

SCENARI

EXPORT VINCENTE

Dalle calzature alle macchine agricole, dall'elettronica alla moda, passando per l'enogastronomia e il lusso. Questi i settori che portano l'Italia al sesto posto nella classifica del commercio internazionale, davanti a India e Brasile.

# Il nuovo Made in Italy che batte la crisi

La domanda interna e il Pil calano, ma il nostro Paese domina i mercati mondiali con mille prodotti che sbaragliano la concorrenza. Lo conferma I.T.A.L.I.A., uno studio sulle esportazioni 'tricolori', curato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison

FRANCO LEONE

**C**erto, c'è la crisi, la domanda interna soffre, le imprese chiudono. Ma accanto all'Italia che annaspa, fatica e perde colpi, c'è n'è un'altra che avanza, cresce, innova. È quella delle eccellenze, dei prodotti che all'estero battono la concorrenza e continuano ad avere successo. E non si tratta di nicchie, ma di ampie quote di mercato dove il nostro Paese riesce non solo a fare la differenza, ma a conquistare primati e supremazie. Questo, almeno, è quello che emerge dal rapporto I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy, una fotografia dettagliata e minuziosa dell'export italiano frutto di una collaborazione tra Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison. L'Italia, si legge nel voluminoso dossier, «deve affrontare e risolvere tante questioni, non solo legate al pesante debito pubblico, che aggravano la crisi: le disuguaglianze nella distribuzione della ricchezza, l'economia in nero e la criminalità, una macchina burocratica elefantina e spesso inefficace, gli scarsi investimenti in ricerca e sviluppo, il ritardo di tante aree del Sud. Guai a sottovalutare, ma è un errore confondere tutto questo col posizionamento del Paese nel mondo».

