

IN PRIMO PIANO

PER ESPORTARE SERVON

Le imprese italiane eccellono all'estero. Peccato che la politica economica nazionale non le aiuti. Intervista al professor Marco Fortis, docente di Commercio estero all'Università Cattolica di Milano.

di Umberto Folena

Volete esportare e vivere felici? Lavorate «su misura», con il cliente al centro, «ma nel vero senso della parola: dalla progettazione alla realizzazione fino ai servizi post-vendita». Con i consumi interni al collasso, l'Italia eccelle invece nell'export, con il settore manifatturiero a esprimere il meglio di sé. Marco Fortis, vicepresidente della Fondazione Edison, di scalate e risalite se ne intende, metaforiche e letterali, tanto da piazzarsi quarantesimo anche sulle montagne del Trentino-Alto Adige alla Maratona delle Dolomiti di ciclismo del 2005, sia pure nel percorso breve.

Professore, l'Italia sembra un ciclista agilissimo in salita ma goffo in pianura. Pimpante nell'export, depresso in patria. Che cosa sta succedendo?

La produzione industriale complessiva sta calando, è innegabile. Secondo l'Istat, nel 2012 rispetto al 2011 siamo scesi del 6,7 per cento. Ma confrontando fatturato estero e fatturato interno, risulta evidente che la crisi non dipende affatto dalla domanda internazionale o da una perdita di competitività (che pure va incrementata, per poter competere su mercati globali sempre più difficili), bensì dalla caduta dei consumi delle famiglie, degli investimenti privati e della spesa pubblica «buona» (le infrastrutture). Il sistema Italia appare collassato, irretito dalla perdita di potere d'acquisto dei cittadini, dalle nuove tasse e dall'austerità che si sono rese necessarie per scongiurare il default dei conti dello Stato. La crisi colpisce duro soprattutto chi non esporta o ha il mercato domestico come meta principale delle proprie vendite.

Un quadro sconcertante. Ma all'estero, appunto, andiamo bene, come una squadra impacciata in casa e travolgente fuori. Per quale strano segreto, o quale arte, o quale virtù?

All'estero andiamo bene, sì. Ed è la prova che i dati della produzione sempre meno esprimono la reale capacità della manifattura italiana di crescere. C'è un'Italia manifatturiera capace di battere perfino la super-competitiva Germania.

Verrebbe subito da pensare all'Italia della moda, dell'arredo e dell'alimentare. È corretto?

È incompleto. A eccellere «fuori casa» sono anche la metallurgia, la meccanica e i mezzi di trasporto, che nei mercati internazionali fanno decisamente meglio dei pur quotatissimi tedeschi.

Qualche esempio concreto?

Hanno fatto segnare un attivo rimarchevole le macchine per l'imballaggio, la refrigerazione commerciale, la rubinetteria, varie tipologie di pompe, le macchine industriali per i prodotti da forno e la pasta, le macchine per la lavorazione del legno, della carta e dei metalli, le ceramiche e le pelli. E poi ancora yacht, elicotteri, satelliti aerospaziali. Infine la grande caldereria, i laminatoi per metalli, le turbine a gas, numerosi altri prodotti della siderurgia e dell'industria dell'alluminio.

E perché riusciamo a battere avversari pure tanto agguerriti?

Prima mi chiedeva se c'era un «segreto». Ma di misterioso in effetti non c'è nulla. Le ragioni non sono molto diverse da quelle che spiegano la leadership nella moda, nel mobile e nell'alimentare. Produciamo «su misura». Anche l'industria meccanica italiana è una meccanica fatta su misura per il cliente, nel vero senso della parola, dalla progettazione alla realizzazione fino al servizio post-vendita.

Lei certo conosce l'obiezione degli scettici: sì, siamo apprezzati ed esportiamo, ma è una manifattura di nicchia...

Di nicchia fino a un certo punto. Si parla pur sempre di miliardi o di centinaia di milioni di euro di export. Ma c'è dell'altro. Questi nostri prodotti non temono la concorrenza dei paesi emergenti sul basso costo del lavoro. Mi chiedeva degli esempi... Ad esempio, le imprese della packaging valley bolognese-emiliana come Gd, Ima, Sacmi, Marchesini, realizzano macchine per imballaggio disegnate appositamente per i loro clienti mondiali dell'industria alimentare.

