

LA SFIDA DELL'EXPORT

I primati globali del made in Italy

di **Marco Fortis**

L'Italia è prima, seconda o terza nell'export mondiale in quasi mille prodotti. E nel 2011 l'export italiano in valore è tornato ai livelli del 2008, mentre la Germania è rimasta ai livelli pre-crisi.

► pagina 49

1.593

I prodotti in cui l'Italia detiene una posizione di leadership - tra la prima e la quinta al mondo - nel ranking dell'export

EXPORT

Quei 249 prodotti in cui l'Italia è leader mondiale

► pagina 49

Primati del made in Italy. Tra gennaio e ottobre 2011 surplus di 39 miliardi, meglio dei tedeschi che restano ai livelli precrisi

Quell'export che batte la Germania

Primi esportatori al mondo per 249 prodotti sui 5.517 censiti - Un record da 71 miliardi

PUNTI DI ECCELLENZA

La forza del Sistema Italia sta proprio nelle "nicchie" e nell'elevata diversificazione delle sue specializzazioni
di **Marco Fortis**

Quando mi capita di parlare con colleghi o personalità politiche stranieri e racconto loro che l'Italia è prima, seconda o terza nell'export mondiale in quasi mille prodotti, la reazione è quasi sempre di incredulità. Eppure è così.

Nel 2011 l'export italiano in valore è tornato ai livelli del 2008. Un risultato davvero importante se si considera che i record di allora furono raggiunti in un periodo in cui il commercio internazionale era gonfiato dalle "bolle" di domanda di tanti nostri Paesi clienti che acquistavano più di quanto non potessero permettersi (dagli USA alla Spagna, dalla Gran Bretagna alla Russia, da Dubai alla Grecia stessa). I risultati di export dello scorso anno, invece, sono stati conseguiti in un periodo grigio. Esportare con successo in simili condizioni poco favorevoli è segno di capacità ed intraprendenza: doti che certamente non mancano alle imprese italiane, che hanno saputo innovare, accrescere la qualità dei loro prodotti, arricchendoli anche di maggiori contenuti di servizio, nonché conquistare nuovi mercati.

Ciò non significa che la produzione industriale italiana vada bene. Infatti, nel 2011 il suo livello è rimasto praticamente lo stesso del 2010. Ma ciò è dovuto principalmente alla perdurante debolezza della domanda interna e non ad un deficit di competitività del made in Italy sui mercati internazionali.

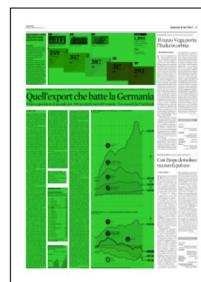
L'export, dunque, è una strada su cui insistere, nonostante il made in Italy sia stato spesso considerato in declino, anche e soprattutto in patria, quasi con una sorta di autocompiacimento che ha nuociuto assai all'immagine internazionale del nostro Paese, facendoci forse perdere anche qualche punto di spread in più del dovuto. Salvo poi scoprire, sempre a posteriori e a danno fatto, che il declino non c'era.

Insistere significa capire che, nonostante la concorrenza dei Paesi a basso costo, possiamo essere ancora vincenti nel tessile, nell'abbigliamento, nella concia, nelle calzature, nei mobili, nelle piastrelle ceramiche, negli occhiali, nei gioielli, se produciamo prodotti di eccellenza: quell'eccellenza che gli stessi nuovi ricchi del mondo vogliono perché i cinesi e gli indiani abbienti desiderano il "made in Italy" e non il "made in China" o il "made in India". Insistere significa valorizzare di più i nostri prodotti alimentari e i nostri vini. E significa anche accrescere i nostri investimenti nelle innumerevoli nicchie dei prodotti in metallo, della meccanica, dei mezzi di

trasporto, della chimica, della carta e della gomma-plastica in cui in questi anni abbiamo conquistato centinaia di leadership. In particolare, la meccanica è diventata la nostra punta di diamante. Con un surplus con l'estero che nel periodo gennaio-ottobre 2011 ha toccato i 39,1 miliardi di euro, solo del 2% inferiore al record storico del gennaio-ottobre 2008. Abbiamo fatto meglio persino dei tedeschi che rispetto ai livelli pre-crisi restano ancora sotto del 3,7 per cento.

