

Anche il 2006 conferma i dati positivi dell'anno precedente. La meccanica fa da traino, lieve calo per la moda

# Export, Italia ancora ai vertici mondiali

Nei quattro settori-chiave è seconda solo alla Cina, saldo attivo di 100 miliardi

## IL MADE IN ITALY NEL 2005

VALORI IN MILIONI DI DOLLARI

Apparecchi e macchine	41.860
Prodotti in metallo	9.147
Mobilio	8.694
Tessili	7.360
Abbigliamento	6.396
Gioielleria	4.242
Piastrelle (ceramiche)	4.104
Calzature	3.997
Vini	3.592
<b>Citroio</b>	2.197
Imbarcazioni	2.190
Lavori di pietre	1.719
Occhialeria	1.660
Pelletteria	1.223
Pasta	1.219
Pomodori lavorati	529
Insaccati	453
Succhi di frutta	201
Olio di oliva*	-473

(\*) Il saldo commerciale con l'estero dell'olio di oliva è negativo a causa degli elevati consumi interni del nostro paese

FONTE: ELABORAZIONE FONDAZIONE EDISON SU DATI UN COMTRADE

di **UMBERTO MANCINI**

ROMA - Oltre 100 miliardi di dollari. Primi tra i paesi dell'Ocse e secondi nel mondo solo alla "superpotenza" cinese. Sono i primati del "made in Italy", le *performances* a cinque stelle dell'export tricolore nel 2005 che ha messo a segno, proprio nei principali settori (abbigliamento-moda; arredo-casa; alimentazione-vini; automazione-meccanica), risultati sorprendenti.

In questi quattro macro settori, le cosiddette "4 A", secondo i dati della **Fondazione Edison**, l'Italia si è piazzata davanti a Germania e Giappone, distanziando tutti i Paesi europei e perfino gli Usa. E questo nonostante la concorrenza spietata dei paesi asiatici e le mancate tutele

a livello europeo dei nostri prodotti.

Anche nel 2006 - secondo le prime indicazioni - dovrebbe essere confermata la leadership italiana. Con il settore della meccanica a fare ancora da traino, seguito dagli altri macro-comparti, mentre la moda ha accusato nell'anno appena concluso una lieve flessione.

La sfida con Pechino. Il confronto con la Cina è senza dubbio il più interessante per "misurare" la vitalità del nostro export. Soprattutto se si valutano le forze in campo. Da una parte l'Italia può infatti contare su una popolazione di 57 milioni di persone, mentre il "gigante" asiatico ha un miliardo e 300 milioni di abitanti, una crescita economica a due cifre e un

formidabile flusso di investimenti esteri su cui contare. Ebbene l'attivo commerciale tricolore, sempre nelle "4 A", si attesta a 100 miliardi di euro contro i 143 miliardi della Cina. Il surplus di quest'ultimo proviene soprattutto dal tessile-abbigliamento (98 miliardi di dollari) e dalla calzature (18 miliardi), mentre la struttura dell'attivo commerciale italiano è distribuita in maniera più equilibrata. Ed eccelle nell'automazione meccanica. Sta di fatto che il Bel Paese è risultato secondo solo alla Cina per saldo attivo con l'estero nell'abbigliamento-moda, mentre è primo nell'alimentazione davanti alla Francia, e terza nella meccanica dietro la Germania e il Giappone. Nel complesso tie-



ne dunque testa alle grandi potenze. E questo nonostante la fortissima dipendenza energetica dall'estero e il passivo strutturale in altri settori: dalla chimica agli autoveicoli, all'elettronica di consumo.

**La meccanica traina.** Ma dov'è che il nostro export corre di più? Sono i prodotti del settore meccanico-automazione a trainare la crescita. E il trend positivo è durato per tutto il 2006. L'attivo italiano nelle "4 A" è concentrato in questo comparto per 53,2 miliardi di dollari, l'abbigliamento-moda "vale" invece 27,1 miliardi, seguito dall'arredo-casa (14,5 miliardi) e dall'alimentazione (5,5 miliardi).

La Cina resta ovviamente il più temibile avversario (sia sul fronte della moda che dell'arredo casa), ma l'Italia, parliamo sempre di moda, precede India e Corea del Sud. Che beneficiano di costi del lavoro non comparabili. Innovazione, stile e ricerca colmano il "gap" e ci consentono di essere protagonisti. Analoga situazione riguarda i prodotti alimentari, quelli mediterranei, dove battiamo sia Francia che Spagna.

**Puntare sui punti di forza.** Visti i risultati e le tendenze in corso - secondo quanto emerge dall'analisi della Fondazione Edizo - l'Italia deve continuare a puntare sui tradizionali punti di forza. E questo perché nella moda la pressione cinese dovrebbe gradualmente allentarsi per concentrarsi su altri fronti: auto, chimica, elettronica e tle. Lasciando così maggiori margini di azione per i nostri prodotti di qualità, che contengono "creatività e design".

Lo stesso discorso vale anche per la meccanica e per gli altri settori forti del made in Italy.

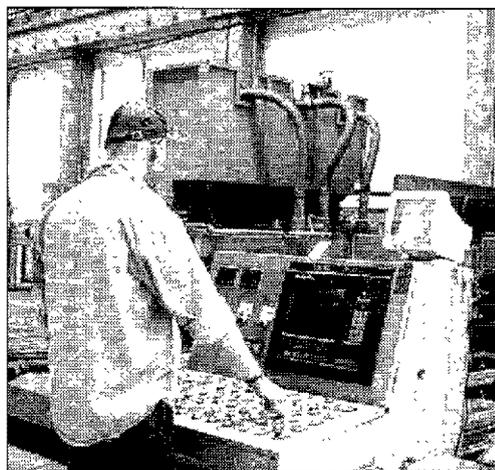
Insomma, a rischiare in futuro saranno le multinazionali Usa o giapponesi. Per le produzioni di nicchia ci sarà spazio. A patto che le aziende

crescano di dimensione, investendo maggiormente nell'innovazione e nei marchi aziendali.



**Che cosa sono le "quattro A" del nostro made in Italy?**

Sono quattro macrosettori di punta del Made in Italy. Si tratta di abbigliamento-moda, arredo-casa, automazione-meccanica, alimentare-vini. Nel 2005 questi comparti hanno superato i 100 miliardi di dollari per surplus commerciale esportato. Anche nel 2006, secondo le prime proiezioni, il trend positivo sarà confermato.



**Operaio in un'industria meccanica**