

La struttura varata da Gea e Fondazione Edison. Quest'anno nel mirino i Brics e i Next11

# Aziende italiane con la bussola

## Un osservatorio per orientare le imprese sui mercati mondiali

*Pagina a cura*  
**DI ANTONINO D'ANNA**

**U**n osservatorio per le aziende italiane in grado di orientarle sui mercati mondiali. È questo il senso dell'Osservatorio varato da Gea, società di consulenza strategica, e Fondazione Edison e presentato nei giorni scorsi. Che analizzerà per quest'anno Bric (Brasile, Russia, India, Cina) e i Next 11, un gruppo di paesi emergenti che hanno avuto un tasso di sviluppo molto dinamico e per i prossimi anni continueranno a rappresentare – proprio grazie a questi valori – mercati sempre più attratti per le imprese italiane. Nel gruppo Next 11 ci sono: Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Corea del Sud, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia e Vietnam. I paesi emergenti rappresentano al momento i leader della crescita del pil mondiale, tanto che nel 2016 peseranno per oltre il 41% del totale mondiale. Secondo i dati diffusi da Andrea Carrara, Managing Director di Gea, solo i Bric peseranno per il 40,5% e in questo gruppo di nazioni vive ad oggi il 41,8% della popolazione mondiale. Questo significa che l'area Bric continuerà ad essere la chiave di volta per la crescita delle nostre aziende.

Non è tutto. Lo scenario internazionale, così come risulta dal Trade Performance Index del Wto Unctad, che analizza i primi dieci posti delle classifiche mondiali di competitività del commercio estero di 14 settori, dagli alimenti freschi all'It ed elettronica di consumo, evidenzia che i primati del Made in Italy nel 2010 hanno fatto registrare 262,4 miliardi

di dollari (quasi 210 mld €) di esportazioni. Questo risultato evidenzia che l'Italia, nonostante la crisi economica, può mettere sul piatto eccellenze competitive in grado di raggiungere importanti primati nella classifica dell'export mondiale, con 3 primi posti e 3 secondi posti, posizionandosi appena dietro la Germania (con 9 tra primi e secondi posti) e davanti alla Cina che, in questi 14 settori, vanta un solo secondo posto. Naturalmente, a fare la differenza continua ad essere il valore aggiunto rappresentato dal Made in Italy e, in particolare, il settore delle 4A – ovvero Automazione, Abbigliamento, Arredocasa, Alimentari – settori in cui l'industria manifatturiera italiana fanno la parte del leone ed assicurano all'Italia posizioni di leadership a livello internazionale, con interessanti prospettive per l'export.

A livello globale, nel 2011 i più grandi e blasonati Bric, per l'Italia, rappresentano 27,8 miliardi di euro di export ma anche i Next 11 significano un export da 23,6 miliardi di euro. Rispetto al 1999, la dinamica di crescita dei Bric per l'Italia è stata pari a 4 volte (da 6,7 a 27,8 mld di euro) e quella dei Next 11, sempre per l'Italia, è stata di 2,7 volte (passando da 8,7 a 23,6 mld di euro). Sui Bric, la Germania ha registrato una crescita superiore a quella italiana (6,5 volte), mentre sui Next 11 la crescita è stata leggermente inferiore alla nostra (2,6 volte). Se i Next 11 saranno veramente i prossimi a esplodere, come negli anni Duemila lo sono stati i Bric, si tratta di un'occasione irripetibile per la nostra industria nazionale.