Ma quante sono oggi realmente leadership del made in Italy? Per rispondere a questa domanda, la Fondazione **Edison**, insieme alla società di consulenza GEA, ha svolto un'approfondita analisi dell'export italiano nel quadro mondiale, basata su 5.517 prodotti: quelli, cioè, in cui la classificazione HS 1996 suddivide in modo estremamente dettagliato il commercio internazionale. L'obiettivo dell'Osservatorio GEA-Fondazione **Edison** è stato quello di identificare il numero dei primi, secondi, terzi, quarti e quinti posti detenuti dall'Italia nell'export mondiale mediante un particolare algoritmo, che ha permesso la costruzione di un «Indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale», detto Indice Fortis-Corradini dal nome dei suoi autori.

Per quanto riguarda il 2009, è stato possibile appurare che, nonostante la grave crisi internazionale, l'Italia risultava prima



esportatrice mondiale di 249 prodotti (per un valore complessivo di circa 71 miliardi di dollari), seconda esportatrice di 347 prodotti (56 miliardi) e terza esportatrice di altri 387 beni (48 miliardi). Le eccellenze del "made in Italy" si completano con altri 610 prodotti in cui il nostro Paese nel 2009 figurava quarto o quinto tra gli esportatori a livello mondiale (per altri 78 miliardi di dollari di export).

Da tempo sosteniamo che migliaia di imprese medio-grandi, medie e piccole sono le protagoniste di questo successo che ci permette di competere con Paesi che possono schierare molti più gruppi di grandi dimensioni e di rilievo multinazionale rispetto all'Italia, ma che non possiedono la nostra capacità di essere flessibili ed operativi in centinaia di tipologie di prodotti, dalle caratteristiche "quasi sartoriali". È in questi ambiti di attività che emergono come fattori vincenti del made in Italy la creatività, l'innovazione, la qualità, il design e una spiccata "artigianalità industriale", cioè la capacità di realizzare beni quasi "su misura" per i

clienti, anche in settori hi-tech come la meccanica o i mezzi di trasporto (si pensi alle macchine per imballaggio o agli yacht di lusso). La forza del "made in Italy", dunque, sta proprio nelle "nicchie" e nell'elevata diversificazione delle sue specializzazioni, che sono imperviate soprattutto sui macrosettori delle ormai note "4 A" (Alimentari-vini, Abbigliamento-moda, Arredocasa e Automazione-meccanica-gomma-plastica).

I primi posti che l'Italia possiede nell'export mondiale spaziano dalle macchine e dalle tecnologie per l'agricoltura e il tabacco ai prodotti alimentari e alle bevande (in cui primeggiamo a livello mondiale nell'export di pasta, derivati del pomodoro, insaccati, caffè torrefatto, vermut, aceti, mentre nei vini abbiamo un secondo posto di peso) sino a molti tipi di macchine per l'industria alimentare. I nostri primati proseguono nella moda (con molti prodotti del tessile-abbigliamento, della pelletteria, delle calzature, dell'occhialeria, della componentistica di questi settori e dei relativi macchinari industriali). Ed abbiamo molti primi posti an-

che nell'export mondiale di beni d'arredo per la casa, la cucina e l'ufficio nonché nei materiali e nei prodotti meccanici per il sollevamento e l'edilizia (su tutti i rubinetti e le valvole). L'Italia, inoltre, possiede molti primati nell'export mondiale di prodotti dell'industria della carta, nonché di prodotti dell'industria metallurgica (dai tubi in ferro e acciaio ai lavori in alluminio) ed ha primati importanti anche nelle tecnologie della metallurgia, nelle tecnologie del caldo e del freddo (attrezzature frigorifere per il commercio), nonché nelle macchine per lavorare il legno e i minerali non metalliferi come le pietre ornamentali e le ceramiche. Siamo primi esportatori mondiali anche di diverse tipologie di prodotti in metallo, di macchinari speciali della meccanica hi-tech (tra cui le macchine per imballaggio, vari tipi di macchine per lavorare i metalli e le materie plastiche). Deteniamo primati anche nell'export di beni per il divertimento e lo sport (dagli yacht ai fucili da caccia, sino a beni più di "nicchia" come le selle per bicicletta).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ranking e trend

BILANCIA COMMERCIALE

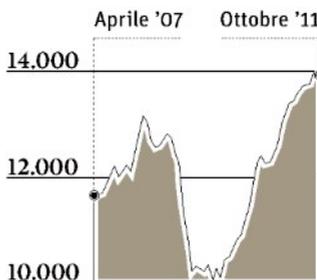
Paesi del G20, anno 2010 (mld di dollari) per prodotti non alimentari.