O PRODOTTI SU MISURA

delle bevande, della farmaceutica e della carta igienica.
Il lavoro fatto su misura?

Certo. Lo stesso fanno imprese come Epta Group e altre nel campo dei banconi frigoriferi per supermercati servendo i gruppi francesi, americani, tedeschi e inglesi della grande distribuzione. Penso poi ai gruppi del valvolame e dell'impiantistica idrotermosanitaria come Caleffi, Cimberio, Far, Pettinaroli, Itap e altri, quando realizzano sistemi complessi. In conclusione, a smentire la falsa immagine di un sistema italiano paralizzato e inerte, del tutto sbagliata, ci sono innumerevoli imprese che da tempo hanno cominciato a comportarsi come quelle tedesche, se non a far meglio di loro, esportando e internazionalizzandosi. Però....

Però, occorre che qualcosa cambi anche in casa, giusto?

Se nel nostro paese vi fosse una vera politica industriale, saprebbe dare risposte efficaci anche a un fenomeno abnorme come l'attuale caduta verticale della domanda interna. La crisi del mercato domestico non ha nulla a che vedere con la competitività delle

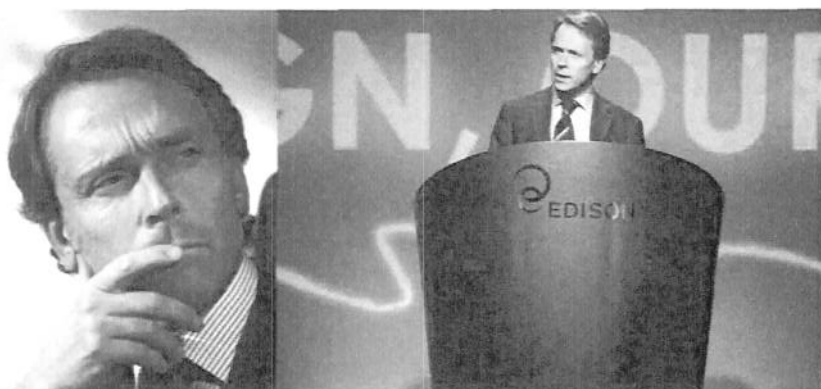
imprese ma dipende da fenomeni collaterali, come le politiche di austerità delle finanze pubbliche e l'aumento della tassazione sui consumatori.

Come se ne esce? Il ciclista può tornare a difendersi anche in pianura?

Queste fasi di necessaria austerità, se troppo prolungate nel tempo, possono portare alla chiusura irreversibile di migliaia di imprese e alla creazione di un gran numero di nuovi disoccupati. In momenti come questo, servono deduzioni o incentivi fiscali mirati e più efficaci per sostenere l'edilizia e i consumi di prodotti come i mobili, misure rivolte a rilanciare gli investimenti in macchinari, ecc.

Come fece la Germania nel 2009 per sostenere il proprio mercato interno dell'auto?

Le imprese italiane hanno imparato a stare sui mercati e in molti campi riescono a battere i tedeschi. È la nostra politica economica che non ha ancora imparato nulla dalla Germania.



Marco Fortis, 56 anni, sposato con una figlia, è vicepresidente della Fondazione Edison e responsabile della Direzione Studi Economici di Edison. È docente di Economia Industriale e Commercio Estero alla Facoltà di Scienze Politiche dell'Università Cattolica di Milano, presso cui insegna dal 1989. Collabora regolarmente come editorialista con "Il Messaggero" e "Il Sole 24 Ore". Ha pubblicato numerosi libri, saggi e articoli sui temi dell'economia italiana, dell'industria e dei distretti industriali, della tecnologia e delle materie prime, dello sviluppo e del commercio internazionale, della finanza pubblica italiana ed internazionale. I suoi ultimi volumi sono: L'industria nei 150 anni dell'Unità d'Italia (Bologna, Il Mulino, 2012) e Debito e crescita: l'equazione della crisi (Bologna, Il Mulino 2013), entrambi curati assieme ad Alberto Quadrio Curzio. Appassionato di alpinismo e ciclismo su strada, è autore di Dal Monte Leone al Basodino. Storia alpinistica delle Alpi Lepontine (Domodossola, Editore Grossi, 1994).