

**LOSTATO DELL'ECONOMIA/** *Le nostre imprese tornano a vendere all'estero, nonostante la forza dell'euro sul dollaro. Ma è una ripresa che presenta anche parecchi punti oscuri che gettano un'ombra sulla sua capacità di consolidarsi e di durare nel tempo. A mancare all'appello è il Mezzogiorno*

# Il Made in Italy sa ancora fare miracoli ma non al Sud

Il centro nord corre, corrono anche i settori tradizionali. I segreti di una rinascita che adesso però rischia di dover pagare i suoi nodi irrisolti

ALESSANDRA CARINI

**Milano**  
Sulla carta potrebbe definirsi un miracolo. Ma un miracolo non si ripete, ed invece è già la seconda volta in un quindicennio che la ripresa delle esportazioni salva l'economia italiana e lo sviluppo del Pil. Bisognerebbe dunque rivolgersi alla scienza, a quella, però, tutta particolare, che governa quello strano animale del Made in Italy che viene spesso paragonato ad un calabrone che, secondo la sua struttura e le leggi della fisica non potrebbe sollevarsi da terra e invece vola.

Già perché nessuno avrebbe scommesso che tra concorrenza della Cina e stabilità dell'euro, il Made in Italy, e il mondo dei distretti che ne è ancora per gran

parte la tessitura di fondo, sarebbe riuscito a far ripartire le esportazioni. Ed invece i dati stanno lì a mostrare che il miracolo, anzi il fenomeno, si è ripetuto: 9% di aumento nel 2006, un altro 14% tra gennaio e aprile di quest'anno.

Va come un treno il Centro Nord con il Nordest primo piano. Corrono come matti la meccanica, un po' in tutto il Paese con punte in Lombardia, Emilia ma anche in Toscana. Ma salgono anche le esportazioni di cuoio, alimentari, tessile e abbigliamento, mobilio, settori dichiarati morti e sepolti dall'invasione cinese. Sono tornati a sorridere i mobili della Brianza e quelli del distretto del Livenza-Piave, i produttori di vini del Trentino e del Monferrato, l'occhialeria di Belluno trainata dai successi della Luxottica. Che cosa sta succedendo? **Marco Fortis**, presidente della **Fondazione Edison** e tenace analista e sostenito-

re della vitalità del Made in Italy italiano, ha elaborato un indice a partire da uno dei campioni, la Ferrari. Lo ha chiamato, appunto, Ferrari Index per misurare la corsa tra campioni diversi, così come gli americani usano i panini della Mc Donald per misurare le differenze del potere d'acquisto reale tra i Paesi.

Ha "scoperto" così che meccanica, rubinetti, alcuni distretti della gioielleria (per esempio quello in provincia di Alessandria, al contrario di quanto accade all'oreficeria vicentina) alcuni dell'abbigliamento, come quello della maglieria di Carpi, vanno a mille, anche più forti della Ferrari e delle auto del modenese, nell'export. Si sta parlando di tassi di aumenti delle esportazione in tre mesi tra il 20 e il 40%: "E si deve tenere conto - dice Fortis - che si sta misurando un aumento rispetto ad un periodo, come il primo trimestre del 2006, non certo di crisi."

E' la ripresa tedesca, unita alla ristrutturazione dell'industria italiana dei settori di punta del Made in Italy: "Ne è un segno - dice Enzo Rullani - che i prezzi unitari dell'export non sono in discesa. Si vendono in questi settori prodotti di qualità, che riescono ad avere un valore aggiunto sul mercato e ormai anche nel tessile e nelle calzature è rimasto lo zoccolo duro di quelli che sono riusciti a sopravvivere e cambiare". Ma ci sono anche mutamenti strutturali che fanno sperare che non sia solo un fuoco di paglia: perché se la Germania continua ad essere il primo paese per export, molti degli aumenti più clamorosi hanno riguardato i paesi fuori dell'Europa: Russia, Europa delle Est, Cina, Opec in prima fila, tanto che tra il 40 e 46% dell'export si dirige ormai in queste zone e i tassi di aumento sono assai più alti. L'Emilia Romagna, ad esempio, ha visto nel 2006 un aumento del 40% delle esportazioni verso la Federazione Russa che oggi "vale" per lei, come mercato, un terzo di quello tedesco. "E per questo - aggiunge Fortis - che si spera che la ripre-

Nella tabella qui sotto, l'Indice Ferrari messo a punto dalla Fondazione Edison

**Campi dei principali distretti italiani**

(valori in milioni di euro)  
Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat

Rank	SETTORI	AREA	€ trimestre 2006	€ trimestre 2007	var%	FERRARI INDEX (export auto Modena=100)
1	aeromobili	N.O.	148	212	42,9%	225
2	oreficeria e gioielleria	N.O.	93	131	40,3%	211
3	macchine per usi spec.	N.E.	142	183	28,6%	150
4	macchine per usi spec.	N.E.	278	358	28,4%	149
5	macchine per usi spec.	N.E.	178	228	28,3%	148
6	vini	N.E.	55	70	27,3%	143
7	macchine per usi gen.	N.E.	181	228	25,9%	136
8	rubinetti e valvole	N.O.	270	340	25,8%	136
9	vini	N.O.	98	123	25,8%	135
10	macchine per usi spec.	N.E.	125	156	25,3%	133
11	tessile-abbigliamento	N.E.	220	271	23,3%	123
12	vini	N.O.	36	43	22,0%	116
13	macchine per usi spec.	N.O.	152	183	20,9%	110
14	macchine per usi gen.	N.E.	326	394	20,8%	109
15	rubinetti e valvole	N.O.	306	369	20,7%	108
16	autoveicoli sportivi	N.E.	299	356	19,0%	100
17	macchine per usi gen.	N.O.	228	270	18,6%	98
18	concia delle pelli	Sud	31	36	17,6%	92
19	vini	Centro	44	51	16,6%	87
20	vini	N.E.	33	38	15,5%	81
21	pelletteria	Centro	242	276	14,0%	74
22	macchine per usi spec.	N.O.	181	206	13,9%	73
23	macchine per usi gen.	N.E.	128	145	13,2%	69
24	mobili	N.E.	401	452	12,8%	67
25	calzature	N.E.	54	61	12,8%	67
26	occhialeria	N.E.	376	422	12,2%	64
27	pietre ornamentali	N.E.	106	118	11,5%	61
28	macchine per usi spec.	N.E.	260	289	11,5%	60
29	mobili	N.E.	40	45	11,4%	60
30	tessile-abbigliamento	N.O.	195	216	10,5%	55
31	vini	N.E.	113	125	10,4%	54
32	mobili	N.E.	54	60	10,1%	53
33	mobili	N.O.	345	378	9,5%	50
34	tessile-abbigliamento	Centro	315	343	9,1%	48
35	pompe, ingranaggi	N.E.	211	230	8,9%	47
36	macchine per usi spec.	N.O.	160	174	8,7%	46
37	calzature	N.E.	280	300	7,3%	39
38	macchine per usi gen.	N.E.	204	218	6,9%	36
39	calzature	Centro	293	313	6,7%	35
40	mobili	N.E.	61	65	6,6%	35
41	oreficeria e gioielleria	Centro	313	332	5,9%	31
42	macchine per usi gen.	N.E.	160	168	5,3%	28
43	tessile-abbigliamento	N.O.	337	355	5,1%	27
44	calzature	Centro	159	167	4,9%	26
45	tessile-abbigliamento	N.O.	214	223	3,8%	20
46	tessile-abbigliamento	Centro	347	359	3,6%	19
47	tessile-abbigliamento	N.E.	396	409	3,3%	17
48	concia delle pelli	Centro	125	128	2,6%	14
49	piastrelle	Centro	699	717	2,6%	14
50	calzature	N.E.	144	148	2,6%	14

sa non sia fragile, perché legata solo alla Germania, e si stabilizzi nel tempo. Del resto anche il fattore cambio non è più deter-

minante: tutti questi Paesi ed anche quelli Opec hanno ormai adottato l'euro come valuta per le operazioni internazionali e non c'è una sensibilità così forte come prima al dollaro".

Ma la globalizzazione dell'economia e il progressivo spostamento dell'industria verso i servizi e le funzioni a più alto valore aggiunto, stanno anche rendendo difficile leggere queste statistiche capire quali settori si stanno muovendo e quali siano davvero le aziende che ci sono dietro.

