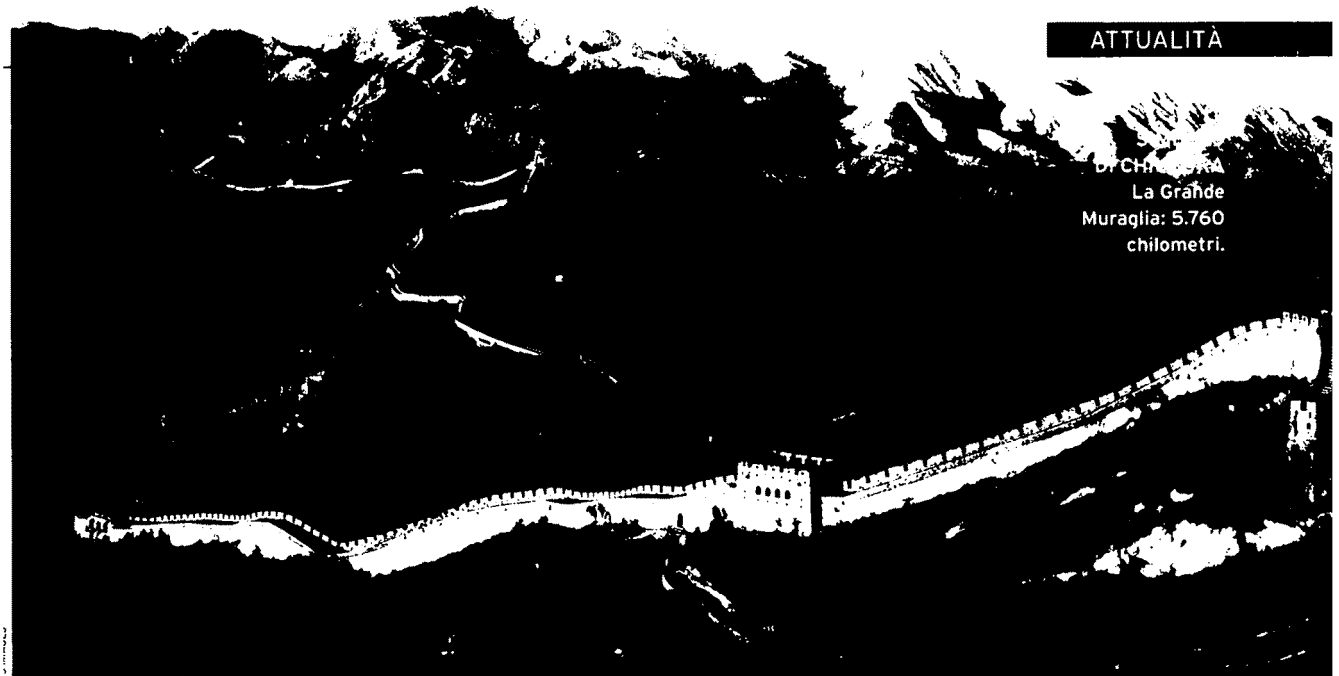


ATTUALITÀ

La Grande Muraglia: 5.760 chilometri.

PERCHÉ È IMPROBABILE CHE L'EXPORT ITALIANO POSSA CRESCERE

GRANDE MURAGLIA, PICCOLI VARCHI

La vendita di macchine industriali a Pechino, che era stata il business degli ultimi mesi, ora frena per l'eccesso di capacità produttiva. Mentre il mercato resta impermeabile alle importazioni. Meglio puntare altrove.

di **MARCO FORTIS** *

Nel periodo gennaio-settembre 2005 il saldo della bilancia commerciale italiana è stato negativo per 6,9 miliardi di euro, contro un buco di soli 200 milioni nello stesso periodo dello scorso anno. Questo dato ha una spiegazione principale: l'aumento del prezzo del petrolio. Infatti la bolletta energetica (dedotto l'export netto di prodotti petroliferi raffinati) è salita a 27,6 miliardi di euro, con un incremento rispetto ai primi nove mesi del 2004 di ben 6,4 miliardi che spiega da solo per il 90% il peggioramento del saldo.

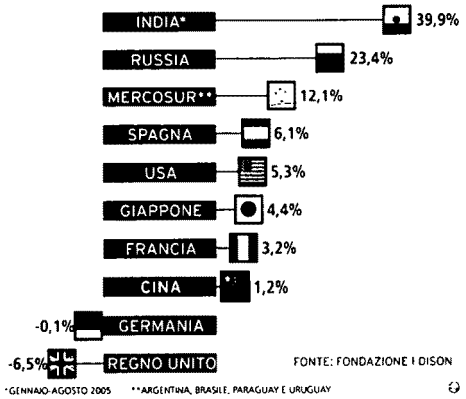
La situazione energetica dell'Italia è grave e sconta errori e mancate politiche del passato, ma occorre evitare di alimentare ingiustificati allarmismi sulla tenuta del nostro interscambio manifatturiero, che continua invece a generare un surplus significativo, pari a 29,1 miliardi di euro nel periodo gennaio-settembre 2005, in miglioramento di 600 milioni.

Ciò nonostante, la crescente concorrenza asimmetrica della Cina sta danneggiando pesantemente le nostre esportazioni di beni per la persona e la casa. Infatti, l'attivo della moda e dei mobili, pur continuando a rimanere elevato, è peggiorato ancora nel periodo gennaio-settembre del 2005 di oltre 1 miliardo e mezzo di euro, dopo aver già perso negli scorsi tre anni quasi 8 miliardi e mezzo rispetto al 2001. Ma, fortunatamente, ci sono altri settori che vanno bene e che compensano. Il nostro punto di forza rimane la meccanica delle macchine e degli apparecchi che, pur con grossi sacrifici sui margini, nei primi nove mesi del 2005 ha presentato un saldo commerciale positivo con l'estero di 27,1 miliardi, in crescita di 700 milioni.

