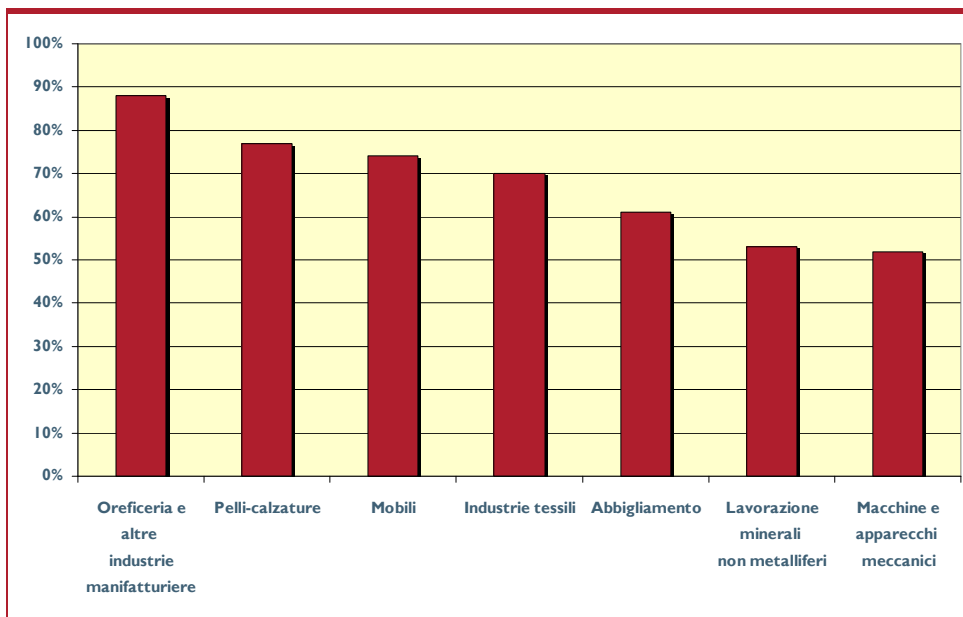




FONDAZIONE
EDISON

PMI, distretti e il declino che non c'era

Figura 1 - Peso % delle PMI nell'export dei principali prodotti del "made in Italy" in surplus con l'estero: anno 2004



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat

Dallo sfascio alla ripresa

Negli ultimi anni, sia nel nostro Paese che all'estero, l'idea di una Italia ad alto rischio di declino o in declino o addirittura in sfacelo è stata prevalente al punto che si è diffusa una moda basata su una equivalenza: chi critica comunque e dovunque l'economia italiana è un innovatore capace di stare in un ambiente internazionale; chi ne mette in evidenza i punti di forza, pur senza dimenticarne i limiti, è un nostalgico di mo-

Autore

Marco Fortis

Sommario

Dallo sfascio alla ripresa	1	Le PMI restano le colonne del nostro export manifatturiero	9
Il voltafaccia dei "declinisti"	3	L'Italia non è assente dai mercati emergenti e ciò è soprattutto merito delle PMI	10
Sette falsi luoghi comuni sul declino italiano. Infatti	4	I distretti non sono in declino e il loro export è ai massimi storici	11
La bilancia commerciale con l'estero non è al tracollo. Il surplus manifatturiero italiano rimane secondo in Europa solo a quello tedesco	5	Non è vero che l'Italia faccia poca innovazione e che per tale ragione sia poco competitiva	12
L'Italia ha perso meno quote di mercato rispetto a molti altri Paesi avanzati	8	L'Italia non è meno competitiva della Spagna	13

delli di sviluppo obsoleti, incapace e casereccio. La stampa internazionale ha promosso questa linea d'opinione con giudizi particolarmente critici sullo stato di salute del nostro Paese e della nostra economia; giudizi che hanno contribuito ad alimentare un generale clima di pessimismo. E poiché gli italiani sono in prevalenza dotati di un complesso di inferiorità verso l'estero, ogni critica proveniente da fuori è quasi sempre benvenuta e potenziata in Patria. Uno dei casi più noti è quello del settimanale britannico "The Economist" che nel maggio 2005 ci ha immortalati con una ormai celebre copertina raffigurante l'Italia sorretta dalle stampelle e la esplicita titolazione: "la vera malata dell'Europa"¹. Sono stati in tanti in Italia a credere che ciò fosse vero. A fine 2005 è stata poi la volta degli scenari apocalittici sul futuro del nostro Paese tratteggiati da alcune testate anglosassoni, tra cui nuovamente "The Economist", che ha decretato "la fine della dolce vita"², e la rivista americana "Time" che si è particolarmente soffermata sugli effetti prodotti dalla concorrenza cinese a danno dei nostri distretti industriali³.

Ulteriori ombre sull'Italia sono state gettate dalle molto reclamizzate quanto improbabili classifiche di competitività del World Economic Forum, che ha posizionato il nostro Paese soltanto al 47° posto nel mondo, appena prima del Botswana (ma paradossalmente anche davanti alla temutissima Cina!), mentre dal canto suo l'IMD di Losanna ha collocato l'Italia (e persino la Lombardia) dopo la Bulgaria. Ad inizio 2006 hanno poi contribuito ad alimentare la sindrome del declino anche le singolari dichiarazioni, ampiamente diffuse dalle agenzie di stampa, di un autorevole esponente della Goldman Sachs che ha descritto l'Italia come un Paese ormai fondato solo su "calcio e spaghetti". Ed in generale hanno trovato vasta eco, nell'acceso clima della campagna elettorale delle Elezioni Politiche del 2006, le osservazioni più critiche espresse sull'economia italiana dalle pubblicazioni periodiche di alcune istituzioni ed organismi internazionali e nazionali, che pure avevano messo in rilievo anche vari elementi positivi relativi alla dinamica del nostro Paese.

Infine, all'indomani delle Elezioni, quasi a ribadire la continuità di un accanimento della stampa anglosassone nei riguardi dell'Italia che va ben oltre la tradizionale ostilità sempre manifestata verso Silvio Berlusconi e il suo Governo, il "Financial Times" è arrivato a sentenziare in modo lapidario che "la risicata vittoria del Centrosinistra guidato da Prodi è il peggior risultato immaginabile per la possibilità che l'Italia resti nell'euro oltre il 2015".

Ma l'Italia a partire dalla fine del 2005 ha imboccato un percorso di ripresa economica che ha sorpreso la stessa UE e che ha costretto molti a rivedere rapidamente e non

senza qualche imbarazzo le loro precedenti posizioni ultrapessimistiche, tanto che oggi si parla decisamente un po' meno di declino italiano. Si è riscoperta la vitalità delle Piccole e medie imprese (PMI) e dei distretti, in precedenza descritti spesso come agonizzanti; si è persino rivalutato il modello della specializzazione italiana nei settori dei beni per la persona e la casa e nella meccanica, modello giudicato sino a poco tempo prima assolutamente perdente nel nuovo scenario della globalizzazione; si è preso atto che i conti pubblici, pur gravati da un livello assoluto del debito che resta troppo elevato, non erano poi così allo sfascio come si dipingeva da più parti all'inizio del 2006 quando si erano addirittura prefigurati per l'Italia scenari di *default* di tipo argentino.

