Avvenire

Data 06-07-2013
Pagina 17
Foglio 1

L'Italia dei mille prodotti da record

DA MILANO **ANDREA D'AGOSTINO**

Calzature, macchine e apparecchi per imballaggio, piastrelle, borse, occhiali.... e ovviamente la pasta. Sono i punti di forza del Made in Italy, le tante "frecce" nel nostro arco, ovvero quei 946 prodotti che ci rendono celebri nel resto del mondo, facendoci classificare ai primi posti nell'export globale. Con una ricaduta non da poco, che significa un attivo di 183 miliardi di dollari nella nostra bilancia commerciale e che pone il nostro Paese al secondo posto, dopo la Germania, nella teorica classifica della competitività.

Il rapporto sulle "Geografie del nuovo Made in Italy", realizzato dalle fondazione Edison, Symbola e Unioncamere, rivela nel dettaglio in che cosa l'Italia è da "medaglia d'oro": ben 235 prodotti di eccellenza a livello mondiale, che ci fanno guadagnare 63 miliardi di dollari. Metà di questo surplus - 31,6 miliardi - proviene dal settore dell'automazione meccanica, gomma e plastica; altri 18 miliardi da abbigliamento e moda, 6,4 da beni alimentari e vini e 4,9 da altri prodotti tra cui quelli dell'industria della carta, del vetro e della chimica. Analizzando nel dettaglio i vari prodotti, la "top ten" vede nell'ordine; calzature con suola in cuoio naturale (2,7 miliardi), macchine e apparecchi per imballaggio, piastrelle di ceramica (2,5 miliardi), borse (2,1), occhiali (1,9) e pasta (1,8). Ma non mancano altri prodotti più curiosi che sono sinonimo di Italia all'estero, come le giostre o i bottoni.

Tra i prodotti "medaglia d'argento" si trovano vini e spumanti (che portano al Paese 4,7 miliardi di euro), rubinetti e valvole, mobili in legno, le parti di turbine a gas, trattori agricoli, navi da crociera, solo per citare i principali. "Medaglia di bronzo", infine, agli accessori per trattori e autoveicoli, gioielli, divani e poltrone, costruzioni in ghisa, ferro e acciaio. Il rapporto fa notare come la maggior parte dei prodotti italiani che competono nel mondo nasca da produzioni altamente specializzate e concentrate in distretti industriali: è il caso, ad esempio, delle calzature, delle pelli o delle piastrelle. Tra i vari macrosettori, infine, va forte l'agroalimentare. In questo caso, l'Italia riesce a creare valore aggiunto molto più degli altri concorrenti: in media, il doppio rispetto a Francia, Germania o Spagna.

C'è comunque ancora tanto da fare, commentano i presidenti Ferruccio Dardanello (Unioncamere) ed Ermete Realacci (Symbola). Secondo quest'ultimo, «se c'è uno spazio per il nostro Paese, nel mondo di oggi, è quello della qualità». E Dardanello ha ricordato come il nostro sia uno dei pochi Paesi (con Cina, Germania, Giappone e Corea del Sud) «ad avere un surplus strutturale con l'estero nei prodotti manufatti non alimentari. In questa nostra peculiarità, allora, occorre continuare a credere e investire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Unioncamere e Symbola: 946 le eccellenze che creano ricavi per 183 miliardi di dollari nel nostro saldo commerciale
Sono 235 le «medaglie d'oro», come calzature e borse

Consumi, il crollo peggiore di sempre

www.ecostampa.it

060982

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EDISON 30/FONDAZIONE e/o COOP.