

editoriale

di MAURIZIO TORTORELLA

CHI SABOTA LA RIPRESA

■ Dato che, come diceva Shakespeare, «il mondo è degli ottimisti perché i pessimisti non sono che degli spettatori», ecco alcuni numeri per qualche motivo di (pacata) speranza in questo gennaio che si è aperto, corrusco, tra venti di guerra in Medio Oriente e annunci di tagli nella fornitura di gas.

Nelle Borse di tutto il mondo l'avvio d'anno non è stato negativo, anzi: sulla scia di Tokyo, mentre questo numero di *Economy* va in edicola, Piazza Affari e gli altri mercati europei sono in netto rialzo; e anche Wall Street dà primi segnali di ripresa. Gli analisti si dicono convinti che, in Giappone, gli investitori stiano puntando su listini in recupero anche grazie al calo dello yen. Ma piace, evidentemente, anche il piano annunciato da Barack Obama sugli sgravi fiscali da 300 miliardi di dollari. Insomma, tra gli indici pare di respirare un'aria un po' meno depressa.

In dicembre, poi, in tutta Europa anche il crollo delle vendite di auto ha bruscamente rallentato e sul mercato italiano la Fiat va un po' meglio delle altre case, tanto da aver raggiunto una quota del 32%. Tra l'altro (come potrete leggere a pagina 15) l'azienda sta per annunciare clamorose iniziative produttivo-commerciali, che fanno ben sperare sulle sue capacità di ripresa.

Tutto il made in Italy, inoltre, sembra resistere oltre ogni aspettativa. Il 2008 ha registrato un incremento del 4%: malgrado l'anno di crisi, l'Italia è riuscita a conservare la quota del 3,6% sul mercato mondiale ed è il settimo Paese al mondo per le esportazioni, con merci vendute per più di 90 miliardi di dollari. Nel 2008 il nostro attivo commerciale, come sul precedente numero di *Economy* aveva previsto Marco Fortis, ha raggiunto un

nuovo record: 61,4 miliardi di euro. Ed è stato così polverizzato il primato storico del 1997: 55,2 miliardi. Giustamente Adolfo Urso, l'instancabile sottosegretario al Commercio estero, ricorda a ogni piè sospinto che il nostro sistema produttivo è molto più solido ed equilibrato di quello dei concorrenti.

Ma per quanto attiene all'Italia, la notizia forse più positiva di questo periodo riguarda i consumi interni. Prima di Natale, lo ricorderete, tutte le campane suonavano cupe, sul settore: gli operatori erano certi che, per gli acquisti, sarebbe stato il fine d'anno più nero della storia. E che i saldi dei primi giorni del 2009 sarebbero quasi andati deserti. Ma invece no, si sbagliavano. Nelle grandi città le vendite natalizie si sono un po' ridotte, ma in alcuni settori – come l'elettronica e gli alimentari – sono aumentate. E secondo la Confcommercio i saldi sono partiti alla grande, con negozi affollati e code davanti alle vetrine. Nei grandi outlet, addirittura, i registratori di cassa stanno lavorando mediamente il 20% in più rispetto all'anno scorso: un esempio della rincorsa sono stati i 40 mila clienti che si sono presentati al Serravalle outlet, la mattina del 3 gennaio, e che hanno creato un



La coda per i saldi davanti a un negozio di Milano.

serpente di automobili lungo quattro chilometri.

Sono anni che in questo Paese c'è chi fa demagogia sulla «quarta settimana»: quella alla quale non arriverebbero più gli italiani con il loro reddito. Che i tempi siano difficili, in questa fase di grave recessione, è sicuramente vero. Ma contraddire i segnali diametralmente opposti che la quotidianità mette in evidenza è più che sbagliato: è da sabotatori. ®

tortorel@mondadori.it