

**Inchiesta.** Viaggio nelle produzioni che conquistano i mercati internazionali

# Prosciutto, occhiali e turbine: ecco i prodotti top

**Marika Gervasio**

**Daniele Lepido**

MILANO

■ Vino, mozzarella, prosciutto San Daniele e arredamento per la casa. Ma anche occhiali da sole, antibiotici, sistemi di cablaggio, microelettronica e tecnologie per le infrastrutture di rete elettrica come turbine, generatori e pannelli solari: sono questi i prodotti punta di diamante delle esportazioni del made in Italy in tutto il mondo.

Secondo un'indagine della **Fondazione Edison** nei primi mesi dell'anno l'agroalimentare si è classificato al primo posto della graduatoria per l'export. A trainare le vendite all'estero (+11% da gennaio ad aprile), in particolare, i comparti lattiero-caseario (+19%) e il vino (+8,4%). Record di crescita anche per il prosciutto San Daniele: lo scorso anno oltre 2,7 milioni di prosciutti con il marchio Dop sono partiti dalle aziende del comune friulano verso tutto il mondo: il numero più alto di prosciutti movimentati in un anno, nel quasi mezzo secolo di storia del Consorzio del prosciutto di San Daniele. In particolare, si è registrato un record di vendite (+36%) del pre-affettato in vaschetta. Significativa la ripresa delle vendite negli Stati Uniti che, dopo un anno difficile, hanno registrato un incremento del 30% nell'ultimo bimestre. Leader del made in Italy all'estero tra i formaggi, invece, mozzarella e altri freschi (+21%), asiago, caciocavallo, montasio e ragusano (+20%), **gorgonzola** e **parmigiano reggiano** (+12%), italic e taleggio (+11%).

«I trend interessanti che l'export dell'industria alimentare sta mettendo a segno negli ultimi mesi - commenta il presi-

## CARTE VINCENTI

Tra i robot italiani più richiesti ci sono torni, fresatrici e rettificatrici.

Molto apprezzati anche vini, formaggi e beni per l'arredo

dente di Federalimentare, Giandomenico Auricchio - potrebbero essere messi a rischio dalle speculazioni al rialzo che si stanno profilando nelle quotazioni

internazionali delle commodity di alcune filiere. L'esperienza del 2007-2008 è ancora fresca e dimostra che l'industria alimentare è del tutto estranea a tali fenomeni, ma ne è invece vittima, per le penalizzazioni in termini di competitività che ne derivano, tanto più gravi in una fase delicata come quella attuale, di ripresa graduale dei mercati internazionali e di perdurante pesantezza del mercato interno».

Tra i motori che spingono la ripresa delle esportazioni di made in Italy c'è anche il vino (+8,4% nel primo quadrimestre) con Germania e Stati Uniti tra i primi consumatori. Particolarmente apprezzati sono i vini che provengono da micro-aree e da vitigni autoctoni come il Morellino di Scansano, il Bianco di Custoza o il Negroamaro. Nel Regno Unito il prosecco sta sbaragliando lo champagne grazie al miglior rapporto qualità-prezzo.

Dall'alimentare all'arredamento (+1,3% l'export nei primi tre mesi del 2010). A premiare sono il design e l'innovazione tecnologica per prodotti come le cucine, solo per citarne uno, come spiega Rosario Messina, presidente di **FederlegnoArredo**. «Il settore che per primo ha esportato il made in Italy nel mondo è stato l'arredo negli anni 50 - spiega Messina -. E adesso vendiamo in 158 paesi il 50% della nostra produzione di arredamento per la casa. Più di 30 anni fa le cucine migliori erano tedesche. Dal 2002-2003 con la leadership mondiale della fiera di Colonia passata al Salone del Mobile di Milano la tecnologia italiana delle nostre cucine ha conquistato il mondo. Vanno bene comunque tutti i comparti dell'arredo per la casa, compreso l'imbottito che si sta riprendendo dopo la scossa ricevuta dalla concorrenza».

