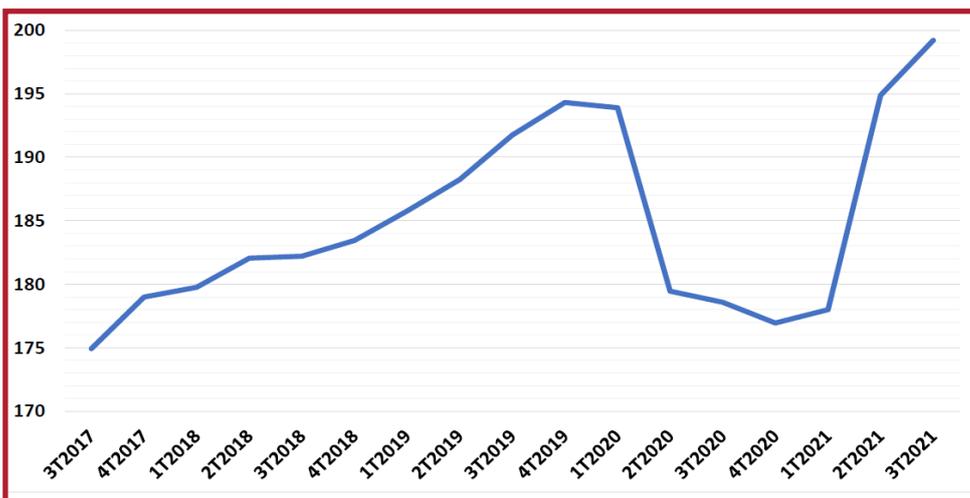




I “MAGNIFICI 7” DEL MADE IN ITALY

Oltre 138 miliardi di dollari di surplus con l'estero dai nostri settori e prodotti di eccellenza

Figura I – Le esportazioni dei “Magnifici 7” del made in Italy: ultimi 4 trimestri scorrevoli
(valori in miliardi di euro)



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ITC-UN

In questo *Quaderno* si descrivono brevemente i macrosettori pilastro del sistema manifatturiero italiano, che si sono evoluti ed ampliati dalle vecchie “4 A” degli Alimentari-vini, dell’Abbigliamento-moda, dell’Arredo-casa e dell’Automazione-meccanica (un paradigma coniato agli inizi degli anni Duemila dalla Fondazione Edison in tandem con l’allora viceministro del commercio con l’estero Adolfo Urso) a un più articolato ventaglio di macrosettori rappresentato oggi dalle “3 Effe” (**F**ashion, **F**urniture and building materials, **F**ood & Wine) e dalle “4 Emme” (**M**etal products, **M**achinery and equipment, **M**otoryacht and other transport equipment, **M**edicaments and personal care products). Questi sette macrosettori, così chiamati a partire dalle loro iniziali in lingua inglese (un paradigma più facilmente comprensibile anche per gli stranieri rispetto alle vecchie “4 A”) costituiscono gli autentici “magnifici 7” del nostro interscambio con l’estero, garantendo all’Italia un surplus commerciale con l’estero imponente.

Autore:
Marco Fortis

Sommario

Premessa	2
I “magnifici 7” del Made in Italy	2
I numeri chiave delle “3F”	3
I numeri chiave delle “3M”	4

Negli ultimi cinque anni il sistema manifatturiero italiano ha superato definitivamente lo shock della globalizzazione e delle competizioni asimmetriche asiatiche che lo avevano fortemente penalizzato nel primo quindicennio del nuovo millennio. In particolare, il made in Italy non ha più fatto registrare flessioni della sua quota di mercato nell'export mondiale, quota che, anzi, è leggermente aumentata dal 2,8% del 2015 al 2,9% del 2020. Mentre tutti gli altri Paesi del G7 nello stesso periodo hanno invece subito ulteriori arretramenti dopo quelli già intervenuti in precedenza.

Sotto la spinta di Industria 4.0 e dei programmi di sostegno delle fiere, dell'internazionalizzazione e dell'export, il made in Italy è diventato più resiliente; si è ammodernato a livello di macchinari, tecnologie digitali, organizzazione produttiva e commerciale; si è evoluto notevolmente in termini di innovazione dei prodotti; e si è rafforzato su tutti i mercati del mondo. Non deve sorprendere, perciò, se il nostro export è tornato rapidamente sopra i livelli pre-pandemia e in misura maggiore rispetto ad altre economie avanzate. Ad esempio, nel periodo gennaio-settembre 2021 le esportazioni totali italiane sono già

risultate superiori del 5,8% in euro correnti a quelle dello stesso periodo del 2019, mentre le esportazioni tedesche lo sono state solo dell'1,5% e quelle francesi sono addirittura risultate ancora inferiori del 5,4% alla fase antecedente il Covid-19.