La realtà è che l'economia italiana ha grandissimi punti di forza che le consentono di sopportare le debolezze e le criticità di un sistema-Paese carente su vari fronti: dall'energia alle infrastrutture, dalla previdenza alla burocrazia, dalla fiscalità ai servizi pubblici locali. E' nostra opinione che senza questi vincoli l'Italia certamente crescerebbe di più perché possiede i mezzi per farlo⁵.

Dopo cinque anni assai difficili (2001-2005), in cui il nostro Paese ha dovuto affrontare per primo, a causa della sua specializzazione produttiva, l'ondata di una concorrenza asimmetrica asiatica di intensità senza precedenti e due crisi durissime (quella della FIAT, ora fortunatamente superata dopo la "cura Marchionne", e l'esplosione della bolletta petrolifera), i dati ci dicono che l'industria italiana è rimasta saldamente in piedi ed ha saputo reagire. Le esportazioni hanno ripreso a crescere e l'occupazione manifatturiera in molti sistemi locali del lavoro, pur dopo rilevanti perdite di addetti in alcuni di essi, rappresenta ancora più del 40% (se non addirittura più del 50-60% in vari casi) della loro occupazione totale. Segno che la vocazione manifatturiera che caratterizza il modello di sviluppo italiano è ben più difficile da annichilire di quanto non pensino gli inguaribili ammiratori nostrani dei modelli di altri Paesi. Che oggi inneggiano alla ripresa. Ma non ci meravigliammo affatto se, ai primi sintomi di rallentamento della stessa, essi dovessero tornare a dare la colpa di tutto ciò che non va in Italia, come da copione, alle piccole e medie imprese e ai settori "maturi" nonché alla eccessiva specializzazione del nostro Paese nel settore manifatturiero.

Per questo è bene fare subito chiarezza su alcuni luoghi comuni relativi al presunto declino italiano che si sono rivelati, alla luce delle cifre, totalmente infondati e che speriamo non ci vengano riproposti, tra qualche tempo, in nuova salsa, magari per evitare di concentrare l'attenzione sui veri problemi del Paese.

¹ "The Economist", *The Real Sick Man of Europe*, 21-27 maggio 2005, p. 9.

² "The Economist", *Addio, Dolce Vita. A Special report on Italy*, 26 novembre-2 dicembre 2005.

³ "Time", *Italy vs China*, numero speciale di "Time Asia", 5 dicembre 2005.

⁴ Munchau W., *Prodi's lamentable poll is bad news for the euro*, in "The Financial Times", 17 aprile 2006.

⁵ Cfr. Quadrio Curzio A. e Fortis M., *Valorizzare un'economia forte. L'Italia e il ruolo della sussidiarietà*, Collana della Fondazione Edison, Bologna, Il Mulino, 2007

IL VOLTAFFACCIA DEI “DECLINISTI”

Ormai la ripresa economica è il tema del momento e c'è un ritorno di fiamma, quasi una sorta di nuovo innamoramento, verso soggetti che per lungo tempo nel dibattito sono stati considerati dei “perdenti”, come le piccole e medie imprese, i distretti industriali e i settori cosiddetti “maturi” del “made in Italy”. Anche molti “declinisti” sembrano essersi ravveduti, come San Paolo sulla via di Damasco. Ma alcuni puntualizzano. Ed esaltano la “selezione darwiniana” che c'è stata, con l'uscita di scena delle aziende più deboli causata dalla globalizzazione, precisando che se la ripresa è stata agganciata è proprio perché, come loro stessi avevano previsto, alla fine sono emerse le imprese migliori, quelle che hanno “cambiato pelle”. Concludendo che è stata una vera fortuna se le sirene dei dazi anti-Cina non sono state ascoltate. In buona sostanza: siamo diventati più bravi perché la Cina ci ha costretti a diventare migliori e per di più, non avendone contrastato il dumping, ce la siamo mantenuta “amica”. Il che, secondo questa visione, costituirebbe un grande investimento per il futuro, perché quando le nostre piccole e medie imprese troveranno finalmente il coraggio di puntare sulla Cina, come hanno fatto le imprese tedesche, troveranno laggiù un mercato che è un vero Eldorado. Tesi che ci sembrano assai fragili e piuttosto improbabili, non solo perché si sopravvaluta enormemente la Cina come mercato (mentre il nostro vero Eldorado è l'Est Europa), ma anche perché i più ignorano che anche la grande Germania oggi esporta in Cina metà di quello che esporta nella vicina “piccola” Austria (così come noi esportiamo in Cina metà di quello che vendiamo in Svizzera). Un dato comparato che dovrebbe far riflettere, così come certi innamoramenti sulla Cina come “opportunità”, considerando che nel mese di febbraio 2007 il deficit commerciale bilaterale dell'Italia con Pechino (1,4 miliardi di euro in un solo mese) ha superato per la prima volta quello dell'Italia con l'intera OPEC (1,2 miliardi). A noi più che una “opportunità” (forse lo sarà anche, ma per un numero limitato di imprese italiane) la Cina continua a sembrare un problema...

Tornando al clima economico, esso ora è certamente cambiato, ma non si può non constatare come negli ultimi 2-3 anni la fioritura di luoghi comuni sul declino italiano sia stata davvero straordinaria, al punto che oggi può persino imbarazzare chi l'ha alimentata. La campagna elettorale del 2006, ad esempio, è stata giocata tutta sul tema dell'Italia allo sfascio, con il già ricordato contributo “esterno” di autorevoli organi di stampa stranieri, e sulla esaltazione dei modelli di sviluppo di altri Paesi, in particolare di quei Paesi che più massicciamente sono usciti dall'industria per puntare sul terziario e di quelli che hanno più intensamente delocalizzato all'estero le loro attività produttive. Oggi che c'è un po' di ripresa e i conti pubblici non sembrano

poi così drammatici la preoccupazione maggiore di molti commentatori sembra essere quella di adattarsi al nuovo clima euforico, magari con qualche esercizio di contorsionismo. Tanto che qualche noto economista è riuscito persino a smentire clamorosamente se stesso nel giro di poco tempo. Come chi sosteneva tre anni fa che la colpa della bassa crescita dell'Italia era la sua specializzazione nei settori maturi ed ha invece recentemente affermato che la sua forza è proprio in quei settori. Oppure chi solo pochi mesi addietro sosteneva che le imprese italiane erano testardamente troppo manifatturiere e che l'Italia per diventare moderna avrebbe dovuto disfarsi di una robusta percentuale di industrie marginali, abbandonandole ai Paesi emergenti, mentre invece ora attribuisce il merito della ripresa proprio alle imprese manifatturiere, incluse quelle che operano nei settori maturi.

Noi non abbiamo mai creduto al declino dell'Italia, perlomeno quella industriale. Abbiamo messo in evidenza recentemente in alcuni volumi⁶ ed anche in questa collana di “Approfondimenti statistici”⁷ che i settori tipici del “made in Italy” (le cosiddette “4 A”), persino dopo lo tsunami di una concorrenza asimmetrica cinese che non ha precedenti, continuano a generare uno straordinario surplus commerciale con l'estero di oltre 100 miliardi di dollari. Segno che, Cina o non Cina e nonostante la forza dell'euro che non facilita certo l'export, questi settori sono rimasti solidi e che probabilmente tra 5-10 anni saranno ancora ben vivi, quando Pechino avrà spostato il baricentro della propria pressione competitiva verso altre produzioni manifatturiere come l'auto, la chimica-farmaceutica e l'elettronica di consumo. A quell'epoca, quando il gigante asiatico – se la sua crescita non sarà frenata da squilibri interni - sfiderà a viso aperto con proprie imprese le multinazionali americane, giapponesi e tedesche di tali settori, si vedrà se anche l'hi-tech che ci manca e che altri hanno (quello tanto mitizzato dai “declinisti”) saprà dimostrare la stessa capacità di assorbimento dello shock cinese che i nostri settori “maturi” hanno storicamente dovuto subire per primi.

I 100 miliardi di dollari di surplus manifatturiero del “made in Italy” dimostrano anche che la ricetta della delocalizzazione, che molti ci vorrebbero propinare a dosi da cavallo seguendo il modello tedesco, fortunatamente non è stata seguita se non in minima parte dalle nostre imprese. E speriamo che esse continuino su questa linea, andando all'estero solo ove realmente sia utile per sopravvivere o per conquistare nuovi mercati. Anche riguardo a questa materia i luoghi comuni e gli slogan più o meno interessati si sono sprecati, anche perché alcune importanti aziende quasi decotte hanno dovuto giustificare di fronte all'opinione pubblica e ai sindacati la loro scelta di chiudere o ridimensionare i propri stabilimenti italiani e di andare

⁶ Cfr. Fortis M. e Quadrio Curzio A., *Industria e Distretti. Un paradigma di perdurante competitività italiana*. Collana della Fondazione Edison, Bologna, Il Mulino, 2006.

⁷ Cfr. Fortis M., *L'Italia ai vertici mondiali nelle 4 A*, Approfondimenti statistici, Quaderno n. 7, dicembre 2006, Fondazione Edison

all'estero presentando tale scelta come modernismo anziché come ultima spiaggia. Così, abbiamo sentito affermare che "bisogna mantenere la testa in Italia e produrre fuori", oppure che "bisogna puntare sul *designed in Italy* e non più sul *made in Italy*". Discorsi poco assennati, perché la logica imporrebbe che un Paese capace di produrre entro i propri confini nazionali 100 miliardi di dollari di surplus commerciale manifatturiero dovrebbe avere come interesse primario e strategico quello di tutelare e promuovere il *made in Italy* (cioè ciò che non solo è disegnato ma viene anche prevalentemente prodotto in Italia generando PIL e occupazione) e non il semplice *designed in Italy* di pochi delocalizzatori, per quanto potenti ed influenti.

Siamo poi anche convinti che le nostre imprese non abbiano "cambiato pelle" più di tanto. Erano sostanzialmente capaci di competere prima dello tsunami cinese e sono capaci di farlo anche ora. Certamente hanno adottato qualche minima contromossa per adattarsi al nuovo scenario imposto dalla globalizzazione selvaggia. Ma se ora c'è la ripresa non è perché disponiamo di battaglioni di imprese completamente diverse da quelle che avevamo prima. E' semplicemente perché dopo aver subito per lungo tempo una continua emorragia di fatturati e posti di lavoro (con conseguenze indotte pesanti sul PIL nazionale attraverso un calo generalizzato dei consumi e degli investimenti), era evidente che prima o poi si sarebbe toccato il fondo per poi rimbalzare. Il fondo è stato raggiunto precisamente nella prima metà del 2005 e da allora l'Italia industriale ha ricominciato a crescere. Oggi dunque c'è da rallegrarsi

se la situazione è migliorata e l'orizzonte sembra più sereno. Ma sarebbe stato preferibile raggiungere questo traguardo facendo risparmiare un po' di sofferenza alle nostre imprese (che pure nei sondaggi de "Il Sole 24 Ore" ripetevano in continuazione, inascoltate, che la Cina era il loro principale problema) ed evitando di perdere in quattro anni decine di migliaia di occupati e circa 10 miliardi di euro di saldo commerciale attivo nei prodotti della moda e dell'arredo-casa a causa della concorrenza asiatica. Perché, diciamo la verità, le aziende italiane sono state lasciate completamente sole in balia degli eventi. Non le ha aiutate una Unione Europea più disposta ad ascoltare le lobbies degli importatori dalla Cina che non i propri produttori. Non le hanno aiutate adeguatamente nemmeno i nostri Governi, con l'eccezione degli ultimi due ministri per il commercio estero. Né hanno contribuito a fare chiarezza sui problemi della concorrenza asimmetrica i molti opinionisti italiani che in questi anni hanno negato l'evidenza dei dumping cinesi e sono arrivati persino a stigmatizzare in nome degli astratti principi della liberalizzazione dei mercati l'introduzione di pur modesti dazi sulle calzature provenienti da Pechino a fronte di un concreto e clamoroso caso di dumping accertato dalla stessa Commissione Europea (e come tale perfettamente sanzionabile in base ai regolamenti internazionali). Le voci preoccupate sul tema Cina, come quella di Giulio Tremonti, sono state isolate e fortemente criticate perché non *politically correct*.

SETTE FALSI LUOGHI COMUNI SUL DECLINO ITALIANO. INFATTI

La lettura attenta delle statistiche può aiutarci a ridimensionare notevolmente 7 luoghi comuni sul declino italiano che in questi ultimi anni sono diventati quasi un "tormentone". Li ricordiamo qui sinteticamente:

a) bilancia commerciale in rosso: la bilancia commerciale italiana dopo essere stata per dodici anni in surplus, dal 2005 è tornata in deficit e sarebbe "allo sfascio". Ciò costituirebbe, secondo alcuni, un primo chiaro sintomo di declino, di inadeguatezza della nostra specializzazione manifatturiera e del crollo della competitività delle nostre imprese;

b) perdita di quote di mercato: stiamo perdendo quote di mercato più degli altri Paesi;

c) piccole dimensioni delle imprese: le PMI non sono in grado di reggere le nuove sfide della globalizzazione e sono soccombenti sui mercati internazionali;

d) assenza dai mercati emergenti: le imprese italiane, sempre perché troppo piccole, sono incapaci di "aggreddire" i mercati emergenti del mondo; gli altri Paesi esportano verso questi mercati più di noi;

e) declino dei distretti: i distretti industriali hanno esaurito la loro funzione di traino dell'export italiano e il

loro declino è una delle cause del declino del nostro Paese;

f) pochi investimenti in ricerca e innovazione: la bassa spesa in R&S sul PIL è una ulteriore causa del declino italiano e dipende principalmente dalla scarsa propensione alla ricerca e all'innovazione delle PMI;

g) la Spagna ci sta superando...: la Spagna, ed è questa una delle ultime "provocazioni" che ci ha proposto "The Economist" nel novembre del 2006, tra pochi anni raggiungerà l'Italia e ci supererà quanto a livello del PIL pro capite. La profezia, rimbalzata in Italia, ha subito trovato vasta eco tra i "declinisti", che l'hanno giudicata come un ulteriore sintomo della perdita di competitività del nostro Paese.

La forza e la intensità con cui queste sette tesi ci sono state proposte, quasi fossero verità insindacabili, è tale che esse sono assurte al rango di autentici dogmi: veri punti di riferimento nel manuale del perfetto "declinista", trasformatesi purtroppo anche in luoghi comuni che si sono rapidamente propagati nell'opinione pubblica generando diffuso pessimismo, disorientamento, sfiducia. Peccato (o per fortuna) che non era così... Vediamo perché, anche attraverso alcuni confronti con altri Paesi, considerando che, in fondo, il declino è soprattutto un concetto relativo.

LA BILANCIA COMMERCIALE CON L'ESTERO NON È AL TRACOLLO: IL SURPLUS MANIFATTURIERO ITALIANO RIMANE SECONDO IN EUROPA SOLO A QUELLO TEDESCO

Cominciamo dal problema della bilancia commerciale italiana che è andata in rosso. Il nostro commercio estero è davvero allo sfascio come hanno sostenuto i “declinisti”? In realtà questa tesi non trova conforto nei dati perché è stata soprattutto la “bolletta energetica” ad erodere il nostro surplus con l'estero. Infatti, come abbiamo già dimostrato in alcuni recenti lavori⁸, il saldo italiano per i prodotti manufatti è sempre rimasto fortemente positivo. Ciò nonostante negli ultimi tempi abbiamo letto in continuazione sulle prime pagine dei giornali titoli a caratteri cubitali del tipo “*Buco record degli scambi con l'estero*” o “*Profondo rosso per la bilancia commerciale*”, accompagnati da editoriali e commenti di intonazione pessimistica, che hanno diffuso ed ulteriormente rafforzato la percezione di una deriva della nostra economia rispetto al resto d'Europa e del mondo.

Ma, allora, come avrebbero dovuto titolare le loro prime pagine i giornali francesi, spagnoli, inglesi ed americani visti gli enormi deficit commerciali con l'estero dei rispettivi Paesi (tabella 1)? Ricordiamo infatti che, nonostante l'Italia soffra di un passivo energetico che sfiora ormai i 60 miliardi di dollari, il saldo della bilancia commerciale italiana è stato nel 2006 negativo per soli 26 miliardi di dollari. Mentre, per un confronto, notiamo che il passivo commerciale della Francia è stato nello stesso anno 1,4 volte superiore a quello italiano nonostante la Francia possa vantare un rilevante surplus agro-alimentare, grazie ad una agricoltura molto sussidiata dall'Unione Europea, e soprattutto sia meno esposta dell'Italia al “caro petrolio” perché produce circa l'80% della sua energia elettrica con il nucleare. A sua volta il deficit commerciale della Spagna, Paese che viene spesso indicato come modello per il suo dinamismo, è stato nel 2006 oltre 4 volte superiore a quello italiano. Il passivo commerciale inglese è stato addirittura quasi 6 volte più alto di quello dell'Italia nonostante che il Regno Unito, grazie al petrolio del mare del Nord, abbia avuto per anni un surplus energetico strutturale e solo dal 2005 in poi un contenuto deficit per l'energia. Infine, il passivo commerciale con l'estero degli Usa in questi ultimi anni è diventato progressivamente una vera e propria voragine ed è stato nel 2006 addirittura oltre 30 volte più alto di quello dell'Italia, cioè 836 miliardi di dollari, una cifra pari ormai a circa il 6% del PIL americano. Eppure, nonostante l'evidenza di tutti questi dati, nessuno ha argomentato che Francia, Spagna, Gran Bretagna e Stati Uniti siano diventati Paesi “meno competitivi”.

In realtà, l'Italia presenta a causa di scelte passate e delle sue carenze strutturali (abbandono del nucleare, mancanza di centrali a carbone, quota limitata di idroelettrico, pressoché totale dipendenza dall'estero per petrolio e gas) un forte deficit con l'estero per l'energia primaria. La nostra bolletta energetica, pertanto, è quella che è peggiorata di più tra il 2001 e il 2006 rispetto agli altri 4 maggiori Paesi europei (tabella 2), contribuendo così in modo determinante a provocare il passivo del nostro interscambio globale. Per contro, la bilancia commerciale manifatturiera italiana, nonostante la crescente pressione competitiva asiatica, ha “tenuto” ed è rimasta sostanzialmente in attivo, mentre i deficit per l'agricoltura e per le materie prime industriali si sono mantenuti stabili. Ciò spiega perché tra il 2001 e il 2006, quando secondo i “declinisti” era in atto il nostro declino, la bilancia commerciale italiana nel suo complesso è peggiorata meno di quelle di Regno Unito, Francia e Spagna (tabella 3).

Dopo la Germania, che rappresenta una eccezione di successo non solo a livello europeo ma mondiale per la forza delle sue esportazioni (in particolare di autoveicoli), l'Italia è tra i grandi Paesi europei l'unico ad avere una bilancia commerciale manifatturiera strutturalmente in attivo. Non certo ai livelli tedeschi, naturalmente, ma nel 2006, dopo 5 anni di concorrenza asimmetrica asiatica fortissima, il surplus manifatturiero italiano è stato, di fatto, ancora largamente positivo per oltre 41 miliardi di euro⁹. Al contrario, Gran Bretagna e Spagna hanno accumulato negli ultimi anni grandi passivi manifatturieri mentre la bilancia commerciale manifatturiera francese si è molto assottigliata e resta in attivo solo grazie alla forza del suo settore agro-alimentare. Pertanto se consideriamo la bilancia commerciale esclusa l'energia, possiamo rilevare che l'Italia è l'unico Paese assieme alla Germania a non aver avuto un peggioramento dei suoi conti con l'estero dal 2001 al 2006, mentre la Francia ha accusato nello stesso periodo un regresso di 8,7 miliardi di euro, la Spagna di 29,5 miliardi e il Regno Unito addirittura di 31,8 miliardi (tabella 4). Va altresì sottolineato che se l'Italia resta competitiva e ampiamente in attivo nel settore manifatturiero ciò è soprattutto merito delle cosiddette “4 A” (Abbigliamento-moda, Arredo-casa, Automazione-meccanica, Alimentari e vini), il cui surplus con l'estero ha superato nel 2005 la straordinaria cifra di 100 miliardi di dollari (confermandosi poi sostanzialmente sugli stessi livelli nel 2006 in base a nostre prime stime preliminari)¹⁰.

⁸ Cfr. Fortis M., *L'economia italiana nel nuovo scenario competitivo mondiale: il ruolo del settore manifatturiero*, in Fortis M. e Quadrio Curzio A., Industria e distretti, cit.

⁹ Istat, *Commercio con l'estero (scambi complessivi e con i Paesi UE)*. Dicembre 2006, 16 febbraio 2007.

¹⁰ Cfr. Fortis M., *L'Italia ai vertici mondiali nelle 4 A*, cit.

Tabella 1 - Saldi commerciali con l'estero di alcuni dei maggiori Paesi del mondo
(valori in miliardi di dollari)

Paesi	Periodo	Saldo commerciale
Germania	febbraio 2006-gennaio 2007	210
Cina	marzo 2006-febbraio 2007	205
Russia	febbraio 2006-gennaio 2007	138
Giappone	febbraio 2006-gennaio 2007	84
Brasile	marzo 2006-febbraio 2007	46
Corea del Sud	marzo 2006-febbraio 2007	17
Italia	gennaio 2006-dicembre 2006	-26
Francia	febbraio 2006-gennaio 2007	-36
Turchia	febbraio 2006-gennaio 2007	-52
India	febbraio 2006-gennaio 2007	-55
Spagna	gennaio 2006-dicembre 2006	-113
Regno Unito	febbraio 2006-gennaio 2007	-154
Stati Uniti	gennaio 2006-dicembre 2006	-836

Fonte: *The Economist*, 17 marzo 2007, p. 110

Tabella 2 - Saldi della bilancia commerciale per l'energia dei principali Paesi UE: anni 2001 e 2006
(dati in miliardi di euro)

Paesi	Anno 2001	Anno 2006	Variazioni in miliardi di euro
Spagna	-15,1	-31,6	-16,5
Regno Unito	8,8	-8,3	-17,1
Francia	-23,2	-44,2	-21,1
Germania	-41,0	-70,9	-29,9
Italia	-18,8	-50,0	-31,2

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat

Tabella 3 - Saldi della bilancia commerciale complessiva dei principali Paesi UE: anni 2001 e 2006 (dati in miliardi di euro)

Paesi	Anno 2001	Anno 2006	Variazioni in miliardi di euro
Germania	95,5	161,9	66,4
Francia	-5,8	-35,6	-29,8
Italia	9,2	-21,4	-30,6
Spagna	-42,4	-88,4	-46,0
Regno Unito	-79,4	-128,2	-48,9

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat

Tabella 4 - Saldi della bilancia commerciale esclusa l'energia dei principali Paesi UE: anni 2001 e 2006 (dati in miliardi di euro)

Paesi	Anno 2001	Anno 2006	Variazioni in miliardi di euro
Germania	136,5	232,8	96,3
Italia	28,0	28,6	0,6
Francia	17,3	8,6	-8,7
Spagna	-27,3	-56,8	-29,5
Regno Unito	-88,1	-119,9	-31,8

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat

L'ITALIA HA PERSO MENO QUOTE DI MERCATO RISPETTO A MOLTI PAESI AVANZATI

Un'altra tesi ricorrente tra le fila di coloro che descrivono l'Italia come un Paese caratterizzato da una caduta inarrestabile della sua competitività è quella secondo cui la nostra economia negli ultimi anni avrebbe perso quote di mercato mondiale in misura superiore agli altri Paesi. Ma anche questa tesi non trova nessun fondamento nelle statistiche che, anzi, dicono l'esatto contrario. E' vero che alcuni settori, soprattutto della moda e dell'arredo-casa, hanno patito la crescente concorrenza della Cina ed hanno perciò registrato una perdita di quote di mercato, ma altri comparti, ad esempio la meccanica e l'alimentare, hanno ottenuto eccellenti risultati, compensando parzialmente gli arretramenti dei settori più esposti alla aggressività commerciale asiatica. Per cui, nell'insieme, il sistema manifatturiero italiano negli ultimi anni è stato, e rimane

tuttora, significativamente competitivo.

Ciò è dimostrato anche dai dati più recenti. Infatti, le statistiche internazionali mostrano che, a parte il solito caso della Germania (il cui peso relativo è rimasto immutato), durante il periodo 2001-2006 tutti i maggiori Paesi avanzati hanno sperimentato una forte diminuzione delle loro quote di mercato a prezzi correnti, contemporaneamente ad una notevole crescita del peso della Cina e dei Paesi OPEC nell'export mondiale. In questo quadro, tuttavia, contrariamente a quanto sostenuto dai "declinisti", l'Italia è stato il Paese che ha perso meno quote di mercato rispetto agli altri principali Paesi industrializzati. Infatti, tra il 2001 e il 2006 Regno Unito, Giappone, Francia e Stati Uniti hanno fatto peggio di noi (tabella 5).

Tabella 5 - Evoluzione delle quote di export mondiale dell'Italia e di alcuni Paesi: 2001-2006 (quote % calcolate sui dati a valori correnti)

Paesi	2001	2006 (§)	Var. ass. 2006 su 2001	Var % 2006 su 2001
Cina	4,4	7,9	3,5	80%
Medio Oriente (*)	3,9	5,1	1,2	31%
Germania	9,5	9,5	0	0%
Italia	4	3,4	-0,6	-15%
Regno Unito	4,5	3,7	-0,8	-18%
Giappone	6,6	5,4	-1,2	-18%
Francia	5,4	4,4	-1	-19%
Stati Uniti	12,1	9	-3,1	-26%

(*) 1991

(§) Periodo gennaio-luglio

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati FMI-DOTS e ICE, Scambi con l'estero, Note di aggiornamento n. 1/2007 e n. 2/2006

LE PMI RESTANO LE COLONNE DEL NOSTRO EXPORT MANIFATTURIERO

Secondo i “declinisti” una delle cause della perdita di competitività dell’Italia sui mercati mondiali sarebbe costituita dalla debolezza delle nostre PMI, attori ritenuti troppo fragili per poter affrontare le nuove sfide della globalizzazione. Ma entrambe le affermazioni, alla luce dei fatti concreti, non sembrano per nulla vere. Non è certamente vero che l’export e le quote di mercato dell’Italia siano crollate, come abbiamo appena visto. Ma allora, se è così, non si può nemmeno affermare che la colpa di un fatto che non è avvenuto sia da attribuire alle PMI. Anzi, se negli ultimi anni l’Italia ha retto meglio di altri Paesi sotto il profilo della tenuta del proprio export manifatturiero ciò è da ascrivere proprio ai meriti delle PMI, che secondo i dati ICE-Istat realizzano circa il 52% del valore delle esportazioni manifatturiere dell’Italia.

Ma, fatto più importante, le PMI contribuiscono con quote ancora più elevate all’export dei settori strutturalmente in surplus della nostra bilancia commerciale, cioè quelli tipici del “made in Italy”, la cui forza è fondamentale per riequilibrare i passivi dell’energia e degli altri settori deficitari

(come chimica-farmaceutica, autoveicoli, elettronica-tlc). Come appare dalla tabella 6, il peso delle PMI nell’export di abbigliamento supera infatti il 60%; nel tessile e nei mobili supera il 70%; nelle pelli-calzature e nell’oreficeria si avvicina o supera l’80% (vedi anche figura 1).

Dunque, come hanno evidenziato anche altri autori, “risulta poco verosimile la tesi del declino da nanismo”¹¹. Con ciò non si intende negare l’importanza di un processo di crescita dimensionale delle aziende italiane, che noi stessi abbiamo sottolineato in nostri precedenti lavori¹². In linea generale è auspicabile che le imprese italiane crescano di dimensioni per alcune ragioni fondamentali: per sviluppare maggiormente le proprie attività all’estero; per accrescere le risorse da destinare alla R&S; per dar vita con opportuni investimenti in pubblicità e marketing a brand aziendali sufficientemente affermati per poter affrontare meglio la sfida della concorrenza globale.

Ma, ciò detto, sarebbe forse ora di finirla con il “tormentone” che “piccolo non è più bello”...

Tabella 6 - Il contributo delle PMI all’export manifatturiero italiano: anno 2004

Settori	Valore dell’export delle imprese con meno di 250 addetti	Valore dell’export totale (miliardi di euro)	peso % delle PMI sull’export totale
MANIFATTURIERO	123,7	237,3	52%
di cui: Oreficeria e altre industrie manifatturiere	4,4	5,0	88%
Pelli-calzature	8,8	11,4	77%
Mobili	5,5	7,5	74%
Industrie tessili	8,5	12,2	70%
Abbigliamento	5,7	9,4	61%
Lavorazione minerali non metalliferi	4,1	7,7	53%
Macchine e apparecchi meccanici	25,0	47,6	52%

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ICE-Istat, Commercio estero e attività internazionali delle imprese. *Annuario 2005, Volume 1, pag. 324.*

¹¹ Cfr. Coltorti F., *Il mal d’Africa e la competitività dell’Italia*, in Unioncamere, *Rapporto Unioncamere 2006. L’economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio*, 2006

¹² Fortis M., *Le due sfide del made in Italy. Globalizzazione e innovazione*, Collana della Fondazione Edison, Bologna, Il Mulino, 2005

L'ITALIA NON È ASSENTE DAI MERCATI EMERGENTI E CIÒ È SOPRATTUTTO MERITO DELLE PMI

Anche l'immagine di una Italia poco capace di "aggredire" i mercati emergenti, soprattutto a causa di una presunta debolezza delle PMI e della loro scarsa propensione ad investire all'estero, non è certamente rispondente al vero. Affermando ciò non neghiamo che si possa e si debba fare di più in Paesi come Cina e India dove i nostri investimenti diretti esteri sono per ora piuttosto limitati. Inoltre occorre promuovere il "made in Italy" all'estero in modo più coordinato rafforzando le iniziative a supporto delle PMI. Senza dimenticare che un serio limite all'espansione dei prodotti italiani nei nuovi mercati del mondo è costituito dal fatto che l'Italia non possiede gruppi multinazionali nel campo della grande distribuzione.

Tuttavia, i dati dimostrano che l'Italia è preceduta in Europa solo dalla Germania per valore dell'export complessivo verso l'insieme dei cosiddetti Paesi BRICs e delle altre più interessanti aree emergenti come i Paesi dell'Europa Orientale e la Turchia (tabella 7). Le esportazioni complessive dell'Italia verso questo gruppo di Paesi nel periodo gennaio-novembre 2006 sono state complessivamente pari a 26,2 miliardi di euro. Altri Stati membri della UE, come ad esempio la Francia e il Regno Unito, pur accreditati di maggiore peso politico-diplomatico nelle aree emergenti dell'economia mondiale, sono nettamente dietro all'Italia

quanto a capacità di esportazione in tali aree: 20 miliardi di euro la Francia, 13,6 il Regno Unito. In particolare, negli ultimi anni, è stata straordinaria la crescita dell'export italiano verso l'Est Europeo: in Russia l'Italia esporta oltre una volta e mezza in più della Francia e due volte e mezza in più del Regno Unito. Anche verso Romania, Bulgaria, Croazia e Ucraina, nonché verso la Turchia il nostro Paese esporta assai di più di quanto non facciano Francia e Gran Bretagna.

Nonostante si sia parlato di grande "ritardo" dell'Italia nei riguardi della grande "opportunità" Cina, osserviamo poi che verso questo Paese le nostre esportazioni sono solo di 2 miliardi di euro inferiori a quelle francesi e comunque superiori di 800 milioni di euro a quelle inglesi. Così che all'Italia basta il suo maggior export verso la Romania per rovesciare ampiamente il suo presunto grande "ritardo" in Cina rispetto alla Francia...

Quanto al luogo comune secondo cui le PMI non avrebbero la forza sufficiente per aggredire i mercati emergenti del mondo, anch'esso non regge alla prova dei dati, perché il 60% dell'export verso l'Europa orientale è realizzato da PMI, così come il 56% di quello verso l'Asia Orientale (tabella 8).

Tabella 7 - Esportazioni dell'Italia e degli altri maggiori Paesi UE nei mercati emergenti: periodo gennaio-novembre 2006
(valori in milioni di euro)

Mercati emergenti	Paesi esportatori				
	GERMANIA	ITALIA	FRANCIA	REGNO UNITO	SPAGNA
BRICs	56.408	15.873	16.163	11.829	4.173
di cui: Brasile	5.180	2.028	2.371	1.225	956
Russia	20.892	6.845	4.328	2.708	1.327
India	5.615	1.891	2.222	3.542	479
Cina	24.721	5.109	7.242	4.354	1.411
Paesi dell'Est Europa e Turchia	15.174	10.386	3.866	1.725	1.355
di cui: Romania	6.390	5.036	2.111	789	672
Bulgaria	1.960	1.388	596	300	217
Croazia	2.363	2.484	439	195	235
Ucraina	4.461	1.478	720	441	231
Turchia	12.982	6.094	4.835	3.335	2.407
TOTALE MERCATI EMERGENTI	71.582	26.259	20.029	13.554	5.528

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat

Tabella 8 - Il contributo delle PMI italiane all'export verso i Paesi emergenti: anno 2004

(valori in milioni di euro)

Aree di destinazione dell'export	Valore dell'export delle imprese con meno di 250 addetti	Valore dell'export delle imprese con più di 250 addetti	Valore totale dell'export	peso % delle PMI sull'export totale
Paesi europei extra UE-25	20.329	13.496	33.825	60%
Asia Orientale	10.322	8.199	18.521	56%

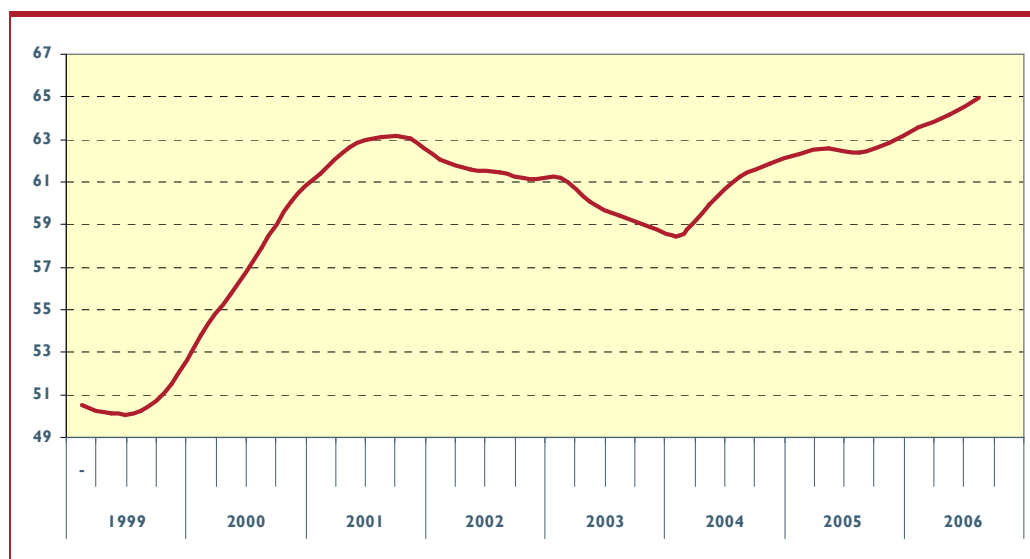
Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ICE-Istat, Commercio estero e attività internazionali delle imprese. *Annuario 2005, Volume I, pag. 325.*

I DISTRETTI NON SONO IN DECLINO E IL LORO EXPORT È AI MASSIMI STORICI

La concorrenza asimmetrica asiatica ha indubbiamente creato seri problemi a molti distretti del tessile-abbigliamento, delle calzature, dei mobili nonché di altri comparti della moda (ad esempio l'oreficeria) e dell'arredo-casa (ad esempio le pietre ornamentali). Tuttavia sarebbe sbagliato dedurre, come molti hanno sostenuto, che il modello dei distretti è entrato in crisi. Per due ragioni. La prima è che nel periodo ottobre 2005-settembre 2006 l'export distrettuale italiano, secondo l'Indice della Fondazione Edison relativo ai 101 principali distretti del nostro Paese, ha toccato un nuovo record storico, pari a circa 65 miliardi di euro (figura 2). Il buon andamento dei distretti della meccanica e dell'alimentare ha infatti com-

pensato nel 2001-2005 le negative dinamiche dei distretti dei beni per la persona e la casa, mentre nel 2006 anche molti di questi ultimi hanno ripreso ad esportare con significativi tassi di crescita. La seconda ragione per cui non ha alcun senso rinnegare il modello dei distretti è che proprio dalle province distrettuali sta originando la maggior parte di quel nucleo di medie imprese strutturate "catturato" dalle statistiche e dagli studi di Mediobanca-Unioncamere sempre più ritenute la nuova avanguardia del "made in Italy". Dunque i distretti stanno svolgendo anche una positiva funzione di "incubatori" di imprese in grado di affrontare con crescente successo mercati globali sempre più difficili e competitivi.

Figura 2 - Export di 101 principali distretti industriali italiani: 1999-2006
Indice Edison. Dinamica delle esportazioni cumulate degli ultimi 4 trimestri
(miliardi di euro a prezzi correnti)



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat

NON È VERO CHE L'ITALIA FACCIAMO POCA INNOVAZIONE E CHE PER TALE RAGIONE SIA POCO COMPETITIVA

Anche questo è un luogo comune che va sfatato. Abbiamo già visto come sia del tutto fuori luogo affermare che l'Italia sia un Paese poco competitivo. Dunque non ha nemmeno senso sostenere che tale presunta non competitività sia causata da una scarsa propensione delle nostre imprese ad investire in innovazione. L'Italia fa certamente poca innovazione formalizzata, a livello di PMI e distretti, nei suoi settori tipici di specializzazione. Ma è innegabile che nell'industria manifatturiera italiana vi sia comunque una grande produzione di innovazione che non viene "catturata" dalle statistiche, senza la quale non si spiegherebbe, del resto, il successo del "made in Italy" sia in settori in cui è il design l'arma vincente delle nostre imprese (come la moda o i mobili) sia in settori in cui è invece l'innovazione continua di tipo incrementale che consente alle nostre imprese di essere leader a livello internazionale (come nel campo delle macchine industriali).

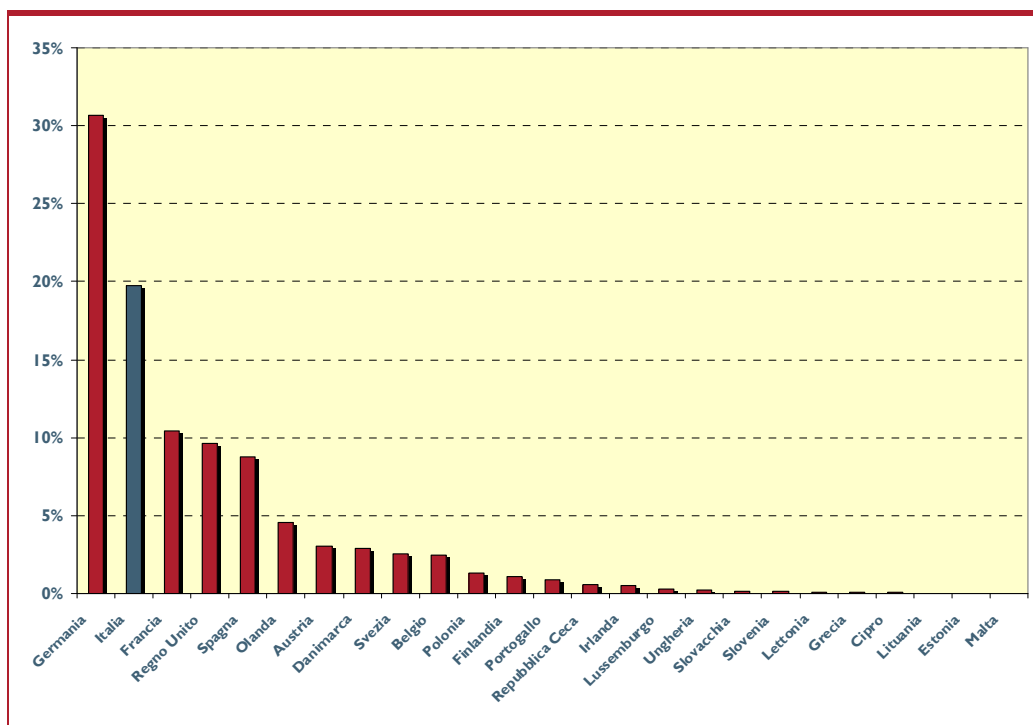
Recentemente, come è stato evidenziato anche da un nostro studio¹³, alcune nuove statistiche raccolte dalla Unione Europea hanno contribuito a rendere meglio giustizia a questo tipo di innovazione caratteristica dalle imprese italiane. Infatti, come appare dalla figura 3, l'Italia è subito dopo la Germania il Paese che nella Unione Europea pre-

senta il maggior numero di depositi di registrazioni di disegni e modelli comunitari.