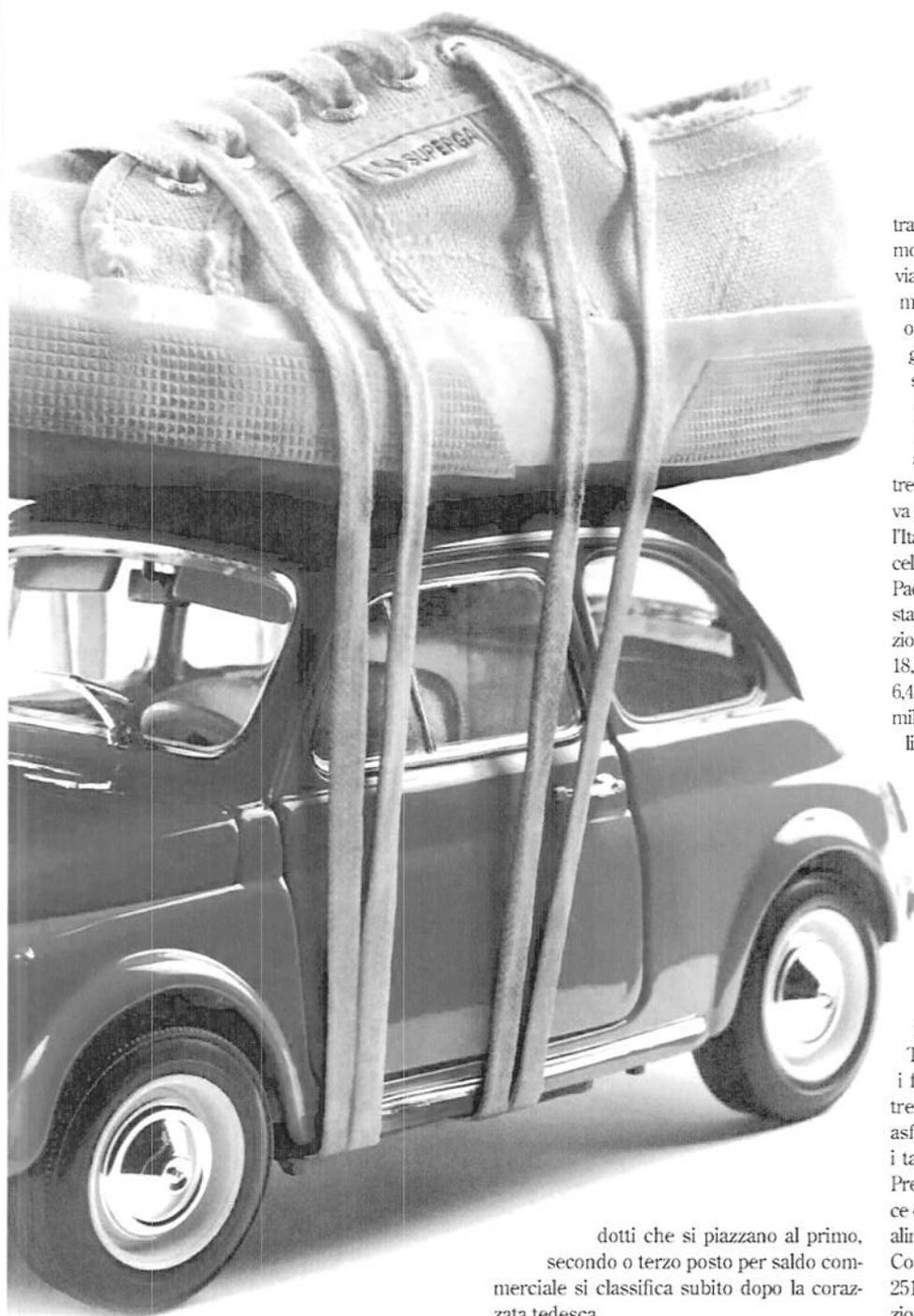
## Campioni di competitività

E il posizionamento è lontano anni luce da quello che si potrebbe immaginare. Basta cambiare prospettiva, punti di riferimento. Se si pretende di misurare la nostra competitività con la quota di mercato nell'export mondiale, infatti, l'Italia risulta in caduta libera. Ma se, invece, si utilizza come terreno di confronto la bilancia commerciale dei prodotti, la musica cambia. E parecchio. L'Italia è uno dei soli 5 Paesi del G20 (con Cina, Germania, Giappone e Corea) ad avere un surplus strutturale nei prodotti del manifatturiero non alimentare. In altre parole, escludendo l'energia e le materie



Courtesy Italian Cultural Institute in Singapore





trasporto. Tra i prodotti per i quali guadagniamo una medaglia per il saldo commerciale troviamo le tecnologie del caldo e del freddo, le macchine per lavorare il legno e le pietre ornamentali, oppure i fili isolati di rame e gli strumenti per la navigazione aerea e spaziale». Insomma, pur senza perdere il presidio sui comparti storici del made in Italy, la nostra industria nel corso degli anni è riuscita a sintonizzarsi anche su altre frequenze, riuscendo a intercettare la nuova domanda globale. In totale, i prodotti in cui l'Italia è numero uno nel mondo sono 235. Eccellenze che nel 2012 hanno portato al nostro Paese 63 miliardi di dollari: di questi, 31,6 sono stati generati da beni nel settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica; 18,1 miliardi da beni dell'abbigliamento-moda; 6,4 miliardi dal settore enogastronomico; 2,9 miliardi da beni per la persona e la casa; 4,3 miliardi da altri prodotti tra cui l'industria della carta, del vetro e della chimica.

### Il predominio dell'agroalimentare

Ma le leadership italiane sono tante. Spaziano dalle tecnologie per l'agricoltura al tabacco, sino alle macchine per l'industria alimentare. E proseguono nella moda, con molti prodotti del tessile-abbigliamento, della pelletteria, delle calzature e dell'oreficeria.

Tra i primati più curiosi ci sono le giostre, i fagioli, i bottoni e l'insalata cicoria, mentre tra quelli sconosciuti spiccano i lavori in asfalto, i sollevatori fissi per autorimesse, i tappi a corona e i marroni freschi o secchi. Predominio assoluto, e ben conosciuto, è invece quello che il nostro Paese detiene nell'agroalimentare.

Con 252 prodotti registrati (Dop, Igp e Stg), 251 vini a denominazione di origine o a indicazione geografica tipica e 4.671 specialità tradizionali regionali, vantiamo il primato di prodotti registrati e siamo il primo Paese dell'Ue per numero di operatori biologici (48.000). Abbiamo la leadership globale in 13 prodotti. Tra cui, ovviamente, la pasta, dal cui export nel 2011 abbiamo ricavato 1,3 miliardi di euro, ma anche i derivati del pomodoro, le mele e gli insaccati.

dotti che si piazzano al primo, secondo o terzo posto per saldo commerciale si classifica subito dopo la corazzata tedesca.

### Non solo moda

La cosa sorprendente è che i successi italiani non riguardano solo i classici settori della moda, del lusso e dell'alimentare. Anzi. La maggior parte del surplus commerciale, si legge nel rapporto, «non proviene dai settori tradizionali, ma dalla meccanica e dai mezzi di

prime agricole e minerarie, siamo uno dei Paesi più competitivi a livello mondiale.

Non solo. Restringendo il perimetro all'Europa e considerando il saldo commerciale del manifatturiero con i Paesi extra Ue, l'unica che ci batte è la Germania. Stesso discorso a livello mondiale, dove l'Italia con 946 pro-

## Le eccellenze valgono 183 miliardi di dollari l'anno

## SCENARI

### EXPORT VINCENTE

**TRADIZIONE E HI-TECH**  
Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere (a destra) ed Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola, sono d'accordo: «Sostenere le Pmi innovative tagliando loro le tasse».