Nel tessile e nelle calzature, ad esempio, la massiccia delocalizzazione ha portato a confondere importazioni ed esportazioni. Ci sono aziende, come la Geox, che hanno conquistato posizioni mondiali producendo pochissimo in Italia e tenendo qui solo la parte non manifatturiera. Ce ne sono altre che sarebbe difficile definire ancora industriali se si guarda alla produzione che fanno in Italia e all'"core business" che hanno deciso di tenere per sé.

C'è, ancora, uno strano aumento delle esportazioni verso la Svizzera, dovuto, dice Fortis, al fatto che molte imprese hanno spostato lì i loro centri logistici e di smistamento delle merci.

"Insomma - sostiene Giancarlo Corò che è uno studioso di questi fenomeni - più si avanti e sempre meno sono significativi i soli dati delle esportazioni. Basta pensare al fatto che il 30%

**Marco Fortis ha elaborato un Indice Ferrari, un po' come quello Usa basato sul Big Mac**

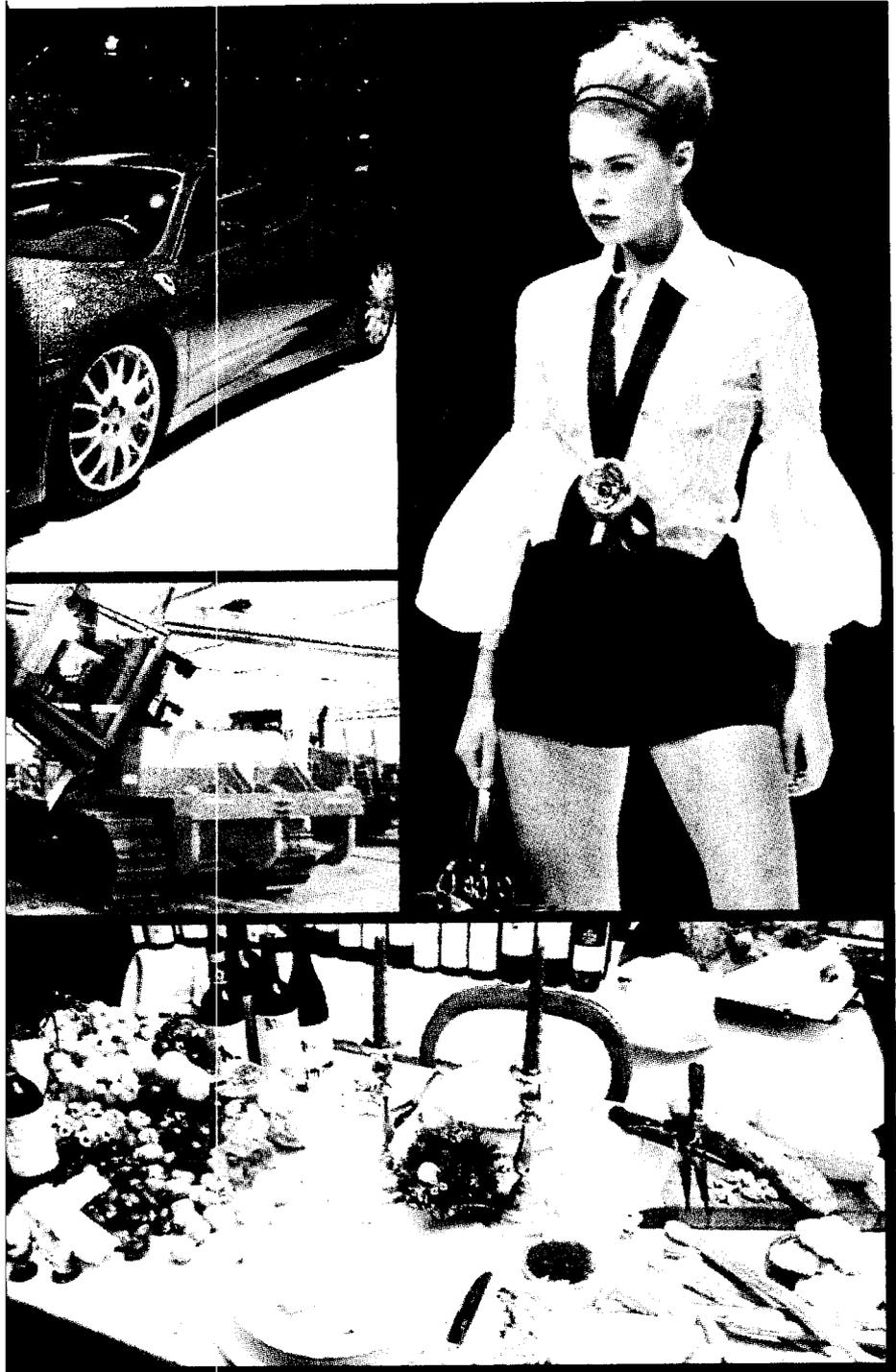
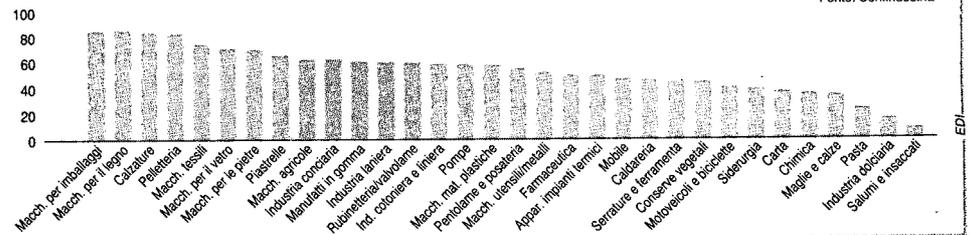
delle export della Cina è generato da imprese non cinesi e che, quanto a internazionalizzazione zone del Paese come il Nordest non hanno niente di invidiare agli Stati Uniti". La ricchezza, insomma, si muove senza confini e senza essere più legata alla logica di essere misurata solo su quanto riesce ad esportare: "Visto che molti di questi sono redditi che devono rientrare conta di più la capacità di un Paese di attrarli e degli imprenditori di reinvestirli nell'impresa, nel capitale umano nell'innovazione, anche se finora in Italia si è visto soprattutto edilizia e immobiliare", dice Corò.

