

L'INDUSTRIA ITALIANA «ORFANA» DI SVALUTAZIONE

«Beh, prima con una bella svalutazione della lira andava tutto bene...». Giovanni Ferrarotti, presidente di Logic, piccola azienda aeronautica milanese, riassume in una battuta il nuovo mondo che le imprese italiane hanno vissuto con l'avvio dell'euro. L'ingresso nella moneta unica, salutato dieci anni fa come l'avvio di una lunga fase di crescita, sviluppo e grandi opportunità, ha rappresentato per le nostre aziende soprattutto una grande sfida: l'addio alla 'droga' del cambio.

Logic, 20 milioni di ricavi con cento addetti, premiata da Boeing come miglior fornitore europeo, è abituata da 50 anni ad esportare e gli ultimi dieci non sono stati affatto agevoli. «All'inizio - spiega Ferrarotti - con l'euro sceso a 0,80 rispetto al dollaro era una pacchia, quando però è arrivato oltre quota 1,50 abbiamo avuto grandissimi problemi. L'unica risposta possibile per noi era l'innovazione».

E per ampi settori della nostra economia, in effetti, la 'gabbia' della moneta unica ha rappresentato uno stimolo formidabile a spostarsi verso segmenti di produzione a maggior valore aggiunto. Scelta quasi obbligata, del resto, dall'altro grande shock verificatosi proprio dieci anni fa: l'ingresso della Cina nell'organizzazione mondiale del commercio.

Intesa Sanpaolo, per verificare i trend delle nostre aziende, ha messo sotto osservazione migliaia di prodotti italiani destinati all'export, verificandone le fasce di prezzo rispetto alla concorrenza. La conclusione è che la produzione definibile di 'alta qualità' è cresciuta nel periodo di quasi otto punti percentuali, passando dal 29,7% al 37,3%.

«Lo spostamento verso l'alto di gamma della manifattura italiana - spiega il responsabile dell'ufficio studi di Intesa Sanpaolo Gregorio De Felice - è uno dei principali effetti positivi dell'adozione dell'euro. E grazie anche a questa spinta l'Italia è riuscita a contenere le perdite di quota di mercato sull'export globale: in dieci anni abbiamo ceduto lo 0,7%, la Francia ha perso l'1,6%, il doppio gli Stati Uniti. Solo la Germania è riuscita a fare meglio di noi. Se guardiamo poi alle nostre quote di mercato nei prodotti di alta qualità, tra 2001 e 2009 vediamo addirittura un aumento, passando dal 4,3 al 4,7%».

«Numerosi settori della meccanica spiega Marco Fortis, vice presidente della Fondazione Edison hanno spinto l'acceleratore sull'innovazione, cercando di posizionarsi all'interno di nicchie di alta tecnologia o di produzione 'tailor-made' per contrastare da un lato la forza della Germania, dall'altro le produzioni a basso costo in arrivo dal Far East». Packaging, valvole, robot e macchine utensili di ogni tipo sono per Fortis alcuni dei settori che hanno vissuto l'euro come uno sprone, un vincolo ad innovare per continuare a competere. Peggio è invece andata ad altri comparti, come il tessile, le calzature e i mobili, colpiti duramente dalla concorrenza cinese e costretti a lasciare sul campo tra il 2001 e il 2004 ben 8 miliardi di surplus commerciale, per poi recuperare parte del terreno perduto solo negli ultimi anni. «In generale - aggiunge Fortis - la revisione delle serie storiche Istat dimostra che la nostra performance all'estero è stata superiore a quella dell'intera Europa, ad eccezione della Germania, e anche i settori che hanno patito la concorrenza cinese sono riusciti almeno in parte a risollevarsi: l'euro ha consacrato la capacità dell'Italia di stare sul mercato con le proprie forze».