#### INDICE DELLE ECCELLENZE COMPETITIVE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE: IL POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA

POSIZIONE DELL'ITALIA TRA I PAESI ESPORTATORI	NUMERO DI PRODOTTI IN CUI SIAMO NUMERI 1 AL MONDO	VALORE COMPLESSIVO DEL SALDO COMMERCIALE (IN MILIARDI DI DOLLARI)
Casi di prodotti in cui l'Italia è il 1° paese mondiale per saldo commerciale	235	63
Casi di prodotti in cui l'Italia è il 2° paese mondiale per saldo commerciale	390	74
Casi di prodotti in cui l'Italia per saldo è il 3° paese mondiale commerciale	321	45
<b>Totale casi di prodotti in cui l'Italia figura nei primi 3 posti al mondo tra i paesi esportatori per saldo commerciale</b>	<b>946</b>	<b>183</b>

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat, Eurostat e UN Comtrade

#### I 20 PIÙ IMPORTANTI PRIMI POSTI DELL'ITALIA PER SALDO COMMERCIALE CON L'ESTERO: ANNO 2011

PRINCIPALI PRODOTTI IN CUI L'ITALIA È 1° PER SALDO COMMERCIALE CON L'ESTERO	SALDO
1. CALZATURE CON SUOLA ESTERNA E TOMAIA DI CUOIO NATURALE	2.655
2. MACCHINE ED APPARECCHI PER IMPACCHETTARE O IMBALLARE LE MERCI	2.509
3. PIASTRELLE E LASTRE DA PAVIMENTAZIONE O DA RIVESTIMENTO, VERNICIATE O SMALTATE, DI CERAMICA	2.475
4. BORSE IN PELLE	2.183
5. OCCHIALI DA SOLE	1.919
6. PASTE ALIMENTARI (NON COTTE NÉ FARCITE NÉ ALTRIMENTI PREPARATE, NON CONTENENTI UOVA)	1.858
7. CUOI A PIENO FIORE, ANCHE SPACCATO, DI BOVINI O CAVALLI E ALTRI EQUIDI, DEPILATI, PREPARATI DOPO LA CONCIA	1.827
8. BARCHE E PANFILO DA DIPORTO O DA SPORT, CON MOTORE ENTROBORDO	1.616
9. CONDUTTORI ELETTRICI, PER TENSIONI > 80 V, MA ≤ 1.000 V (NON MUNITI DI PEZZI DI CONGIUNZIONE)	1.477
10. PARTI DI MACCHINE PER IMPACCHETTARE ED ALTRE MACCHINE ED APPARECCHI	1.467

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati WTO, Eurostat e UN Comtrade

### Il ruolo delle Pmi

A dare benzina all'Italia delle eccellenze c'è tutta l'industria manifatturiera, ma in particolare quel tessuto imprenditoriale formato dai distretti e dalle Pmi.

Come ha sottolineato il presidente di Unioncamere, **Ferruccio Dardanello**, presentando il rapporto: «La piccola impresa diffusa che realizza prodotti unici al mondo è una delle nostre

maggiori ricchezze. In essa dobbiamo continuare a credere e investire, utilizzando anche la scure, se necessario, per ridurre il forte carico burocratico e fiscale che ne comprime le possibilità di sviluppo».

Per uscire dalla crisi serve anche un patto tra le migliori energie del Paese. Un patto, ha spiegato il presidente della Fondazione Symbola, **Ermete Realacci**, «tra economia, società e ta-

## Cercasi politica industriale

Un'Italia vincente nel mondo e prodotti che competono con quelli dei colossi internazionali, tuttavia, non può farci dimenticare i problemi del mercato interno, fondamentale per agganciare una ripresa duratura.

La crescita del Pil, prevista dalle principali organizzazioni internazionali già a partire dall'ultimo trimestre del 2013 (e che secondo Prometeia nel 2015 e nel 2016 dovrebbe far registrare un confortante +1,5%), parte dal presupposto che i consumi interni tornino a crescere. Ma per rivitalizzarli sarà determinante, avvertono gli analisti, un allentamento dei vincoli alla liquidità delle famiglie e delle imprese sia con l'avvio del pagamento dei debiti della Pa sia con il contributo del sistema bancario. E anche la politica avrà le sue responsabilità. «Se c'è una parte della nostra industria che vive e cresce, navigando in mare aperto nel mondo, un'altra sta rischiando di soffocare entro i nostri confini», si legge nel rapporto della Fondazione Symbola. «Se vi fosse nel nostro Paese una politica industriale, saprebbe dare risposte efficaci anche a un fenomeno abnorme come l'attuale caduta verticale della domanda interna. Avere una valida programmazione significa non solo scegliere a tavolino, secondo gli stereotipi superati del passato, se rimanere o uscire dalla chimica o dall'elettronica, ma anche impostare azioni mirate e a forte impatto per fronteggiare la crisi del mercato domestico, che non ha nulla a che vedere con la competitività delle imprese ma che dipende da fenomeni collaterali, come le politiche di austerità delle finanze pubbliche e l'aumento della tassazione sui consumatori».

lenti per far emergere quell'Italia in grado di parlare al mondo e far valere le sue buone ragioni». Un intreccio basato sull'innovazione, la qualità, la bellezza, la cultura imprenditoriale e la manifattura legata al territorio. «Questi ingredienti, infatti, rappresentano i punti di forza grazie ai quali il Made in Italy, sia quello tradizionale che quello hi-tech, batte la concorrenza internazionale», ha concluso Realacci. ▀