Nel frattempo restano i dati che mostrano però una certezza sconsolante: che tra tutti i distretti l'unico piazzato al Sud che tiene testa all'Indice Ferrari è quello della concia di Solofra. Gli altri sono stati ammassati dalla concorrenza cinese o hanno il fiato corto. "Ed è questo il problema - dice Fortis - siamo

**SETTORI PIU' PROPENSI ALL'EXPORT**

evoluzione dei veicoli circolanti, in milioni)

Fonte: Confindustria



ormai verso il termine di un ciclo di due anni di export e non si può sperare che un terzo del Paese continui a tirare con le sue vendite anche il resto. Che non è piccolo, dato che ha una popolazione che è pari a quella della

Grecia e del Portogallo e un reddito pro capite del 25% più basso della media europea, quella con la Romania dentro. O ci si ferma o si deve riuscire a risolvere la questione dello sviluppo del Sud".

Nelle foto qui a sinistra, alcuni prodotti simbolo del Made in Italy, dal lusso al design, dalle macchine industriali alla moda e al cibo

ANALISI

# Cresce il peso dell'Italia negli scambi internazionali

Migliora la bilancia commerciale: senza il peso della bolletta energetica sarebbe in attivo per 8 miliardi dall'inizio dell'anno

GIOVANNIA JASSA\*

Milano

**E**sportazioni meno importazioni. Esportazioni più importazioni. Nell'aritmetica dell'economia entrambe le operazioni sono legittime ed hanno un significato. Sottraendo il valore dell'import di merci da quello dell'export di merci si ottiene il saldo della bilancia commerciale che è un indicatore fondamentale per giudicare l'equilibrio dei conti con l'estero di

