

## IL SISTEMA PAESE

# Segnale di vitalità diffusa

di **Marco Fortis**

**I**dati scoppiettanti delle esportazioni italiane verso i Paesi extra-Ue nel mese di maggio non devono entusiasmare troppo. Infatti, un anomalo impulso alle vendite è venuto dall'energia e probabilmente ha pesato in positivo anche l'effetto cambio. Ma ciò non toglie che vi siano segnali assai positivi.

Due considerazioni. La prima: l'elevata diversificazione dei mercati su cui operano le nostre imprese, riconosciuta dallo stesso Trade Performance Index Unctad/Wto. Secondo i dati 2010 di tale indice, in molti settori dove eccelliamo - come l'abbigliamento o la meccanica non elettronica - siamo primi al mondo per diversificazione dei mercati. Ciò aiuta a vendere con successo il made in Italy, controbilanciando i cicli negativi di alcuni Paesi compratori dei nostri beni ed è una misura assai importante di competitività. La seconda considerazione: la stessa rilevanza dei mercati extra Ue per la nostra economia, erroneamente ritenuta meno proiettata della Germania fuori dall'Europa. Nel 2011 l'Italia ha venduto il 44% del proprio export nei mercati extra Ue: la Germania il 41%, la Francia il 39%, la Spagna il 33 per cento.

Un altro dato interessante è che nel trimestre marzo-maggio 2012 vi è stata una crescita congiunturale dell'8,6% del nostro export di beni strumentali e del 4,7% dei beni di consumo durevoli rispetto ai precedenti tre mesi dicembre 2011-febbraio 2012. Dunque, l'export extra Ue di molti dei nostri beni di maggior specializzazione continua a dare un significativo apporto alla crescita, anche se la domanda interna in notevole flessione penalizza il Pil e la stessa produzione industriale diretta al mercato domestico.

Diversi segnali di vivacità delle imprese esportatrici confortano in questa fase difficile dell'economia, frustrata dalle misure di austerità e dalle aspettative negative dei consumatori. Chi esporta molto vive una realtà completamente diversa da chi è ripiegato sul mercato domestico. C'è chi si appresta ad aprire nuovi stabilimenti all'avanguardia in Italia per poter esportare prodotti meccanici ad alto contenuto tecnologico come, per esempio, il gruppo reggiano Brevini. Ci sono i nuovi leader della moda italiana nel mondo, vere e proprie piccole multinazionali di collina o di campagna sparse tra l'Umbria o le Marche, che stanno determinando il successo di Pitti Uomo a Firenze in questi giorni.

Non ci riferiamo solo a un leader come Brunello Cucinelli, ormai una stella di prima grandezza, ma anche a imprese e marchi come Lardini, Tombolini o Cruciani: tutte realtà dove la produzione è rigorosamente made in Italy, con la valorizzazione delle tradizioni artigiane (da quelle sartoriali e pellettieri sino ai ricami), nonché delle culture degli stessi territori. Basti pensare a quanto lavoro diretto e indiretto danno Cucinelli a Solomeo e dintorni o Lardini a Filottrano. C'è l'industria conciaria nazionale che, come verrà illustrato alla sua prossima assemblea martedì, rafforza i suoi primati nel mondo. E c'è la realtà spesso sottovalutata delle grandi province esportatrici del made in Italy, come Fermo (oltre 4mila euro di export di calzature per abitante, un record mondiale), la cui Confindustria locale si appresta a celebrare mercoledì la sua assemblea forte di dati di export calzaturiero in crescita nel primo trimestre del 33% verso la Russia, del 36% verso Stati Uniti e Ucraina e del 98% verso la Cina.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

