

Difendiamo il made in Italy

L'ANALISI

ANTONELLO MONTANTE

Gli analisti professionisti che operano in Italia nel settore internazionalizzazione confermano che la parte più dinamica e capace di creare un surplus notevole sul Pil nazionale è il commercio estero. E questo nonostante i dati dell'Istat (relativi alla fine del mese di giugno 2012) abbiano registrato una frenata del commercio mondiale: soltanto la Germania, tra i Paesi europei, è riuscita a fare di più dell'Italia.

L'impressione positiva di questo dato continua se aggiungiamo che, sempre sulla base dei dati Istat, l'export del nostro Paese verso i mercati extra Ue nel mese di giugno è aumentato del 12,3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Questo trend di crescita è un risultato importantissimo per il sistema Paese, ma è sicuramente la conferma che la forza delle piccole e medie imprese (Pmi) è una chiave per uscire fuori da questo difficoltoso momento storico. Un altro riferimento da tenere presente è il dato evidenziato nell'analisi di settembre 2012 (fatta su approfondimenti statistici della fondazione Edison) in cui Marco Fortis osserva che secondo la World Trade Organization (Wto) solo 5 paesi del G-20 nel 2011 si sono confermati esportatori netti. Tra questi l'Italia si posiziona bene con una crescita del proprio surplus del +46% sul 2010.

Questi numeri segnalano la presenza, nei mercati internazionali, dei marchi imprenditoriali storici del nostro Paese e non possiamo non considerarli nel modo giusto. Il Pil non si salverà soltanto con l'austerità. Dobbiamo progettare e investire in competitività internazionale, ricerca e innovazione e tutela del made in Italy. Attenzione, quindi, a non avere alcun tentennamento sui marchi storici che, oltre ad incrementare il Pil, hanno creato l'immagine dell'industria italiana e del nostro Paese all'estero. Purtroppo oggi si rischia di perderli. Dobbiamo impegnarci per evitare che finiscano sotto il

controllo totale delle aziende straniere. Si dovrebbe al contrario intervenire in modo mirato per assicurare una congrua disponibilità di fondi per la ricerca e l'innovazione a favore della qualità del nostro prodotto. E inoltre basterebbe erogare in modo più veloce e semplificato i finanziamenti già concessi, perché questo sarebbe una bella boccata di ossigeno che salverebbe la qualità dei prodotti e contemporaneamente incentiverebbe tutte le imprese a investire nella qualità come chiave di successo economico futuro.

L'Italia delle Pmi continua a vendere all'estero, il livello di performance commerciale è incoraggiante e questo conferma anche la presenza di un'imprenditorialità d'eccellenza che investe per rimanere nei mercati e vuole mantenere un posizionamento competitivo sia dei prodotti che dell'immagine. Perché non investire in un progetto di promozione per la conoscenza dei marchi e delle eccellenze industriali in generale del nostro Paese, individuare le dinamiche che possono facilitare queste realtà imprenditoriali che hanno deciso di non mollare la presa?

Un progetto nazionale per tutelare e rafforzare le eccellenze imprenditoriali permetterebbe di individuare in modo attento gli esempi particolari che necessitano di un piano di sviluppo export mirato. Per aumentare la competitività, in modo più efficace, come il caso della Puglia e della Sicilia che registrano un costante aumento dell'export nonostante le svariate difficoltà, a volte anche ingiustamente vincolanti, che sono presenti al Sud.

In questo caso un tavolo di lavoro composto dai rappresentanti dei dipartimenti ministeriali, dalle associazioni imprenditoriali, dai sindacati e dagli operatori economici deputati alla crescita economica a livello internazionale potrebbe individuare un'unica strategia di sviluppo che nasca dalla parte più viva che se tutelata, non in modo assistenziale ma in modo competitivo e innovativo, può fare da volano di sviluppo per recuperare il gap con il Nord. Solo così potremmo attrarre l'interesse degli investitori esteri nel nostro Paese. Una ricetta ideale e di successo per difendere il made in Italy comprende: un sistema politico forte, equilibrato e favorevole ai cambiamenti, che rappresenta in modo adeguato negli altri Paesi le imprese rispettose

della legalità e della trasparenza che, oltre a difendere i propri lavoratori e i propri prodotti, sono pronte ad investire in progetti di ricerca e innovazione per migliorare la qualità; uno scenario internazionale in cui la nostra credibilità non dipenda soltanto dal rating, ma dall'apprezzamento e dalla richiesta da parte dei nostri partner esteri dei nostri prodotti.