipo intra-settoriale, e che le dotazioni fattoriali dei vari paesi sono piuttosto simili³, pur esistendo comunque alcune specializzazioni industriali di tipo nazionale (come indicato nella dispensa sulla struttura industriale europea).

³ Si veda EC Commission (1996), "Economic Evaluation of the Internal Market", European Economy, n.4, Bruxelles

Dal punto di vista della politica economica all'interno dell'Unione Economia e Monetaria, se le strutture economiche sono simili, ciò implica anche un minor "costo di aggiustamento" per i paesi partner nel caso si verificano crisi economiche non generalizzate, ma concentrate in un solo paese (shock asimmetrici). Per esempio, se i consumatori europei modificassero improvvisamente i loro gusti e non volessero più acquistare auto di piccola cilindrata, il paese specializzato nella produzione di utilitarie dovrebbe "semplicemente" spostare i suoi lavoratori nella varietà delle auto di lusso (varietà che nell'esempio verrebbe molto richiesta dai consumatori). Tale spostamento rappresenta per il paese un costo di aggiustamento, perché occorre modificare in parte gli impianti e le tecnologie utilizzate nella costruzione delle auto, che sicuramente è inferiore al costo di aggiustamento che ci sarebbe stato se il paese avesse dovuto convertire la sua produzione in un altro settore (per esempio, passare dalle auto ai computer, o all'abbigliamento), cioè in una produzione più "distante" per quanto riguarda le caratteristiche dei fattori produttivi utilizzati.

5 DIFFERENZIAZIONE VERTICALE E ORIZZONTALE

Per i paesi comunitari si assiste quindi ad un aumento dei flussi di commercio internazionale che provengono dagli stessi settori (flussi intra-settoriali) e che generano vantaggi per i consumatori in termini di minori prezzi di acquisto e di maggiori varietà di beni a disposizione. Tale commercio per differenziazione di prodotto viene a sua volta distinto dalla teoria economica tra commercio di prodotti simili ma differenti per qualità (cioè prezzo) o differenti semplicemente per la varietà del prodotto (cioè gusto dei consumatori, estetica, colore). Nel primo caso si tratta di differenziazione verticale di prodotto, nel secondo di differenziazione orizzontale. Dal punto di vista metodologico, la distinzione tra le due forme di differenziazione di prodotto nelle indagini empiriche utilizza il

seguinte criterio: si ha differenziazione verticale quando i valori unitari (cioè i prezzi) all'import o all'export dei flussi tra due paesi differiscono di più del 15%. I prodotti sarebbero invece differenziati per semplice varietà se i prezzi fossero meno distanti del 15%.

Gli studi in materia indicano che la crescita del commercio intra-settoriale europeo è stata soprattutto tra prodotti differenti per qualità e prezzo, privilegiando quindi la differenziazione verticale. Si hanno anche facili evidenze di tale specializzazione dei paesi europei: i tedeschi sono specializzati nella produzione di auto di grossa cilindrata, mentre gli italiani sanno costruire bene le utilitarie; l'abbigliamento italiano è destinato ai segmenti di mercato medio-alti, mentre quello portoghese è diretto ai consumatori medio-bassi; mentre i vini francesi sono di alta qualità, e quindi destinati a consumatori esigenti, i vini greci o portoghesi sarebbero, in media, destinati ad un consumo più popolare; ecc.

La seconda determinante del commercio internazionale, sempre con riferimento al contributo di Krugman, riguarda la possibilità che un'impresa sfrutti le economie di scala tecniche per produrre in un unico stabilimento la produzione destinata a tutto il resto dell'Europa. Anziché aprire diversi stabilimenti in ogni paese europeo, l'impresa concentra la produzione in un unico sito, dove ottiene notevoli risparmi di costi di produzione.