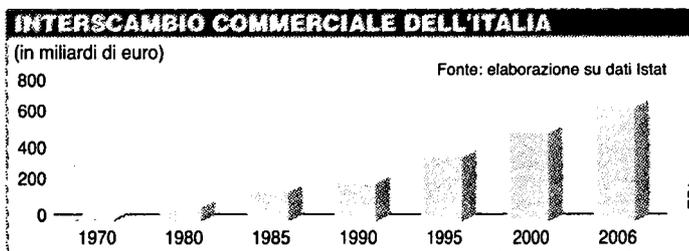
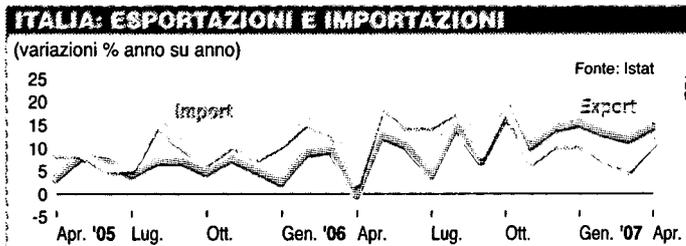
un paese. Sommando esportazioni e importazioni si ha invece la misura dell'interscambio commerciale - "trade", in inglese - che rappresenta una dimensione essenziale della partecipazione di un'economia nel circuito della globalizzazione. I dati su esportazioni e importazioni dell'Italia diffusi dall'Istat dicono cose interessanti su entrambi gli argomenti. Migliora il saldo della bilancia commerciale. Aumenta l'interscambio.

**La forza della valuta europea ha contribuito a far crescere l'import meno delle esportazioni**

Nel primo quadrimestre del 2007 la velocità dell'export ha superato quella dell'import. Le vendite all'estero sono cresciute del 13,3%. Gli acquisti dall'estero sono aumentati dell'8,3%. E' un sorpasso importante, che riflette la spinta della crescita mondiale, l'aiuto dell'euro a contenere il costo degli input importati e la migliorata capacità delle nostre imprese nel conquistarsi spazio sui mercati internazionali.

Riguardo al saldo, il deficit registrato nel primo quadrimestre è sceso di 4 miliardi, da 11 a 7 miliardi di euro. Tolta la bolletta energetica, la nostra bilancia commerciale segna un saldo positivo di 8,1 miliardi di euro con un aumento di 1,6 miliardi rispetto allo stesso periodo del 2006. Non è, quindi, solo merito del calo del prezzo del petrolio o della forza dell'euro. C'è una forte ripresa delle esportazioni nette del manifatturiero.

Riguardo all'interscambio, il primo quadrimestre ha visto la somma di export ed import aumentare di 23 miliardi di euro rispetto allo scorso anno per attestarsi intorno a 230 miliardi di euro. Tenendo questo ritmo, nel 2007 il valore complessivo del "trade" italiano potrebbe superare i 700 miliardi di euro. Per dare un ordine di grandezza, ricordiamo che il valore del Pil in Ita-



lia nel 2006 si è attestato a 1.475 miliardi di euro. Tra il 2000 e il 2006 la somma di export e import è cresciuta di ben 30 punti percentuali contro i 24 punti di incremento messi a segno dal Pil. I numeri del 2007 confermano la tendenza dell'economia italiana a divenire sempre più "trade-centered".

Allarghiamo lo sguardo. I dati strutturali dell'Istat ci consentono di monitorare la geografia dell'interscambio italiano su un arco di tempo che va dal 1970 ad oggi. Qualcosa di importante sta cambiando sotto il pelo dell'acqua. Nel 1970 i primi cinque clienti dell'export italiano si chiamavano Repubblica Federale Tedesca, Francia, Stati Uniti, Svizzera e Paesi Bassi. Nel 2006 i primi cinque nostri mercati di sbocco sono Germania, Francia, Stati Uniti, Spagna e Regno Unito. Dov'è la novità? Non tanto nei nomi dei principali partner - che rimangono rappresentati dai grandi paesi europei più l'America - quanto nel peso che questi clienti oggi assumono per noi.

Nel 1970 l'export italiano verso i primi cinque mercati di sbocco rappresentava il 54% del totale. Oggi è pari solo al 45%. Una storia simile accade dal lato delle importazioni. Nel 1970 i primi cinque fornitori mondiali delle merci importate dall'Italia si chiamavano Repubblica federale tedesca, Francia, Stati Uniti, Paesi Bassi, Belgio. A oltre trenta anni di distanza i nomi dei "top five" rimangono per quattro quinti i medesimi con la sostituzione della Cina al posto degli Usa. Ma, come per l'export, anche nel caso dell'import la concentrazione degli acquisti dell'Italia dai primi cinque fornitori scende significativa-

mente passando da 52% del 1970 al 41% del 2006.

