

L'intervista Marco Fortis (economista)

«Industria e turismo Il Nord è in prima fila»

l'Italia ormai dal 2008.

*«C'è un Paese che
tiene: è quello che
esporta e che vince»
Il baricentro Expo*

Altro che Paese in declino. Dietro l'angolo ci aspetta un grande avvenire, se sapremo coglierne le opportunità. I mercati ci attendono. E i mercati sono proprio quelli dei Paesi che temiamo. Basta solo cambiare strategia e giocare non in difesa ma in attacco.

Parola di Marco Fortis, docente di Economia industriale all'Università Cattolica e vicepresidente della Fondazione Edison. Fortis ha collaborato alla stesura di Italia, intesa come acronimo di Industria, Turismo, Agroalimentare, Localismo, Innovazione e Arte. I sei pilastri su cui si poggia il rilancio del nostro Paese e su cui si basa il rapporto giunto alla seconda edizione di Fondazione Edison, Fondazione Symbola e Unioncamere: «Pur senza raggiungere i livelli pre crisi, dal 2009 l'export italiano di mobili è ad esempio in costante crescita. Di cosa si tratta se non di capacità di reazione di fronte al mutare degli scenari? Di quella creatività e duttilità che sono il marchio di fabbrica del Made in Italy?». Made in Italy che nel 2015, con l'inaugurazione dell'Expo di Milano, avrà un volano ineguagliabile.

Il rapporto si apre in exergo con una citazione di Emily Dickinson: «Non conosciamo mai la nostra altezza finché non siamo chiamati ad alzarci». Per l'economista Marco Fortis il problema italiano è proprio la capacità di alzarci, nel senso di rimuovere tutti quegli ostacoli a cominciare dallo scetticismo e dal «declinismo», il pessimismo a tutti i costi sulle nostre potenzialità industriali, che ci impediscono di alzarci, renderci conto della nostra altezza e ripartire. Lasciandoci alle spalle questa brutta crisi che continua a devastare

Gli ultimi dati macroeconomici non sono certo incoraggianti: il Prodotto interno lordo ci dice che abbiamo toccato il fondo. Almeno si spera.

«Certamente è auspicabile che dopo aver toccato il fondo ci sia una ripresa e in quel contesto la ripresa delle esportazioni dovrebbe proseguire».

L'export italiano continua a tirare, nonostante la crisi che miete disoccupati e produce cassintegrati.

«Non solo, ma la ripresa, quando avverrà (e si spera il più presto possibile), riguarderà proprio le produzioni di eccellenza del Made in Italy. Produzioni, come è noto, provenienti prevalentemente dal Nord Italia. Noi abbiamo un surplus manifatturiero pari a 94 miliardi di euro nella bilancia dei pagamenti. È vero che è stato conseguito perché si sono ridotti i consumi e le importazioni sono diminuite. Ma anche assumendo che fosse di 80 miliardi, sarebbe stato il record storico della nostra economia. Questo dimostra che c'è un Sistema Italia che tiene ed è quello che esporta e vince. Un Sistema che è presente al Nord e che vede nell'Expo il baricentro ideale».

L'Italia non soffre la concorrenza delle potenze economiche emergenti?

«Il sistema tiene anche nei confronti dei Paesi emergenti. Anzi, fa di necessità virtù, esportando in questi Paesi che proprio per l'impetuosa crescita economica aumentano i loro consumi e i loro bisogni di prodotti e servizi. Non solo nei cosiddetti Paesi del Bric (acronimo di Brasile, Russia, India e Cina) ma anche in Turchia e nei Paesi arabi».

Quando parla di Nord manifatturiero a quali regioni allude?

«A Lombardia, Emilia, Veneto e parte del Piemonte. L'Expo, che pure ha un orientamento tematico legato all'alimentazione, è un'occasione straordinaria per convogliare milioni di visitatori verso eccellenze come la moda, l'arredo casa e quel grandissimo successo nel mondo che è la meccanica italiana. Lo sapeva che la meccanica da sola genera un attivo commerciale pari a quello della moda e dell'arredo casa e che compete alla pari con il Giappone e la Germania in moltissimi settori?».

Il tema dell'Expo però è legato all'alimentazione.

«Già, ma in esso rientrano le tecnologie dell'alimentare e la conservazione degli alimenti. Nelle tecnologie di conservazione a freddo l'Italia è seconda nel mondo a pari merito con la Germania. Abbiamo le più importanti tecnologie nel campo della refrigerazione commerciale.

I banconi per i surgelati dei supermarket, da Sidney a Hong Kong, passando per New York, sono quasi sempre realizzati da imprese italiane. Ma esportiamo per miliardi anche nel campo delle macchine per la panificazione, della biscotteria, della pasta e dell'industria di monitoraggio».

Nell'acronimo di Italia c'è pure la t di turismo. L'Expo sarà un volano anche per i nostri luoghi di villeggiatura e di soggiorno?

«Quando quindici milioni di persone vengono attratte in un'area come la Lombardia ine-

vitabilmente avranno una curiosità culturale e uno stile di viaggio turistico. Non c'è solo Milano naturalmente, ma tutta la regione e in fondo il Nord Italia per dire l'intero Paese. Ci saranno persone che si avvicineranno anche alla moda italiana, al commercio e ai grandi marchi dell'industria italiana che espongono con i loro show room e i loro negozi. Per questo l'Expo è un'occasione epocale, come le Olimpiadi. Bisogna anche considerare le opere infrastrutturali e la logistica, che aiuteranno a creare valore aggiunto e nuovi posti di lavoro».

Macchinari a parte, l'Italia agricola ne trarrà vantaggio?

«L'agricoltura in Italia è veramente importante. Nemmeno gli addetti ai lavori ne hanno coscienza. Il valore aggiunto dell'agricoltura del Mezzogiorno, che riteniamo arretrata e depressa, è quasi uguale a quello di tutta la Germania. L'Italia in tutta Europa è seconda solo alla Francia, che ha il doppio del nostro territorio e la stessa popolazione e non può contare sulle sovvenzioni statali. Noi abbiamo zone agricole straordinarie. Per non parlare dei distretti vinicoli».

Nel rapporto Italia lei cita una frase di Victor Hugo: «Dio ha creato l'acqua, l'uomo il vino».

«Già, e l'Italia in quanto a vigne e vini non è seconda a nessuno. In un mondo dove verranno a diminuire le sovvenzioni europee e dove i macchinari agricoli avranno maggiore importanza, avremo a disposizione grosse opportunità: il futuro potrebbe davvero sorriderci. E pensiamo al turismo, che sta portando a contatto milioni di visitatori con l'alimentazione italiana. I turisti cinesi stanno facendo conoscere vino, parmigiano e altri prodotti nella sterminata Cina. Ci sa-

ranno nuove esportazioni in arrivo, e scusi per il gioco di paro-

le. I mercati emergenti, come vede, non sono una iattura ma una

sfida e una grandissima opportunità». ■

Francesco Anfossi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'economista Marco Fortis