Le due determinanti del commercio qui discusse, quella relativa alla varietà dei beni e quella relativa allo sfruttamento delle economie di scala non sono in contraddizione tra loro, in quanto la specializzazione necessaria per raggiungere le economie di scala avviene generalmente all'interno di una certa varietà di bene. Per esempio, la Fiat si specializza nella produzione di auto di piccola cilindrata mentre le BMW nella produzione di auto sportive: si raggiungono economie di scala se la produzione della prima si concentra in un unico stabilimento italiano, mentre la produzione della seconda in un solo stabilimento tedesco, ma i flussi tra la Germania e l'Italia sarebbero comunque intrasettoriali (all'interno del settore

auto) e non intersettoriali, come un'errata interpretazione della teoria potrebbe suggerire.

6 RAPPORTO TRA LIBERO COMMERCIO E INTEGRAZIONE EUROPEA

Merita a questo punto ricordare anche che le imprese rappresentano lo strumento con il quale l'integrazione economica europea crea dei benefici che vengono trasmessi all'intero sistema economico. Tale meccanismo ha soprattutto una valenza microeconomica: con l'abolizione delle barriere tariffarie e non tariffarie aumenta la concorrenza tra le imprese, che sono indotte a migliorare l'efficienza produttiva (X-efficiency) con conseguente riduzione dei costi e dei prezzi di vendita. Il maggiore surplus del consumatore favorisce il processo moltiplicativo della ricchezza, perché aumenta il potere d'acquisto dei consumatori, con ripercussioni macroeconomiche sulla domanda aggregata, sugli investimenti, sull'occupazione e la finanza pubblica. La maggiore concorrenza induce anche uno stimolo agli investimenti in R&S dell'impresa, con conseguente avanzamento del progresso tecnologico generale⁴.

Inoltre, lo strumento di implementazione dei benefici dell'integrazione deve anche auto-adattarsi ad alcune "regole auree" del processo di trasmissione. Infatti, in un mercato unico (di grandi dimensioni), le dimensioni ottime per sfruttare le economie di scala aumentano rispetto alla situazione precedente, modellata sull'esistenza di numerosi piccoli mercati nazionali, segmentati da barriere tariffarie e non, e dall'uso di valute differenti. Affinché l'attivazione delle potenzialità di crescita offerte dal Mercato unico risulti efficace è necessario quindi un profondo processo di riorganizzazione del sistema industriale europeo, finalizzato al raggiungimento di quelle dimensioni idonee a sfruttare economie di scala, di carattere tecnico ed economico. Si tratta, del resto, di ottenere quei

⁴ Grazie agli spillover e alle politiche di trasferimento della tecnologia le innovazioni si diffondono tra le imprese e nell'intero sistema economico.

vantaggi dimensionali già da tempo raggiunti dai concorrenti statunitensi, e che consentono alle multinazionali statunitensi di sfruttare i benefici della globalizzazione dell'economia. Del resto, anche gli operatori USA hanno notevoli opportunità di crescita grazie al completamento del Mercato unico⁵.

All'interno di questa configurazione microeconomica, la condotta delle imprese europee nel raggiungere l'obiettivo dimensionale ridisegna i flussi commerciali tra i paesi partner: la ricerca di maggiori dimensioni produttive potrebbe portare ad una concentrazione degli stabilimenti nei paesi con i migliori vantaggi comparati per tale produzione⁶.

Il processo di ristrutturazione dell'organizzazione produttiva influenza la specializzazione settoriale dei paesi e le caratteristiche dei flussi di commercio intra-europeo: da una parte, aumentano le differenze nelle specializzazioni dei paesi; dall'altra, aumentano i commerci intersettoriali. In generale, l'effetto di tale evoluzione comporta una maggiore instabilità economica in caso di shock asimmetrico, in quanto la specializzazione geografica aumenterebbe il commercio europeo di natura intersettoriale.