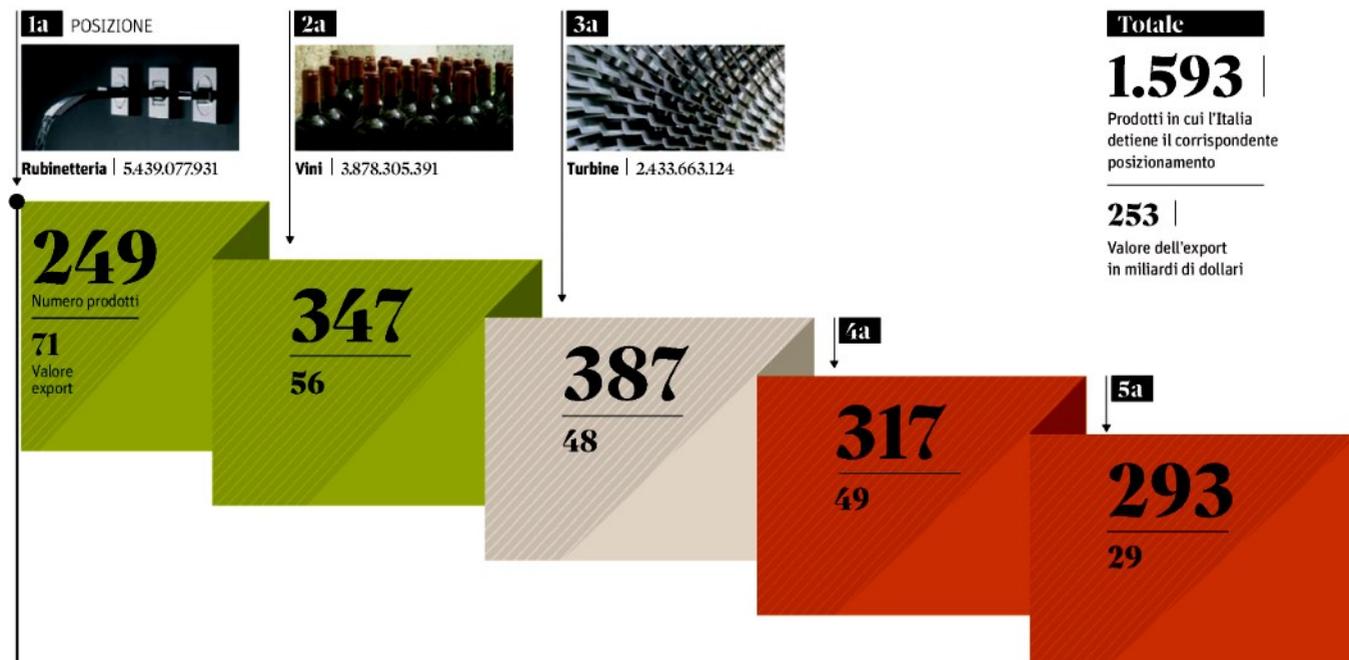
1	Cina	583
2	Giappone	333
3	Germania	323
4	Corea del Sud	172
5	Italia	60
6	India	-6
7	Messico	-17
8	Sud Africa	-23
9	Indonesia	-25
10	Argentina	-26
11	Turchia	-27
12	Francia	-35
13	Arabia Saudita	-48
14	Brasile	-64
15	Gran Bretagna	-106
16	Canada	-107
17	Russia	-108
18	Australia	-110
19	Stati Uniti	-426

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati WTO

ESPORTAZIONI ITALIANE

Dati mensili destagionalizzati, milioni di euro.



