

— [**LABORATORIO ITALIA**] —
di Marco Fortis*

Sei scenari per capire che cosa succederà all'export

I dati dei primi dieci mesi del 2010 dimostrano che il made in Italy è sempre competitivo e insegue la ripresa sui principali mercati. Ma troppi Paesi sono ancora fiacchi e per tornare ai livelli pre-crisi bisognerà attendere.



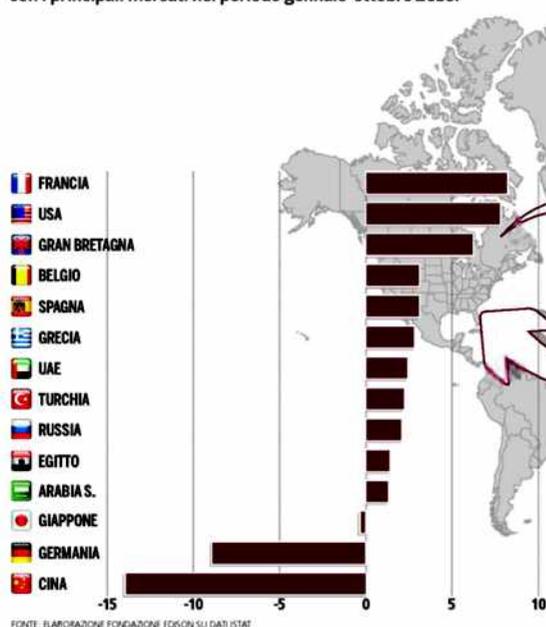
* vicepresidente Fondazione *Edison* e docente di economia industriale all'Università Cattolica di Milano

La recessione è tutt'altro che conclusa. Solo i Paesi emergenti crescono a tassi significativi mentre i Pil dei Paesi avanzati stanno ancora cercando di recuperare il terreno perduto. La Germania è l'unica che sembra possedere una marcia in più grazie all'export ma gran parte del vigoroso incremento del suo Pil è dipeso nel 2010 da rimbalzi statistici e da fenomeni di ricostituzione delle scorte. A ottobre 2010 la bilancia commerciale misurata sugli ultimi 12 mesi (156 miliardi di surplus) era ancora del 23% inferiore ai massimi pre-crisi di luglio 2007-giugno 2008 (202 miliardi). Anche se i supergruppi manifatturieri tedeschi si stanno rivelando in grado di vendere sempre più prodotti in Cina, ciò non permetterà alla Germania, nel breve termine, di trovare in Asia la fontana dell'eterna giovinezza e di fare crescere il Pil del 2% all'anno. L'export nei quattro Brics, secondo l'Istituto federale di statistica, ha rappresentato nel 2009 appena il 9,1% del totale (la Cina pesa solo per il 4,6% mentre la piccola Austria vale, per un raffronto, il 5,7%). Pertanto, se il resto del mondo rimane fermo anche la Germania farà fatica a correre. Vedremo che cosa succederà. Più modestamente oggi cercheremo di capire come è andato l'export italiano nel 2010 e come verosimilmente potrebbe evolversi nel 2011 considerando sei scenari.

Paesi emergenti – Nei primi 10 mesi del 2010 hanno dato buone soddisfazioni al made in Italy. Il nostro export è cresciuto in valore rispetto allo stesso periodo del 2009 del 19,5% in Russia, del 44,4% in Turchia, del 50,5% nei Paesi del Mercosur, del 20,5% in India e del 31,9% in Cina. Non abbiamo ancora recuperato i livelli pre-crisi in Russia ma l'export verso la Cina è già su massimi storici mentre quello verso la Turchia corre. Nel 2011, quando il rimbalzo statistico rispetto al debole 2009 sarà esaurito, risulterà più difficile ripetere tas-

I saldi commerciali dell'Italia

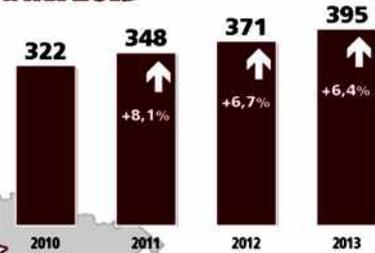
Valori, in miliardi di euro, relativi all'interscambio di prodotti con i principali mercati nel periodo gennaio-ottobre 2010.



Il recupero arriverà nel 2013

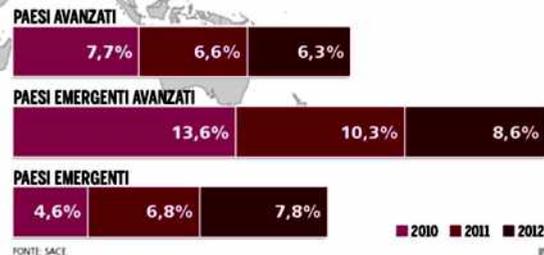
Previsioni per il periodo 2010-2013.