Innovazione e design premiano anche l'occhialeria italiana, in particolare gli occhiali da sole con vendite all'estero che nei primi due mesi dell'anno sono cresciute dell'1,4% per per circa 212 milioni di euro, nonostante la crisi, a fronte di appena 23 milioni di importazioni, -32% rispetto al 2009. Amano gli occhiali da sole italiani soprattutto gli statunitensi (19% dell'export totale), i francesi (13%) e gli spagnoli (8%).

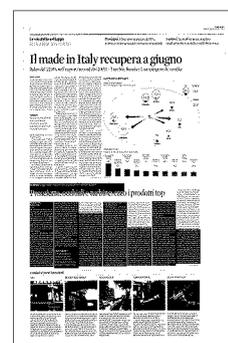
Tra gli altri settori eccellenti

c'è la meccanica, che ha archiviato un 2009 con una produzione inferiore del 30% rispetto a quella dell'anno precedente, ma che già a partire dal secondo trimestre ha iniziato a rialzare la testa. I robot italiani più richiesti all'estero sono torni, fresatrici, rettificatrici e centri di lavoro, ma anche tutte le macchine "deformanti": dalle presse alle piegatrici passando per i sistemi che lavorano con il laser. «Abbiamo chiuso il secondo trimestre con un trend degli ordini esteri in crescita del 60% - racconta Giancarlo Losma, presidente dell'Ucimu - anche se soffriamo ancora perché siamo di un buon 30% sotto i livelli pre crisi». E i paesi che apprezzano di più la nostra meccanica sono sempre i soliti: la vicina Germania, ma anche Cina, Stati Uniti e tutti gli emergenti, in particolare Brasile e Russia.

Nella farmaceutica l'industria nostrana esporta prodotti molto specifici che piacciono all'estero per la loro qualità. Per esempio l'insulina ottenuta da Dna ricombinante, ma anche antibiotici e farmaci destinati ai paesi in via di sviluppo, come l'Africa, che necessitano di antimalarici.

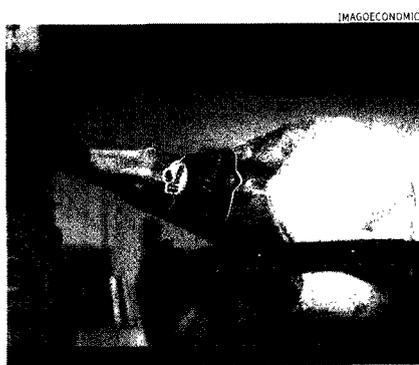
«In realtà - sostiene il presidente di Farindustria, Sergio Dompé - la nostra capacità di export è stata penalizzata da politiche governative poco lungimiranti, basti pensare che nel 2009 la bilancia dei pagamenti da un attivo di 700 milioni in un solo anno è scesa a meno 500 milioni. Inoltre nell'ultima finanziaria è stata inserita una norma che mette a carico dell'industria farmaceutica un aumento del margine dei farmacisti».

Non solo robot e medicinali, ma anche l'elettronica e l'elettrotecnica - complessivamente 56 miliardi di ricavi - stanno vendendo bene all'estero. Soprattutto tecnologie per le infrastrutture di rete elettrica - dai cablaggi in fibra ottica alle turbine, passando per generatori e pannelli solari - ma anche semiconduttori, circuiti stampati e più in generale cavi per l'energia e le telecomunicazioni. Secondo i dati dell'Anie, i paesi più "affamati" di questo hi-tech italiano sono in questo momento quelli del Nord Africa, come la Tunisia, mentre tornando in Europa la Polonia e la solita Germania restano buoni clienti.



**I campioni sui mercati internazionali****VINO**

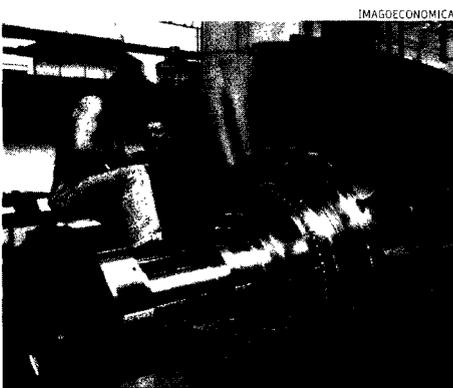
Nel primo quadrimestre le esportazioni di vino sono cresciute dell'8,4% con Germania e Stati Uniti tra i primi consumatori. Apprezzati particolarmente i vini che provengono da micro-aree e da vitigni autoctoni come il Morellino di Scansano, il Bianco di Custoza o il Negroamaro. Ma anche il prosecco, soprattutto nel Regno Unito, che, grazie al miglior rapporto qualità-prezzo, sta sbaragliando lo champagne. Il vino inoltre è molto apprezzato dalle donne inglesi che lo preferiscono alla birra