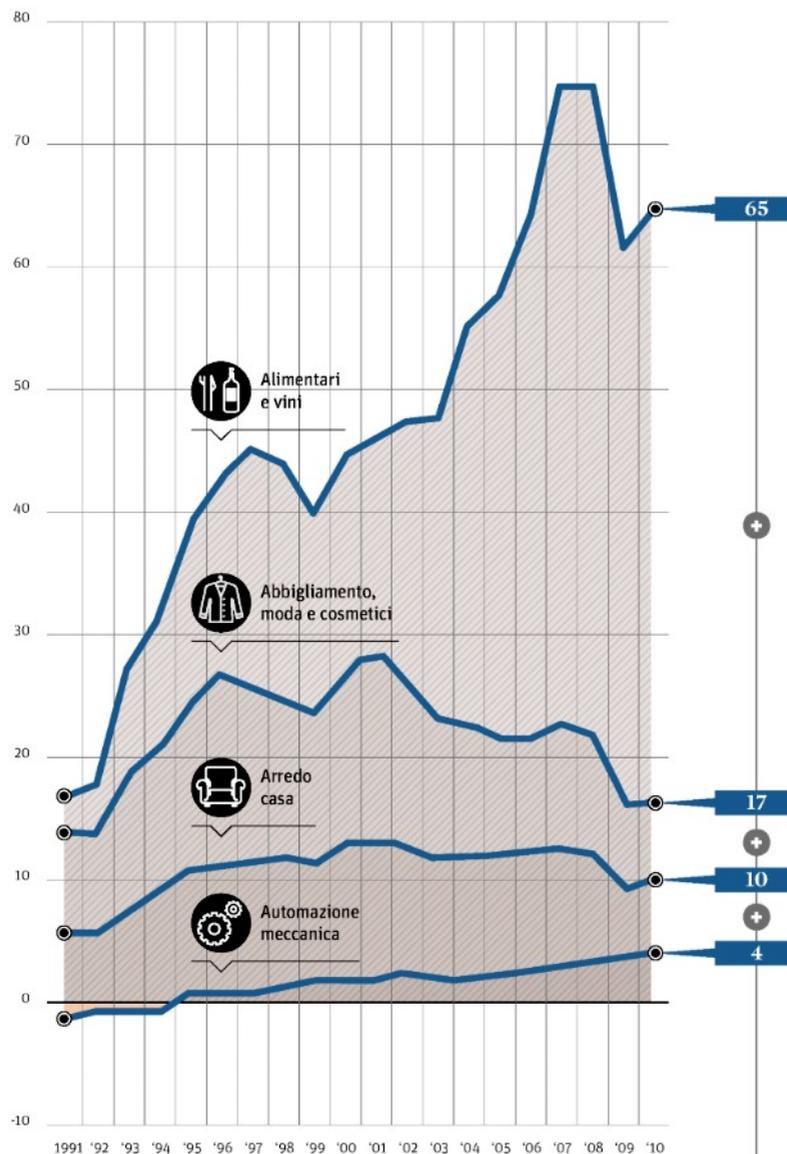


Esportazioni: i settori nelle prime cinque posizioni al mondo

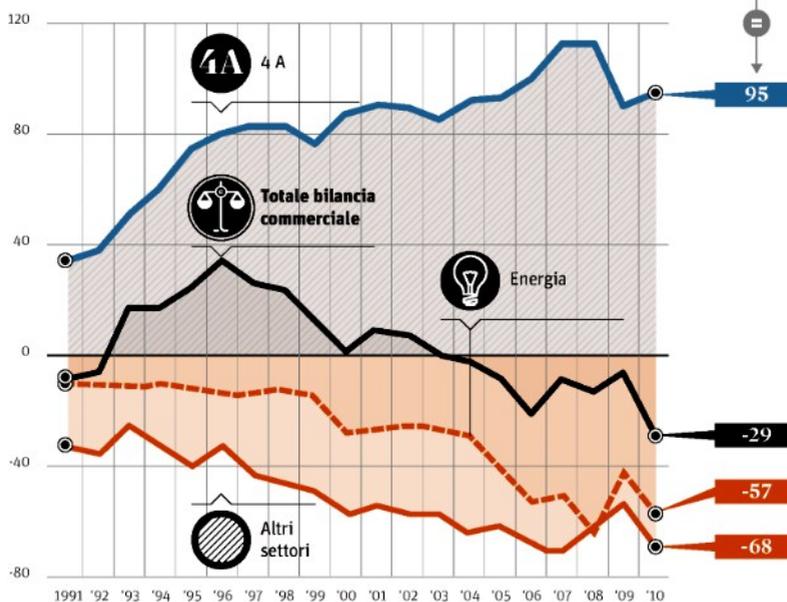
SUL PODIO

- Rubinetteria, vini e turbine a gas. Sono queste (in alto) le tre nicchie su cui il made in Italy vanta il primato mondiale dell'export. Settori di eccellenza in cui il nostro Paese totalizza nel complesso oltre 10 miliardi di dollari all'anno di esportazioni
- Guardando ai dati dell'export per categorie merceologiche, i primati sono molti altri. Secondo «l'Indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale» su 5.517 prodotti censiti, il nostro Paese è leader mondiale di export per 249 nicchie, per un valore di 71 miliardi di dollari. Per altri 347 prodotti è al secondo posto nel mondo e per 387 è in terza posizione. Sommando le nicchie in cui l'Italia ha almeno la quinta posizione nel mondo (1.593) si arriva a un valore dell'export di 253 miliardi di dollari all'anno.

IL SALDO COMMERCIALE CON L'ESTERO DELLE "4 A" DEL MADE IN ITALY
Miliardi di euro



IL CONTRIBUTO DELLE "4 A" AL SALDO DELLA BILANCIA COMMERCIALE ITALIANA
Miliardi di euro



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat, Eurostat, UN Comtrade, Wto