La forza di un made in Italy così rinnovato e dinamico, cresciuto sensibilmente in termini di produttività e competitività, poggia sempre di più sui suoi macrosettori pilastro che si sono evoluti ed ampliati dalle vecchie "4 A" degli alimentari-vini, dell'abbigliamento-moda, dell'arredocasa e dell'automazione-meccanica (un paradigma coniato agli inizi degli anni Duemila dalla Fondazione Edison in tandem con l'allora viceministro del commercio con l'estero Adolfo Urso) a un più articolato ventaglio di macrosettori rappresentato oggi dalle "3 Effe" e dalle "4 Emme". Questi sette macrosettori, così chiamati a partire dalle loro iniziali in lingua inglese (un paradigma più facilmente comprensibile anche per gli stranieri rispetto alle vecchie "4 A") costituiscono gli autentici "magnifici sette" del nostro interscambio con l'estero, garantendo all'Italia un surplus commerciale con l'estero imponente.

I "MAGNIFICI 7" DEL MADE IN ITALY

I "magnifici sette" del made in Italy sono: **1-Food and wine, 2-Fashion, 3-Furniture and building materials, 4-Metal products, 5-Machinery, 6-Motoryachts and other transport equipment e 7-Medicaments and personal care products**. Per ciascuno di questi sette macrosettori, prendendo come anno "normale" di riferimento il 2019 pre-pandemia, abbiamo identificato i sette principali prodotti in termini di attivo con l'estero a livello di classificazione HS a 4 cifre. Tuttavia, data l'ampiezza dei macrosettori Food and wine, Fashion e Machinery, abbiamo ulteriormente scomposto ciascuno di questi tre macrosettori in due ulteriori raggruppamenti (Food and wine 1 e 2, Fashion 1 e 2, Machinery 1 e 2), identificando poi anche per ciascuno di essi i 7 prodotti principali. In totale, abbiamo considerato 10 voci, tra macrosettori e loro sotto-settori, ciascuna costituita da 7 prodotti top, per 70 prodotti complessivi.

Nel 2019 il surplus commerciale con l'estero generato dai 70 prodotti top dei "magnifici sette" del made in Italy è stato pari a 137,7 miliardi di dollari.

Significativo è il fatto che l'export dei nostri "magnifici sette" è già tornato ampiamente sopra i livelli precedenti il Covid-19 sia in dollari sia in euro, nonostante le particolari difficoltà che hanno interessato e interessano tuttora i settori del Fashion, penalizzati dai distanziamenti delle persone e dai cambiamenti nei modelli di consumo. Nonostante, negli ultimi quattro trimestri scorrevoli terminanti il terzo trimestre 2021 le esportazioni complessive dei 70 prodotti top dei "magnifici sette" del made in Italy hanno raggiunto i 199 miliardi di euro (240 miliardi di dollari), con una crescita in euro del 3,9% (+10,7% in dollari) rispetto al periodo quarto trimestre 2018-terzo trimestre 2019.

I “Magnifici 7” del Made in Italy

Tabella I—THE MAGNIFICENT SEVEN OF MADE IN ITALY, YEAR 2019 (summary table)

The Magnificent 7 Sectors (3 F's and 4 M's)	Sub-sectors (10 sub-sectors)	Products (Top 7 products for each sub-sector)	Trade Balance Year 2019 (US billion Dollar)
Fashion	Fashion 1	Textiles and wearing apparel products	6,9
	Fashion 2	Leather products, jewellery, spectacles and frames	23,2
Furniture and building materials	Furniture and building materials	Furniture and parts, seats, lamps, ceramic tiles, monumental stones	16,0
Food & Wine	Food & Wine 1	Food products (fresh), wine and beverages	10,0
	Food & Wine 2	Food products (processed)	11,0
Metal products	Metal products	Metal products	11,9
Machinery and equipment	Machinery and equipment 1	Mechanical equipment	18,3
	Machinery and equipment 2	Machinery for industry	16,0
Motoryachts and other transport equipment	Motoryachts, cruise ships and motor vehicles	Motoryachts, cruise ships, motor cycles and other motor vehicles	12,9
Medicaments and personal care products	Medicaments and personal care products	Medicaments, beauty or make-up preparations and perfumes	11,4
TOTAL (70 products)			137,7

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati UN e ITC

I NUMERI CHIAVE DELLE “3F”

Veniamo ora ad un’analisi più dettagliata dei dati relativi ai “magnifici sette” e ai loro prodotti. Nel 2019 il surplus commerciale con l’estero dei 7 prodotti italiani top della voce **Food and wine 1** (vini e spumanti, pasta, pomodori lavorati, prodotti da forno, formaggi, cioccolato, carni suine e bovine insaccate) è stato di 17,2 miliardi di dollari. Mentre i 7 prodotti italiani top della voce **Food and wine 2** (mele e pere, condimenti, liquori e cordiali, acque minerali, uva, salsicce, riso) hanno fatto registrare un attivo di 4,6 miliardi. Nel Food and wine 1 l’Italia detiene il più alto surplus mondiale; nel Food and wine 2 invece è seconda per saldo con l’estero solo all’India (importante esportatore netto di riso).