L'interscambio dell'Italia cresce e prende nuove rotte. Anche se l'Europa rimane il perno dei nostri commerci, si intensificano i legami con i nuovi poli dell'economia globale. Tra gennaio e maggio 2007 l'Italia ha esportato merci per un valore di 3,5 miliardi di euro in Russia, di 2,8 miliardi in Turchia e di 2,5 miliardi di euro in Cina. E' vero che nello stesso periodo le importazioni italiane da Mosca e Pechino sono state maggiori, e pari rispettivamente a 6 miliardi e a 8,6 miliardi di euro. Ma è molto positivo osservare come il "trade" dell'Italia cominci a viaggiare in entrambe le direzioni anche nei confronti delle grandi economie emergenti. Compriamo tanto dalla Cina. Vendiamo in misura crescente cose che piacciono ai cinesi. Per consolidare l'interscambio e continuare a migliorare i saldi della bilancia commerciale le imprese industriali italiane trarranno sicuramente beneficio dalla maggiore internazionalizzazione delle banche operanti in Italia.

Non da oggi il nostro paese è tra i primi dieci protagonisti del commercio mondiale. Ma solo cinque anni fa tra le prime 20 banche mondiali non ce n'era alcuna che avesse un'estesa presenza in Italia. Oggi ce ne sono quattro. La sfida diventa

allora quella di tradurre la maggiore internazionalizzazione delle banche in un miglior supporto alle esigenze finanziarie

“  
**Cinque anni fa nessuna delle prime venti banche mondiali era presenta in Italia. Oggi sono quattro**  
”



Emma Bonino, ministro del Commercio Estero

delle imprese italiane che lavorano nel commercio con l'estero.

La finanza può fare molto per il commercio internazionale. Ce lo insegna la storia. Già nel Quattrocento la famiglia di banchieri fiorentini dei Bardi seguiva le rotte dei mercanti propri clienti con una rete di diciotto centri estesa da Londra a **Cipro**. Oggi come allora le rotte dell'interscambio sono vie per crescere di più nell'economia e allargare gli orizzonti nella nostra società.

\*Responsabile Servizio Studi BNL Gruppo BNP Paribas

**IL CASO**

# Quanto ha pesato la crisi e la rinascita della Fiat

Il gruppo del Lingotto vale da solo una quota di oltre il 3% di tutte le esportazioni italiane e dell'1,6% del Pil

**SALVATORE TROPEA**

*Torino*  
«**S**tiamo costruendo un Gruppo che tra quattro anni raggiungerà un fatturato di circa 70 miliardi di euro, un risultato operativo di 5 miliardi pari a cento volte quello raggiunto nel 2004 e avremo più di 3 miliardi di euro in cassa». Da quando ha avuto la certezza di essersi lasciata alle spalle la crisi più dura di tutta la storia Fiat, Sergio Marchionne, sintetizza così il futuro dell'azienda, dando la netta sensazione di avere ben chiaro in mente il percorso da seguire e la certezza di poterlo fare, come lui dice, «in modo aggressivo». Con quale ricaduta sull'economia del paese lo si può facilmente dedurre dall'impatto che su di essa ha avuto la crisi del Lingotto e, per contro, dagli effetti positivi che sulla stessa si sono avvertiti da quando l'azienda ne è uscita.

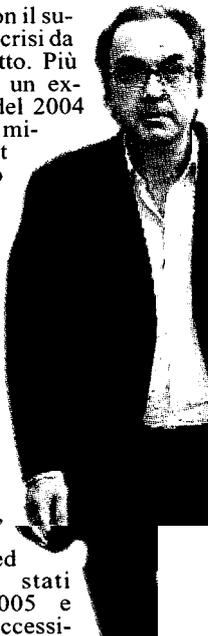
“  
**Ora si vedrà l'impatto del nuovo corso: produrre direttamente nei mercati in cui si vende**  
”

Sono diversi i metri di misura con i quali leggere questo fenomeno: non ultimo quello dell'export del gruppo torinese che storicamente ha avuto un peso sulla bilancia nazionale e non solo limitatamente all'area di Torino e del Nord Ovest.