Dati in miliardi di euro



Le aree geografiche

L'export per macroaree, in valore assoluto (miliardi di euro) e in percentuale.



si di crescita come quelli del 2010. Ma i Pil dei Brics e degli altri maggiori Paesi emergenti sono previsti tutti in forte crescita anche nel 2011. Quindi è probabile che l'export verso queste aree continuerà ad aumentare. Il problema è che i mercati emergenti sono ancora troppo piccoli per trainare i Pil dei Paesi avanzati esportatori. In Russia, che si sta ben riprendendo, l'Italia esporta sia beni di consumo (1,9 miliardi di vestiti, scarpe e mobili nei primi 10 mesi del 2010) sia beni di investimento (1,7 miliardi di apparecchi meccanici). In Cina invece, a parte i successi di pochi grandi gruppi del lusso, l'Italia esporta per lo più macchinari (3,3 miliardi nel gennaio-ottobre 2010). La Turchia, dove vendiamo un po' di tutto, è oggi per l'Italia un mercato grande ormai come la Russia e di poco inferiore a quello cinese. Gli operatori guardano con interesse anche a Egitto, Sud Africa e sperano in un risveglio dei mercati arabi.

Stati Uniti e Giappone – Nei primi 10 mesi del 2010 l'export è cresciuto rispettivamente del 19,1% e del

5,5%. Il mercato giapponese appare ancora debole, mentre quello Usa è in ripresa più sensibile ma resta lontano dai livelli pre-crisi. L'export di tessili e di abbigliamento verso il Giappone è risultato in calo del 3,2% e del 2,6% nel periodo gennaio-ottobre 2010, mentre le esportazioni di alimentari e bevande e di prodotti farmaceutici sono aumentate del 2,7% e del 3,1%. Negli Stati Uniti, che per le nostre vendite pesa il doppio del Giappone, nei primi 10 mesi di quest'anno la ripresa più vigorosa dell'export ha riguardato i prodotti chimici (+28,8%), quelli farmaceutici (+40,2%), le calzature e la pelletteria (+23,4%), l'abbigliamento (+14,9%) e i mezzi di trasporto (+32,9%). Il 2011 si prospetta fiacco sia per gli Stati Uniti sia per il Giappone.

Germania – È il primo mercato per l'Italia. Nei primi 10 mesi di quest'anno l'export è stato pari a 36,3 miliardi, +17,1% rispetto allo stesso periodo 2009, con incrementi importanti per chimica, prodotti in gomma e plastica, macchinari, mezzi di trasporto e calzature. Ma

RAPPORTO SACE
Il 20 dicembre Sace ha pubblicato il Rapporto Export 2010-2014 da cui emerge che, dopo il -20,9% del 2009, il recupero a livelli precrisi è atteso solo nel 2013.

siamo ancora parecchio sotto i livelli pre-crisi. Tutti i centri di ricerca prevedono che il Pil tedesco crescerà in modo sostenuto anche nel 2011: la Ue, in particolare, prevede un aumento del 2,2%. Speriamo che sia così.

Francia – È il nostro secondo mercato, con 32 miliardi di export nel gennaio-ottobre 2010 (+13,7%). I prodotti in metallo e i macchinari sono tra le voci più importanti, con i primi cresciuti nel 2010 un po' più dei secondi. L'export di tessile-abbigliamento-pelletteria-calzature è stato nei primi 10 mesi di 3,6 miliardi (+12,3%). Anche in Francia non abbiamo ancora recuperato i livelli pre-crisi. L'economia è prevista in crescita dell'1,6% nel 2011: un aumento che potrà permetterci di consolidare il recupero dell'export ma che non consentirà miracoli.

Spagna – Nei primi dieci mesi 2010 l'export è stato di 16,2 miliardi (+17,5%), ma ancora quasi del 30% sotto il 2007. La Spagna è ancora in grandi difficoltà. Il Pil è calato del 3,7% nel 2009, dello 0,2% nel 2010 e aumenterà secondo la Ue dello 0,7% nel 2011. Troppo poco per fare sperare le nostre imprese esportatrici.

Gran Bretagna – L'interscambio ha visto l'export crescere del 20,2%, spinto da alimentari e bevande (+5%), moda (+14,8%), macchine e apparecchi (+22%) e mezzi di trasporto (+77,7%). Anche qui siamo ancora sotto del 16% rispetto al 2007. Nel 2011 il Pil dovrebbe aumentare del 2,2%: una previsione ottimistica. Ma anche se l'incremento dovesse rivelarsi inferiore, l'export dovrebbe perlomeno riavvicinarsi ai valori del 2007.

Questi dati indicano che nonostante il buon ritmo di ripresa delle vendite verso le economie emergenti, queste non bastano da sole a trascinare l'export che anche nel 2011 faticherà a tornare ai livelli spumeggianti toccati prima della crisi. L'Italia presenta saldi attivi per i manufatti con tutti i maggiori Paesi eccetto che Germania e Cina. Ma molti mercati importanti come Usa, Spagna, Gran Bretagna restano fiacchi. A essi vanno aggiunti anche Grecia, Irlanda e Portogallo che certo in questo momento non brillano. Alle nostre imprese esportatrici occorrerà parecchia pazienza e capacità di soffrire per riposizionarsi su un trend di vendite soddisfacente, perché molti dei nostri Paesi clienti sono tuttora assai più malati di noi a livello di consumi delle famiglie, banche e mercato immobiliare e avranno perciò lunghe convalescenze. Il made in Italy resta forte e competitivo, ma ha di fronte a sé il concreto rischio di un altro anno in apnea. 