La suddetta evoluzione vale soprattutto nei settori aventi un prodotto omogeneo, in quanto se i prodotti sono differenziati è possibile che le imprese localizzino i propri stabilimenti in funzione delle loro specializzazioni di varietà, e non più di prodotto come nel caso precedente: ad esempio, uno stabilimento di auto di lusso in un paese e di auto utilitarie in un altro paese, a seconda delle caratteristiche dei fattori produttivi locali. Questa forma di specializzazione comporta una minore

⁵ Che i concorrenti statunitensi abbiano sempre avuto maggiori opportunità di sfruttamento del Mercato unico rispetto alle imprese europee è evidente considerando le loro dimensioni: nella classifica di Fortune 500 ci sono poche imprese europee, rispetto alla quantità di imprese statunitensi. La dimensione delle prime è chiaramente il frutto della segmentazione in cui era costretto il mercato europeo: ora che il mercato è veramente unico e pienamente domestico, è molto probabile che l'aumento della dimensione delle imprese europee le porterà ad essere più comparabili con quelle statunitensi.

⁶ In quest'ottica sono le aree che possiedono elevate economie esterne, quelle che si avvantaggiano sulle rimanenti. Tali economie esterne possono anche essere indotte da opportune

“distanza” tecnologica ed organizzativa tra i diversi paesi, con impliciti miglioramenti del potenziale di stabilità economica in caso di shock asimmetrico. In questo modello di sviluppo, le imprese scelgono degli strumenti anche in base all’influenza esercitata sugli stessi da parte della politica economica: si attende che il mercato unico, con l’abolizione delle barriere tariffarie e non tariffarie, da una parte, riduca l’incentivo a localizzare la produzione negli altri paesi UE tramite investimenti diretti esteri (IDE), dall’altra, aumenti i vantaggi del concentrare la produzione in un unico grande sito produttivo che consenta di esportare a prezzi più bassi grazie allo sfruttamento delle economie di scala tecniche⁷. Il risultato del comportamento imprenditoriale sarà nel futuro una maggiore specializzazione dei paesi partner⁸ causata da una maggiore concentrazione delle attività economiche.

7 LA NUOVA GEOGRAFIA ECONOMICA

Con il procedere dell’integrazione europea, si assisterà ad una maggiore concentrazione geografica delle attività produttive. Come ha suggerito Krugman (1991), il grado di specializzazione dei singoli paesi europei è attualmente più basso di quello esistente nel sistema industriale statunitense, a conferma che in un mercato veramente unico come quello statunitense le imprese non devono più distribuire i siti produttivi nei diversi paesi comunitari, al fine di superare le barriere non tariffarie che in ciascun paese favorivano la produzione locale.

I minori costi di transazione generati dall’integrazione economica consentono di sfruttare le economie di scala in un unico stabilimento. La riduzione dei costi di

politiche di sviluppo locale, come indica l’abbondante letteratura sui distretti industriali.

⁷ La soluzione del trade-off tra IDE ed export viene raggiunta prendendo in considerazione moltissimi fattori, tra cui i costi di trasporto, il grado e la modalità di differenziazione del prodotto, i vantaggi da proprietà, da localizzazione e da internalizzazione. Inoltre, gli studiosi hanno a lungo dibattuto sulla complementarità o sulla sostituzione esistente tra tali due strumenti di internazionalizzazione.

⁸ Questa descrizione della realtà è concorde con l’esperienza degli Stati Uniti, così come è stata

transazione avviene grazie alla soppressione delle barriere non tariffarie e l'apertura dei mercati realizzati con il Mercato Unico: le imprese europee godono di minori costi, in termini di riduzione delle pratiche doganali, eliminazione dei diversi standard produttivi, ecc. I minori costi generano minori prezzi e/o maggiori margini che si diffondono in tutti i settori, grazie soprattutto al commercio di beni intermedi. Il rapporto esistente tra minori prezzi e maggiore quantità domandata genera una maggiore produzione, che sfrutta maggiori economie di scala e di apprendimento, e quindi genera nuovamente minori costi e prezzi. È un circolo virtuoso di crescita microeconomica che implica anche vantaggi di origine dinamica. Infatti, la relazione tra costi e concorrenza comporta che la maggiore concorrenza che si registra in seguito all'abbattimento delle frontiere, da una parte, riduce l'inefficienza presente nelle imprese (*X-efficiency*), con maggiori margini e/o la riduzione dei prezzi di vendita, dall'altra, impone una ristrutturazione delle imprese ed un loro adeguamento tecnologico, processo che favorisce anch'esso minori costi e prezzi.

