

ANALISI

La crisi minaccia solo quei comparti che non innovano

di **Marco Fortis ***

Negli ultimi quattro anni le esportazioni italiane sono cresciute di oltre il 30%. Occorre distinguere tra l'Italia che produce e compete con successo sui mercati internazionali e un sistema-Paese che funziona male perché indebolito da sacche di improduttività, rendite politiche, burocrazia, sommerso e anche criminalità diffusa. Se il Paese ha evitato sin qui la deriva è merito di quei settori, imprenditori e territori, che sembrano procedere senza tentennamenti lungo il sempre più difficile percorso delle nuove sfide globali facendo esclusivamente leva sui propri mezzi, quasi rassegnati a non avere alle spalle uno Stato e delle infrastrutture efficienti. È l'industria manifatturiera, dei distretti industriali, turistici, culturali ed enogastronomici.

Se nel 2007 le cosiddette "4 A" del made in Italy (abbigliamento, alimentare, arredamento, automazione meccanica) hanno messo a segno un surplus commerciale record con l'estero di 113 miliardi di euro, il merito è di una industria manifatturiera vitale, all'interno della quale in questi anni i settori tradizionali come il tessile, le calzature, i mobili, le piastrelle, nonostante l'impatto della concorrenza asimmetrica asiatica, la forza dell'euro e l'artificiosa debolezza del mini-yuan legato al dollaro, hanno "tenuto". Nello stesso tempo l'alimentare e i vini sono cresciuti, ma soprattutto l'automazione-meccanica italiana (fatta di macchine strumentali e navi da crociera, yacht di lusso, componenti per auto ed elicotteri, rubinetti e valvole) ha incrementato il suo surplus commerciale con l'estero dal 2003 al 2007 di 25 miliardi di euro. Straordinari sono stati alcuni comparti come le macchine utensili per la lavorazione dei metalli, le macchine per l'imballaggio e quelle per le costruzioni, in cui l'Italia compete

ad armi pari con la Germania.

All'interno dei settori di successo del made in Italy e delle tecnologie meccaniche e chimiche che li supportano, le protagoniste di questi anni sono state le medie e grandi imprese industriali del cosiddetto "quarto capitalismo". Dietro alcuni giganti nei rispettivi settori come Luxottica, Bulgari, Ferrari, Armani, Tod's, Ima, Danieli, Brembo, Mapei si muovono medie imprese strutturate capaci di presidiare sia i mercati tradizionali della Ue sia quelli emergenti e più lontani.

E i distretti più forti, come il Livenza-Piave nei mobili o il lago d'Orta nella rubinetteria, sono proprio quelli che vantano il maggior numero di medie imprese. Pochi giorni fa una di queste aziende, la piemontese Caleffi, leader nel valvolame per impianti idrotermosanitari, ha inaugurato un nuovo centro di ricerche chiamato "Cubo rosso". Dopo il "Km rosso" della Brembo non resta che augurarsi che si diffondano altre realtà simili in cui l'innovazione creativa del made in Italy possa assumere una dimensione

TREND POSITIVO

Nel 2007 il surplus commerciale di tessile, arredamento, alimentare e hi-tech è stato di 113 miliardi

più sistemica. Intanto i vini italiani riscuotono sempre maggiore successo: se in Sicilia crescono realtà aziendali leader come Donna Fugata e Planeta, in Provincia di Cuneo l'export di vini dal 2003 al 2007 è cresciuto del 52%, superando i 550 milioni di euro lo scorso anno. Oli, formaggi tipici, insaccati sono fiori all'occhiello dell'Italia nel mondo. E il turismo, nonostante necessità di una ristrutturazione e di un rilancio, rappresenta sempre il settore portante di molti territori: nelle Province di Bolzano e Rimini esso ha un tale impatto che è

come se ogni famiglia di quattro persone avesse per oltre sette mesi all'anno come ospite nella propria casa un turista pagante. La vera sfida per evitare la deriva deve essere affrontata dall'Italia che non compete e che è ora che cambi registro.

* Vice presidente Fondazione Edison