**PROSCIUTTO SAN DANIELE**

Il 2009 si chiude con un significativo incremento in termini di volumi, nonostante una diminuzione della produzione, per privilegiare ancora di più la qualità. Lo scorso anno 2.720.000 prosciutti con il marchio Dop sono partiti dalle aziende del comune friulano verso tutto il mondo: il numero più alto di prosciutti movimentati in un anno, nel quasi mezzo secolo di storia del Consorzio del prosciutto di San Daniele. In particolare boom di vendite (+36%) per il pre-affettato in vaschetta. In ripresa le vendite negli Stati Uniti (+30%)

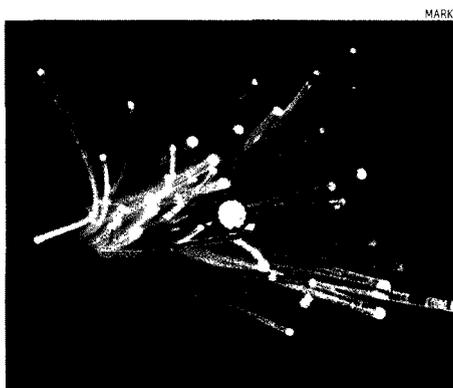
**OCCHIALI DA SOLE**

A gennaio e febbraio l'Italia ha esportato occhiali da sole per circa 212 milioni di euro, mostrando un progresso dell'1,4% rispetto allo stesso periodo del 2009. Le importazioni, invece, sono scese del 32% a 23 milioni di euro. I principali clienti dell'occhialeria italiana sono l'Unione europea (45% delle esportazioni) e l'America del Nord (20%). In particolare, i prodotti italiani sono più amati negli Stati Uniti (con una quota del 19% sulle esportazioni totali), in Francia (13%) e in Spagna (8%)

**TURBINE ELETTRICHE**

Tra i settori del made in Italy più richiesti all'estero c'è l'elettrotecnica, e in particolare tutte le infrastrutture di rete elettrica, una filiera "incrociata" nella quale spiccano prodotti come turbine (nella foto), generatori e pannelli fotovoltaici. Secondo l'Anie, nei primi cinque mesi dell'anno le esportazioni di infrastrutture di rete elettrica sono cresciute di oltre il 15%. La Tunisia è il paese nel quale la domanda si è rafforzata di più (+51%); seguono Repubblica ceca (+40%), Germania (+34%), Francia (+32%) e Usa (+16%)

«Parliamo sempre della necessità, da parte delle nostre imprese, di crescere a livello dimensionale - spiega Fabio Pamolli, economista dell'Istituto Imt di Lucca - in realtà sono state proprio le aziende di medie dimensioni a conquistare uno scenario globale. E anziché applicare a queste aziende quella che io chiamo late-

**SISTEMI DI CABLAGGIO**

Le vendite all'estero del comparto dei sistemi di cablaggio sono cresciute da gennaio a maggio di quest'anno del 52 per cento. Il settore vale complessivamente oltre 2,5 miliardi di euro e ha tra i suoi prodotti di punta cavi per l'energia e per le telecomunicazioni (per esempio i cavi in fibra ottica, si veda la foto sopra). La Germania rimane il paese nel quale la domanda di questi prodotti è più forte, con vendite salite nei primi cinque mesi dell'anno di quasi il 49 per cento. Bene anche Repubblica Ceca (+45%), Francia (+38%) e Spagna (+22%).

oria della redenzione, nell'infinita speranza che diventino più grandi, sarebbe forse meglio continuare a focalizzarsi sulla qualità dei prodotti e su mercati di sbocco costituiti da nicchie pregiate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA