

L'ANALISI

Un segnale forte di recupero di competitività

di MARCO FORTIS

MOLTE famiglie faticano a far quadrare i conti nella quarta settimana del mese. Gli "arrotondamenti" dell'euro hanno ridotto il potere di acquisto e i consumi. La crescita dell'Italia è inoltre frenata dall'eredità storica del debito pubblico e dalla cronica dipendenza energetica dall'estero, che con il petrolio oltre i 60 dollari il barile è diventata una vera emergenza per i cittadini, le imprese e la bilancia commerciale. Su questi problemi il Paese ha bisogno di un costruttivo confronto politico, mentre non serve la polemica che alimenta solo confusione.

Notevole confusione vi è anche nel dibattito sulla presunta perdita di competitività dell'Italia.

E' infatti di gran moda parlare a ruota libera di declino, tema caro anche ad alcune testate straniere incoraggiate da valutazioni superficiali persino di economisti. La verità è un'altra. Noi riteniamo, basandoci sulle cifre, che l'Italia non abbia assolutamente perso competitività. Infatti nel 2005 la nostra quota di mercato in valore nell'export mondiale è stata del 4%, esattamente come nel 2001. Un bel risultato in un mondo dove la Cina sta conquistando spazi crescenti. Invece Francia, Regno Unito, Giappone e Stati Uniti nello stesso periodo hanno perduto parecchio terreno.

Spesso vengono evocate improbabili classifiche mondiali di competitività che vedrebbero il nostro Paese addirittura dietro al Botswana. Non si capisce tuttavia come mai l'Italia, se fosse davvero così poco competitiva, nel 2005 abbia fatto registrare un saldo commerciale positivo con l'estero nei prodotti industriali manufatti pari a 41 miliardi di euro, in crescita di oltre il 7% rispetto al 2004.

Saldo che salirebbe addirittura

ra al record storico di tutti i tempi di 63 miliardi di euro (contro i 56 del 2001), se escludessimo dal computo gli scambi bilaterali con le nostre due maggiori "spine" nel fianco, cioè la Germania che non compra più i nostri mobili e le nostre scarpe, perché è più "povera", e la Cina che ci inonda di prodotti venduti in dumping. Il che dimostra dunque che nel "resto del Mondo" siamo persino "extracompetitivi".

Le statistiche europee ci dicono che nell'industria siamo secondi solo alla Germania, con cui peraltro è chiaro che non possiamo rivaleggiare per un motivo molto semplice: nel 2005 negli autoveicoli la Germania ha presentato un attivo commerciale di 87 miliardi di euro contro un passivo di 11,6 miliardi dell'Italia.

Con un simile ritardo sulla "griglia di partenza" è del tutto evidente che ne dobbiamo vendere all'estero di piastrelle, tessuti e rubinetti per avvicinare i tedeschi nel campionato mondiale degli scambi. Però non è davvero il caso di demoralizzarsi. Infatti, anche se secondo alcuni non sappiamo "fare squadra" come i francesi e gli inglesi, è bene sapere che nel 2005 nelle aree emergenti del mondo (Europa Centro Orientale extra-UE, Cina, India e America Latina) l'Italia ha esportato merci per 39 miliardi di euro, pari, rispettivamente, al 35% e a quasi il doppio in più di quello che hanno venduto su tali mercati Francia e Regno Unito.

In particolare gli imprenditori italiani, per lo più piccoli e medi (ma non erano in declino?) stanno conquistando l'Est Europeo, dove il nostro export ha raggiunto nel 2005 i 34 miliardi di euro (inclusi i Paesi di nuova adesione alla Ue). Sull'Europa dell'Est c'è una esigenza di consapevolezza ma anche di progettazione e di sistema sul ruolo dell'Italia. Siamo i primi fornitori dei Balcani e tra il 1999 e il 2005 le esportazioni italiane verso la Russia sono cresciute in valore del 252%. Abbiamo fatto meglio

non solo del Botswana, ma anche della Germania.

The inset image shows a page from 'L'Espresso' magazine, dated March 31, 2006, under the 'ECONOMIA' section. It features several articles and a prominent bar chart. The main headline reads 'L'Espresso' and the sub-headline is 'L'Espresso'. The chart shows data for 'L'Espresso' and 'L'Espresso'. The text below the chart mentions 'L'Espresso' and 'L'Espresso'. At the bottom, there is a small advertisement for 'L'Espresso' with the text 'L'Espresso' and 'L'Espresso'.