

La crescita del Pil trainata dalle esportazioni Da meccanica, moda, mobili e vino attivo di 100 miliardi

Le sorprese della macchina industriale

di MARCO FORTIS*

Il biennio 2006-2007 è stato eccezionalmente positivo per il commercio estero italiano. Abbiamo assistito ad una forte crescita dell'export che è stato il vero elemento trainante del nostro PIL, ferma restando la relativa stagnazione dei consumi privati e la dieta imposta dalle esigenze di bilancio alla spesa pubblica. Una chiara idea di quanto sia avvenuto può venire dall'analisi dei dati di contabilità nazionale, dai quali risulta chiaramente che le esportazioni di beni e servizi hanno surclassato persino in valori assoluti la crescita dei consumi delle famiglie, che pure pesano strutturalmente circa il doppio dell'export sul totale degli impieghi delle risorse disponibili. Infatti, tra il 2005 e il 2006 i consumi privati sono aumentati a prezzi correnti di soli 34,9 miliardi di euro, mentre le esportazioni di beni e servizi sono cresciute in valore assoluto di 40,8 miliardi. La stessa cosa si è ripetuta nei primi nove mesi del 2007: rispetto all' analogo periodo del 2006 l'export è aumentato di 30,2 miliardi, mentre i consumi della famiglia italiana si sono fermati ad un risicato incremento di 24,7 miliardi. Dunque in 21 mesi l'export ha consentito di incrementare il fatturato dell'azienda Italia di oltre 70 miliardi di euro: è come se accanto ad una impresa come la Fiat, oggi risanata, ne fosse nata una nuova di dimensioni una volta e mezza superiori in poco meno di due anni.

Questi dati dimostrano due tendenze di fondo. La prima è che la crescita del PIL italiano è frenata soprattutto dalla debolezza della domanda interna, che non riesce a guadagnare velocità a causa del progressivo impoverimento delle capacità di spesa degli italiani, specie al Sud. Il nostro Mezzogiorno, con un export debole, senza un adeguato decollo del turismo e le iniezioni di spesa pubblica del passato, arranca sempre più e rappresenta ormai la più grande area depressa della vecchia UE-15. Infatti, i 20 milioni di abitanti delle nostre regioni meridionali hanno ormai un PIL pro capite a parità di potere di acquisto persino inferiore (alme-

no secondo le statistiche ufficiali) a quello medio dei 10 milioni di abitanti del Portogallo. La seconda tendenza è che l'industria italiana ha dimostrato di essere estremamente competitiva e che le nostre specializzazioni non erano poi così "sbagliate" come sostenevano alcuni. Infatti, le imprese italiane hanno saputo innanzitutto "prendere le misure" alla concorrenza della Cina, che tra l'altro sta riorientando la sua specializzazione manifatturiera sempre più verso l'hi-tech (elettronica-ITC, auto, chimica-farmaceutica) e quindi in futuro darà più filo da torcere ad altri Paesi avanzati che non all'Italia. In secondo luogo, il "made in Italy", con la sua industria del design e del lusso e la sua meccanica di nicchia, ha conquistato nuovi mercati emergenti come la Russia e i Paesi Arabi.

Nel 2007 il saldo commerciale con l'estero dell'Italia per i prodotti manufatti si chiuderà così con un attivo intorno ai 50 miliardi di euro: una cifra che non si vedeva dal 1996: ma a quel tempo non c'erano ancora né la Cina né l'euro forte a rendere la vita difficile ai nostri esportatori i cui meriti odierni sono dunque superiori. Il nuovo boom dell'export italiano è dipeso principalmente dalle ormai note "4 A" (Abbigliamento-moda, Arredo-casa, Alimentari-vini, Automazione-meccanica) il cui surplus con l'estero nel 2007 si avvicinerà a quota 100 miliardi di euro. Pochi altri Paesi dispongono di una simile macchina manifatturiera orientata all'export: solo la Germania (con le sue gigantesche industrie dell'auto e della chimica) e la Cina (la nuova "fabbrica del mondo"). Per certi aspetti è addirittura straordinario che un Paese come il nostro di soli 58 milioni di abitanti come l'Italia, con le sue **piccole e medie imprese** e i suoi **distretti industriali**, riesca a tener testa sui mercati mondiali a simili colossi. Peccato poi che l'Italia dei "miracoli" all'estero non riesca a trovare soluzioni efficaci a problemi "interni" come l'immondizia della Campania. E che non riesca a far ripartire i consumi privati: un impegnativo banco di prova per chi vincerà le prossime elezioni.

*vicepresidente **Fondazione Edison**

COSÌ L'EXPORT NEL MONDO

Variazioni percentuali nelle quote di export mondiale, primo semestre 2007 (rispetto al primo semestre 2006)