Si possono anche individuare effetti diretti di medio-lungo termine, relativi tanto al ruolo delle economie di scala e alla riduzione delle inefficienze organizzative, quanto al rapporto esistente tra innovazione e concorrenza. L'ipotesi di base è che l'innovazione nell'industria europea sia stimolata dalla pressione competitiva e dal commercio internazionale. L'aumento dell'innovazione causato dalla concorrenza favorisce un'ulteriore riduzione dei costi, accumulando i benefici precedentemente elencati.

Se generalizziamo tale ciclo microeconomico a tutto il sistema economico otteniamo degli effetti su scala macroeconomica: i maggiori investimenti delle imprese, in ristrutturazione ed innovazione, generano un processo moltiplicativo nell'economia, a vantaggio dell'occupazione, della bilancia commerciale comunitaria, dei bilanci pubblici.

analizzata da Krugman (1991), *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge (MA).

La maggiore concentrazione delle attività economiche che si realizza a causa delle economie di scala non è soltanto legata alla crescita di un'impresa, che concentra la produzione in un unico stabilimento, ma viene anche spiegata con il riferimento al concetto di economie di scala esterne. In questo caso, i vantaggi economici non sarebbero "interni" all'impresa ma "esterni" ad essa, e cioè nel settore di riferimento e nel territorio dell'impresa stessa. La prossimità spaziale di imprese appartenenti allo stesso settore genera tali economie di scala esterne. I distretti industriali in cui l'industria italiana è da tempo specializzata sono la dimostrazione dell'esistenza di esternalità positive, che si possono ricondurre al mercato del lavoro (manodopera qualificata e con cultura del lavoro), al mercato del credito (riduzione delle asimmetrie informative tra banca e impresa), al mercato della subfornitura (il decentramento produttivo consente di specializzarsi in una fase del processo di produzione o in un componente della filiera produttiva), al marketing (la presenza in loco di fiere internazionali riduce i costi di transazione per raggiungere i mercati esteri), ecc.

Per tale motivo, la teoria proposta da Krugman rappresenta uno strumento per comprendere l'evoluzione del processo di concentrazione dell'industria europea, sia a livello di impresa, che di territorio (le regioni dei distretti industriali), e genera una novità anche nelle teorie sulle economie spaziali (geografia economia).

Infatti, Krugman afferma che la geografia economica dovrebbe utilizzare lo stesso approccio dell'economia internazionale per definire i processi di localizzazione geografica delle attività economiche. Ciò che vale tra due paesi, in tema di scelte localizzative, vale anche all'interno dello stesso paese, tra le sue regioni.

Anche all'interno della cosiddetta "Nuova geografia economia", la teoria di Krugman suggerisce che le determinanti della localizzazione siano soprattutto le economie di scala (interne o esterne) e che pertanto la presenza di attività

produttive rappresenta un forte incentivo per attrarre altre attività produttive: le ultime arrivate possono sfruttare le economie di scala (esterne) generate dalla presenza delle attività già presenti in loco.

Ovviamente, le determinanti relative alla prossimità fisica delle imprese devono essere considerate insieme a quelle che derivano dalla dotazione di fattori produttivi presenti in un'area, come per esempio le materie prime. La teoria di Krugman e la Nuova geografia economica consentono di capire soprattutto le scelte localizzate effettuate nelle aree prive di materie prime o di altri importanti fattori produttivi, come il capitale o la tecnologia.