

Dal Vietnam alla Cina la sfida del made in Italy

RENZI AD HANOI: AUMENTEREMO L'INTERSCAMBIO A 5 MILIARDI DI DOLLARI

Dal Vietnam alla Cina la sfida del «made in Italy»

■ «Aumenteremo l'interscambio con il Vietnam a 5 miliardi di dollari»: così Matteo Renzi ieri ad Hanoi, prima tappa della missione in Asia. Domani il premier vola in Cina.

di **Marco Fortis**

La missione di sistema all'estero che impegna il premier Matteo Renzi e il governo italiano questa settimana riguarda tre Paesi molto diversi per dimensioni: uno grandissimo, la Cina (1,37 miliardi di abitanti), uno mediogrande, il Vietnam (90,6 milioni), e uno più piccolo, il Kazakistan (17,4 milioni).

Ma tutti e tre sono egualmente di grande interesse per il "made in Italy". È perciò importante puntarvi per promuovere il nostro interscambio oltre che gli investimenti esteri delle nostre imprese.

In tempi di debolissima domanda interna, attuale e verosimilmente anche futura, la crescita del Pil italiano deve assolutamente ritagliarsi dei margini vitali nell'export. È essenziale a tal fine che le missioni all'estero dell'Italia vedano impegnarsi in prima persona il presidente del Consiglio e che si inseriscano in un programma sistematico e coordinato di iniziative che abbia una regia centrale, come fanno da tempo Paesi come la Germania o la Francia.

Per la verità, le cose stanno gradualmente migliorando. Diverse sono state le missioni recenti in cui l'Italia è porsa finalmente muoversi compatta, con i suoi vertici politici,

unitamente a Confindustria, protagonisti in Asia, Africa, Est Europa, Sud America. In particolare, assai incisivo, anche se poco appariscente, è stato il lavoro svolto negli ultimi dieci anni da viceministri del Commercio estero come Adolfo Urso, Emma Bonino e Carlo Calenda che hanno spesso preparato il terreno su cui le nostre imprese hanno poi costruito reti stabili di relazioni, flussi di esportazione e investimenti.

Vietnam, Cina e Kazakistan (nell'ordine in cui Renzi li visiterà) sono cruciali per il nostro export sia di beni tradizionali per la persona e la casa (il "Bello e Ben Fatto", Bbf) sia di tecnologie e prodotti hi-tech che costituiscono le nuove specializzazioni dell'industria manifatturiera italiana. Il Centro Studi Confindustria, nel suo rapporto "Esportare la dolce vita", colloca la Cina al terzo posto nel 2013 tra i 15 principali importatori di Bbf dal mondo, con ulteriori prospettive di crescita al 2019. Il Vietnam è stimato all'ottavo posto e il Kazakistan al decimo. L'Italia è già oggi molto presente sul mercato cinese, mentre lo è di meno in Vietnam e in Kazakistan, dove però il CsC evidenzia una dinamica in forte espansione della nostra quota di mercato. Ma non c'è solo il Bbf; ci sono anche le tecnologie meccaniche, i mezzi di trasporto, i prodotti chimici per

l'agricoltura e i farmaci che l'Italia può esportare in misura crescente verso i nuovi mercati emergenti.

Secondo l'Indice Fortis-Corradini elaborato dalla Fondazione **Edison**, nel 2012 l'Italia poteva vantare ben 421 prodotti in cui era prima, seconda o terza esportatrice mondiale verso la Cina, per un controvalore complessivo pari a 4,6 miliardi di dollari. Tra i beni del made in Italy ai primi tre posti in Cina troviamo non solo gioielleria, tessuti, occhiali, calzature in pelle, mobili, ma anche macchinari industriali e per l'imballaggio, yacht, elicotteri, antibiotici. Nel 2013 l'Italia ha esportato in Cina 9,4 miliardi di euro e verso Hong Kong altri 4,7 miliardi. Più magro il bottino in Vietnam (662 milioni) e in Kazakistan (724 milioni). In questi due Paesi c'è ancora molto lavoro da fare, anche se in Vietnam siamo sempre più forti con cuoio, farmaci, fertilizzanti e materiali elettrici, mentre in Kazakistan vendiamo soprattutto calzature, abbigliamento, mobili, tubi e macchinari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

