

L'ANALISI

Italia nel «club 100 miliardi» di surplus commerciale

di **Marco Fortis**

Nel 2012 l'Italia è entrata a far parte del ristretto club dei Paesi del mondo che possono vantare un surplus commerciale con l'estero per i prodotti industriali superiore ai 100 miliardi di dollari. Lo indicano le ultime stime Wto, in base alle quali lo scorso anno il nostro Paese ha fatto registrare un attivo per i manufatti non alimentari di 113 miliardi di dollari, alle spalle di Cina (866 miliardi), Germania (394 miliardi), Giappone (292 miliardi) e Corea del Sud (205 miliardi).

Assieme a queste quattro nazioni, l'Italia si riconferma inoltre tra le sole cinque economie del G-20 a presentare un surplus strutturale manifatturiero.

Dunque, fuori dai nostri confini, entro i quali la vita del Paese resta perennemente frenata dalle convulsioni della politica e dalla pietrificazione della burocrazia, nonché appesa al filo delle interminabili vicissitudini giudiziarie di Silvio Berlusconi, c'è un pezzo di Italia che funziona e costruisce buona reputazione che scaccia via la cattiva.

Le ragioni del successo del made in Italy sono paradossalmente proprio le stesse in base alle quali ne era stato pronosticato l'inevitabile declino: imprese, specializzazione, innovazione, mercati. Secondo la vulgata "declinista", ancora dura a morire, sarebbero troppo piccole le prime; "sbagliata" la seconda (troppo incentrata su settori ritenuti "tradizionali"); scarsa se non inesistente la terza; infine, troppo circoscritti all'Europa gli sbocchi del nostro export. Invece, è stata proprio la flessibilità delle nostre imprese piccole, medie e medio-grandi a farci vincere sui mercati globali; è stata la nostra specializzazione "mista" nella meccanica e nei beni per la persona e la casa a permetterci di vendere contemporaneamente sia tecnologie sia beni di lusso alle economie emergenti; è stata l'innovazione (non misurata dalle statistiche) a far generare oltre la metà del nostro surplus manifatturiero alla meccanica-mezzi di trasporto in nicchie molto più high tech di tanti settori comunemente ritenuti tali in cui primeggiano altri Paesi; ed infine sono stati proprio i mercati extra-UE, dove si presumeva erroneamente che

le nostre imprese facessero ad arrivare, quelli dove abbiamo ottenuto i maggiori successi.

Certamente se le piccole imprese italiane lavorassero di più in rete o in consorzio, se la fiscalità e la burocrazia gravassero di meno su chi produce e se lo Stato incentivasse di più la ricerca ed accompagnasse maggiormente le aziende all'estero, il made in Italy potrebbe fare ancora di meglio. Ma il nostro problema di fondo oggi non è che gli imprenditori del manifatturiero facciano ulteriori e più sorprendenti miracoli sui mercati mondiali, dopo quelli già fatti. Il miracolo vero di cui abbiamo bisogno è invece che da un lato prevalga in politica l'interesse nazionale su quelli di parte e dall'altro che torni finalmente a dare segni di vita il mercato interno, perché non va mai dimenticato che spesso l'Italia è il primo mercato anche per chi esporta i 2/3 del fatturato e se la domanda domestica rimane tramortita il Pil non cresce.

Ma perché tale miracolo possa avvenire serve stabilità politica, una ripresa della fiducia delle famiglie e degli investitori, con uno spread in decisa discesa ed un recupero sostanziale di reputazione a livello internazionale. In poche parole serve che il Governo Letta continui a lavorare e porti rapidamente a compimento le misure di emergenza e le riforme per cui è nato e sarà giudicato. Possibilmente senza che il nostro futuro, dopo i molti sacrifici fatti da famiglie, lavoratori e imprese, sia nuovamente messo a repentaglio da comportamenti dei partiti e dei loro leader poco comprensibili all'estero, come già avvenuto nel 2011.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