Il macrosettore **Fashion 1**, consistente nei 7 principali prodotti del tessile-abbigliamento made in Italy (vestiti donna, abbigliamento in pelle, maglieria, tessuti di lana, tessuti non tessuti, cappotti donna, abbigliamento sportivo) ha realizzato nel 2019 un surplus con l’estero di 6,9 miliardi di dollari. Mentre il **Fashion 2**, che raggruppa i nostri 7 principali accessori-moda (borse e valigie in pelle,

oreficeria-gioielleria, calzature con tomaia in pelle, pelli bovine conciate, occhiali da sole, montature per occhiali, calzature con tomaia non in pelle) ha generato un attivo di 23,2 miliardi di dollari. Nel Fashion 1 l’Italia occupa la quarta posizione al mondo per attivo con l’estero dopo Cina, Bangladesh e Vietnam, mentre nel Fashion 2 l’Italia è seconda solo alla Cina. È appena il caso di sottolineare che nel settore della moda l’Italia occupa le posizioni di più alta gamma, in cui è leader mondiale incontrastata con i propri marchi e anche come fornitrice dei marchi del lusso stranieri.

A sua volta il surplus italiano dei 7 prodotti top del macrosettore **Furniture and building materials** (mobili e loro parti, piastrelle ceramiche, sedie e divani, pietre ornamentali lavorate, lampade e illuminotecnica, attrezzature sportive e da palestra, marmi e travertini) ha raggiunto nel 2019 i 16 miliardi di dollari. Il che pone l’Italia seconda al mondo solo alla Cina per questa voce, ma, come per la moda, essendo la nazione leader nell’alto di gamma e nel lusso.

I NUMERI CHIAVE DELLE “4M”

Nei principali 7 prodotti della voce **Metal products** (tubi in acciaio, giunzioni, articoli diversi in ferro e acciaio, articoli diversi in alluminio, strutture metalliche, gru, bulloneria), l'Italia presenta un surplus con l'estero di 11,9 miliardi di dollari ed è preceduta soltanto dalla Cina. Il raggruppamento **Machinery 1** comprende i 7 prodotti top del made in Italy nel campo degli apparecchi meccanici di impiego generale (rubinetteria e valvolame, pompe per liquidi, turbine, refrigerazione commerciale, pompe per aria, apparecchi di sollevamento, ingranaggi) ed ha generato nel 2019 un attivo commerciale di 18,3 miliardi di dollari, il terzo più alto al mondo dopo quelli di Cina e Germania.

Mentre nei 7 prodotti top del raggruppamento **Machinery 2**, che comprende le macchine specializzate (macchine per imballaggio, macchine e impianti che contemplano cambiamenti di temperatura, macchine per l'industria alimentare e delle bevande, macchine per la gomma e la plastica, macchine per la lavorazione delle ceramiche e delle pietre, macchine utensili per la deformazione dei metalli, macchine utensili per la lavorazione del legno) l'Italia è

seconda al mondo solo dopo la Germania. In questo raggruppamento di 7 prodotti top il made in Italy ha generato nel 2019 un surplus con l'estero di 16 miliardi di dollari.

A loro volta, i sette principali prodotti del raggruppamento **Motoryachts and other transport equipment** (yacht e imbarcazioni da diporto, navi da crociera, parti di trattori e veicoli, veicoli da trasporto, veicoli speciali, motocicli, parti di motocicli e biciclette) hanno generato nel 2019 un attivo commerciale di 12,9 miliardi, il sesto a livello mondiale per questa voce ma con alcuni primati assoluti specifici come negli yachts.

Concludono la carrellata dei “magnifici sette” del made in Italy i sette prodotti top del raggruppamento **Medicaments and personal care products** (medicinali, make-up per occhi e preparazioni per la pelle, preparati per i capelli, carta igienica, profumi, prodotti per la barba, saponi) che nel 2019 hanno raggiunto un surplus complessivo con l'estero di 11,4 miliardi di dollari. In questo settore l'Italia è settima al mondo per surplus commerciale ma con diverse leadership di prodotto come nel make-up occhi o nei prodotti per capelli.



FONDAZIONE
EDISON

Approfondimenti Statistici

QUADERNO N° 249, GENNAIO 2022

Coordinamento scientifico: Marco Fortis

Direttore Responsabile: Cristina Parenti

Redazione: Stefano Corradini, Monica Carminati, Manuela Mazzoni, Andrea Sartori

Realizzazione grafica: Stefano Corradini

Registrazione Tribunale di Milano n° 919 del 2 dicembre 2005

Direzione, Redazione, Amministrazione:

Foro Buonaparte, 31 - 20121 Milano

Tel. +39.02.6222.7455

Fax. +39.02.6222.7472

info@fondazioneedison.it

<http://www.fondazioneedison.it>