UNGHIE E DENTI. Le imprese italiane, in sostanza, stanno dimostrando di combattere la sfida della globalizzazione con le unghie e con i denti, pur non essendo sostenute adeguatamente né dal «sistema-Paese» né da un'Europa sempre più influenzata dalle potenti lobby della grande distribuzione e sorda (soprattutto nella persona del commissario al Commercio dell'Unione, Peter Mandelson) alle legittime richieste italiane per l'introduzione del marchio di origine obbligatorio sui prodotti importati e per l'urgente applicazione di dazi antidumping sulle calzature provenienti dalla ▶

■ DOVE SFONDA IL MADE IN ITALY

L'export italiano nei dieci principali mercati: variazioni nel periodo gennaio-settembre 2005.



Cina. Per quanto riguarda i mercati cresce l'export italiano verso Russia, India e Mercosur e, nell'ambito dell'Unione europea, verso Spagna e Francia. L'Europa centro-orientale si conferma sempre più come la nostra «nuova Germania», mentre l'incremento dell'export verso l'India è un positivo segnale dopo la recente missione diplomatico-commerciale a New Delhi guidata dal presidente Carlo Azeglio Ciampi. Continuiamo invece a perdere colpi in Germania, il Paese verso il quale abbiamo il più alto deficit in assoluto (-9,3 miliardi nei primi nove mesi del 2005), assieme alla Cina (con la quale il disavanzo commerciale è salito a 7,4 miliardi), mentre il nostro export verso Pechino continua a non decollare.

LA MISSIONE DEL DICEMBRE 2004. Si registrano, è vero, interessanti segnali di crescita degli investimenti diretti italiani in Cina, specie in alcune aree del Paese. E anche questo è un effetto positivo dell'altra grande missione diplomatica compiuta dal «sistema-Italia» nel dicembre 2004, che ha portato nel gigante asiatico una delegazione di governo e Confindustria sempre capeggiata da Ciampi. Ma il dato sull'export italiano verso la Cina nei primi nove mesi del 2005 è poco confortante: l'Istat registra un incremento dell'1,2%.

Alla base di questa tendenza vi sono due ragioni, una congiunturale e l'altra strutturale. La Cina ha importato negli scorsi anni tante macchine industriali. In molti settori, a cominciare dal tessile, vi è ora una situazione di sostanziale eccesso di capacità produttiva. Quindi si assiste a un rallentamento delle esportazioni italiane (ma anche tedesche) di macchine per l'industria oltre la Grande Muraglia, che in alcuni settori era già cominciato addirittura un paio di anni fa. Nei primi nove mesi del 2005, per esempio, è perdurato il calo dell'export italiano verso Pechino per le macchine tessili e per la lavorazione delle materie plastiche, ma si è registrata anche una negativa inversione per le macchine per metallurgia (dopo una buona dinamica negli ultimi due anni), per le altre macchine utensili e per pompe e sistemi idraulici.

CONFRONTO

127 MILIONI di abitanti ha il Giappone, dove l'export italiano è di 4,3 miliardi.

120 MILIONI i cinesi «ricchi»: il nostro export ha un disavanzo di 7,4 miliardi.

Questa situazione è certamente destinata a migliorare col tempo se la crescita del gigante asiatico continuerà agli attuali tassi e gli acquisti di macchine industriali riprenderanno la marcia degli anni passati, ma sulle potenzialità di assorbimento di prodotti italiani da parte del mercato cinese occorre comunque non farsi troppe illusioni a livello macroeconomico, come ripetiamo da tempo. Più che sognare di conquistare la Cina sarebbe più urgente oggi concentrarci in Italia su due obiettivi principali: quello di tutelare in Europa e nel mondo il made in Italy dalla concorrenza sleale asiatica e quello di chiedere alla Cina reciprocità commerciale e un radicale miglioramento delle condizioni dei propri lavoratori come contropartita per l'apertura dei nostri mercati, tema al centro di un convegno promosso dalla Cisl che si terrà a Bergamo sabato 26 novembre dal titolo «NonCINAscondiamo». Anche perché, di fronte alla concreta perdita di posti di lavoro, Pil ed esportazioni causata alla nostra economia dai dumping cinesi, difficilmente potremo consolarci con ingiustificate aspettative di grandi successi sul fronte delle esportazioni.

Lasciamo ancora una volta che siano i dati a parlare. In Giappone, dove vivono 127 milioni di persone «ricche», l'Italia ha esportato nel 2004 per 4,3 miliardi di euro, cioè 34 euro per ogni cittadino giapponese. Assumendo che i cinesi «ricchi» consumino in futuro prodotti italiani ai livelli attuali dei giapponesi e anche immaginando che metà della popolazione cinese (cioè circa 650 milioni di persone) diventi in breve tempo ricca come quella giapponese, la Cina potrebbe assorbire non più di 22 miliardi di euro di beni made in Italy, cioè più o meno quanto oggi l'Italia esporta nella sola Spagna.

Ma per conseguire un simile traguardo le esportazioni italiane verso la Cina dovrebbero crescere nei prossimi dieci anni a un tasso annuo del 15%. E non dell'1%, come sta avvenendo oggi. ■

** vicepresidente della Fondazione Edison*

BENOIT PESLE/ANZENBERGER

UNA SOCIETÀ RICCA. La Ginza, il quartiere chic di Tokyo. Nel 2004 ognuno dei 127 milioni di abitanti del Giappone ha acquistato merci italiane, in media, per 34 euro.