Senza dimenticare che ad esso in non pochi casi si è sommato

l'incremento delle esportazioni delle aziende che lavorano per l'universo Fiat e che con gli anni sono riuscite a ritagliarsi un loro mercato all'estero indipendentemente dalle sorti del loro maggiore committente.

Uno sguardo ai numeri consente di fotografare una situazione in cui si vede come, limitatamente a un periodo relativamente breve, il grande balzo nelle esportazioni del Gruppo si sia registrato tra 2005 e il 2006. Una conferma del fatto che esso ha coinciso con il superamento della crisi da parte del Lingotto. Più esattamente: su un export nazionale del 2004 pari a 284.413 milioni di euro Fiat ha contribuito con 9.240 pari a un 3,2%; nel 2005 la quota dei torinesi è stata del 3,1%; nel 2006 su 326.992 milioni nazionali Fiat ha contribuito con 12.629 e dunque con un 3,9%. Sempre restando sul terreno delle cifre, gli autoveicoli prodotti in Italia ed esportati sono stati 267.271 nel 2005 e 367.087 l'anno successivo.



vo con un balzo di quasi 100 mila unità che si devono accreditare nella quasi totalità sul conto di Fiat.

In termini di valore l'export del Gruppo è passato dai 9.240 milioni di euro del 2004 ai 9.312 del 2005 e ai 12.629 del 2006 con un salto negli ultimi due anni dal 20 al 24,4% sui ricavi netti complessivi. Una progressione alla quale certamente hanno contribuito settori diversi da quello dell'auto (dall'Iveco alla CNH, alla Magneti Marelli, ecc) anche se è stato sempre questo a fare, nel bene e nel male, la parte del leone, superando da solo il 50% dell'export del Gruppo.

La previsione è che l'1,1 milioni di vetture prodotte nel 2006 negli stabilimenti italiani di Fiat nel 2010 salirà a 1,6 milioni con un incremento del 50% circa. Nello stesso periodo la sua quota nei mercati dell'Europa Occidentale da un milione 330 mila vetture passerà a un milione 900 mila.

Calcolando che di questo il mercato interno ne assorbirà all'incirca una metà si deve perciò mettere in bilancio un incremento dell'export Fiat. Soprattutto in direzione dei paesi di recente ingresso nell'Unione Europea che mostrano una maggiore vivacità nei mercati tradizionali.

Naturalmente quando si parla dell'export di un

gruppo come quello del Lingotto non si può prescindere dalla strategia delle alleanze messa in atto con successo dal suo amministratore delegato negli ultimi due anni.

I quindici accordi mirati realizzati infatti da Marchionne dopo il divorzio dagli americani della Gm, hanno creato una rete di alleanze attive soprattutto in paesi come la Cina, l'India e la Russia. In occasione della presentazione della Linea, vettura prodotta in Turchia e destinata oltre che al mercato locale a quelli vicini, con la possibilità di produrla anche in Russia, India, Brasile, Marchionne ha ricordato che «già un secolo fa gran parte del fatturato Fiat era realizzato all'estero soprattutto attraverso le esportazioni».

Nell'era della globalizzazione quel meccanismo risulta superato. «Oggi esportare non basta più - avverte infatti Marchionne - perché le dimensioni e le caratteristiche dei mercati rendono necessario produrre laddove si vende». Ecco dunque

che la politica dell'export cambia rispetto al passato pur restando un fattore essenziale dello sviluppo del Gruppo.

In altre parole se, come più volte annunciato, l'obiettivo è quello di 3,5 milioni di vetture prodotte anche attraverso le joint venture nel 2010, si deve mettere in conto che circa una metà di queste saranno prodotte all'estero o, come sostiene l'ad del Lingotto, nelle aree dove saranno vendute.

Ma anche così il peso della Fiat sulla bilancia commerciale italiana resterà quello di un gruppo determinante: lo stesso che nel 2006 ha contribuito al Pil del paese con un 1,6%, che salirà a 1,9 nel 2010. Un peso che spiega ampiamente le preoccupazioni che accompagnarono i tre-quattro anni della crisi Fiat.