Il vero problema dell'Italia dunque non è che si faccia poca innovazione a livello di PMI e distretti nei settori tipici del "made in Italy", ma che vi siano pochi grandi gruppi (i "Pilastri") in grado di svolgere attività di R&S nei settori dell'auto, della chimica-farmaceutica, dell'aerospazio, della difesa e dell'elettronica-tlc, settori in cui il nostro Paese può vantare solo due gruppi (Finmeccanica e Fiat) capaci di spendere oltre mezzo miliardo di euro all'anno in ricerca, contro i 15 gruppi della Germania, i 10 della Francia e i 6 del Regno Unito.

Per esemplificare questo concetto ricordiamo che la spesa in ricerca dell'Italia è pari all'1,1% del PIL mentre in Germania è del 2,5% grazie principalmente al cospicuo apporto dei quattro grandi gruppi tedeschi dell'auto e della relativa componentistica (Daimler-Chrysler, Volkswagen, Bmw e Bosch) che complessivamente destinano alla ricerca oltre 15 miliardi di euro all'anno. Un simile divario tra Italia e Germania è praticamente incolmabile e non potrebbe essere ridotto se non in una minima percentuale anche se tutte le PMI italiane decuplicassero da un anno con l'altro i loro investimenti in R&S. Viceversa, se per

Figura 3 - Ripartizione % del numero di depositi di registrazione di disegni e modelli comunitari tra i Paesi UE: anni 2003-2006



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati UAMI

¹³ Crenna C., *I maggiori gruppi mondiali nella ricerca*, Approfondimenti statistici, Quaderno n. 11, marzo 2007, Fondazione Edison.

ipotesi astratta invertissimo l'industria dell'auto tra Germania e Italia, ciò porterebbe la spesa in ricerca dell'Italia rapportata al PIL al 2,1% e quella della Germania all'1,9%. Il che dimostra la reale carenza del sistema produttivo italiano, ossia la mancanza di grandi imprese in grado di farsi carico della ricerca "formale" opposta alla ricerca "informale" effettuata dalle nostre PMI e non "catturata" dalle statistiche. Basti pensare che tra i 129 principali gruppi mondiali operanti nei settori dell'auto e dell'alta tecnologia, estrapolati dalla Fondazione Edison dalla classifica delle prime 500 società del mondo stilata da "Fortune" sui dati del 2005, l'Italia conta solo 2 grandi gruppi (i già ricordati Finmeccanica e Fiat) che complessivamente fatturano circa 73 miliardi di dollari. Per un raffronto, gli Stati Uniti sommano invece ben 47 grandi gruppi, per un fatturato totale di circa 1.900 miliardi di dollari,

il Giappone 28, per un fatturato di 1.130 miliardi di dollari, e la Germania 11, con 700 miliardi di dollari¹⁴.

Occorre essere consapevoli che il ritardo dell'Italia nella ricerca rispetto agli altri paesi industrializzati non può essere colmato nel breve periodo: è chiaro che bisogna attuare più ricerca e innovazione "formale" ma per fare ciò la dimensione delle imprese è un fattore cruciale, così come il tipo di specializzazione del Paese. Per questo occorre accompagnare a politiche di sostegno alla crescita dimensionale delle nostre imprese soluzioni più realistiche nel breve periodo come azioni che esplicitino e raccordino la ricerca e sviluppo non formalizzata e creino nel paese un nuovo rapporto tra ricerca pubblica e privata, avvicinando i distretti industriali alla ricerca universitaria e ai Laboratori e rafforzando le interconnessioni con i "Pilastrini".

L'ITALIA NON È MENO COMPETITIVA DELLA SPAGNA

Una delle ultime "provocazioni" di "The Economist", sempre pronto a mettere in rilievo le carenze e i ritardi dell'Italia, riguarda il confronto tra noi e la Spagna: Paese peraltro amico che noi stimiamo molto per l'ottima gestione dello Stato, il basso debito pubblico, il rapporto efficace con Bruxelles e la grande capacità di utilizzarne i fondi comunitari, lo slancio di crescita dei suoi settori delle costruzioni e turistico.

La notizia pervenutaci verso la fine dello scorso anno, in pillole, è questa: secondo "The Economist" la Spagna, agli attuali tassi di crescita, supererà l'Italia in termini di PIL pro capite nel 2009¹⁵. La profezia è stata naturalmente accolta dai "declinisti" italiani come una ulteriore prova del nostro inarrestabile declino. In realtà non possiamo che essere contenti che il PIL pro capite della Spagna possa tra qualche anno raggiungere non solo quello italiano ma anche quello degli altri maggiori Paesi europei come la Germania, la Francia e la Gran Bretagna (essendo il PIL pro capite dell'Italia sostanzialmente allineato a quelli di questi tre Paesi). Infatti, la Spagna era stata sinora in ritardo e la crescita del suo PIL pro capite dunque deve essere salutata favorevolmente, specie dall'Italia che vanta un surplus commerciale bilaterale con la Spagna di oltre 9

miliardi di euro. In sostanza, la crescita del PIL pro capite spagnolo sarà un successo non solo della Spagna ma dell'Europa intera e del suo processo di integrazione. Inoltre l'Italia non ha che da felicitarsi se gli spagnoli diventeranno più ricchi perché compreranno ancor più prodotti dall'Italia, che già oggi esporta in Spagna merci per 23,6 miliardi di euro.

Dunque la crescita del PIL pro capite spagnolo e il suo progressivo avvicinamento a quello italiano non è un sintomo di declino dell'Italia, né ciò ci deve spingere ad invidiare il modello di sviluppo spagnolo, che casomai va apprezzato per i motivi più sopra ricordati e non per la sua "competitività", come spesso si sente dire. Infatti, di strada l'industria spagnola deve farne ancora tanta prima di somigliare minimamente a quella italiana e di possedere la sua competitività. Basti pensare che nei primi nove mesi del 2006 alcune singole regioni italiane hanno esportato in particolari grandi categorie di prodotti più dell'intera nazione spagnola: infatti, l'Emilia Romagna da sola ha esportato più meccanica, la Lombardia più tessile-abbigliamento, le Marche più calzature, la Toscana più pelletteria e il Veneto più mobili dell'intera Spagna (tabella 9 e figura 4).

¹⁴ Cfr. Fortis M. e Corradini S., *L'Italia dei (pochi) Pilastrini e dei (tanti) Distretti*, Approfondimenti statistici, Quaderno n. 8, gennaio 2007, Fondazione Edison.

¹⁵ Cfr. "The Economist", *Mediterranean Rivals*, 4 novembre 2006, p. 40.

Tabella 9 - Esportazioni comparate della Spagna e di alcune regioni italiane: periodo gennaio-settembre 2006

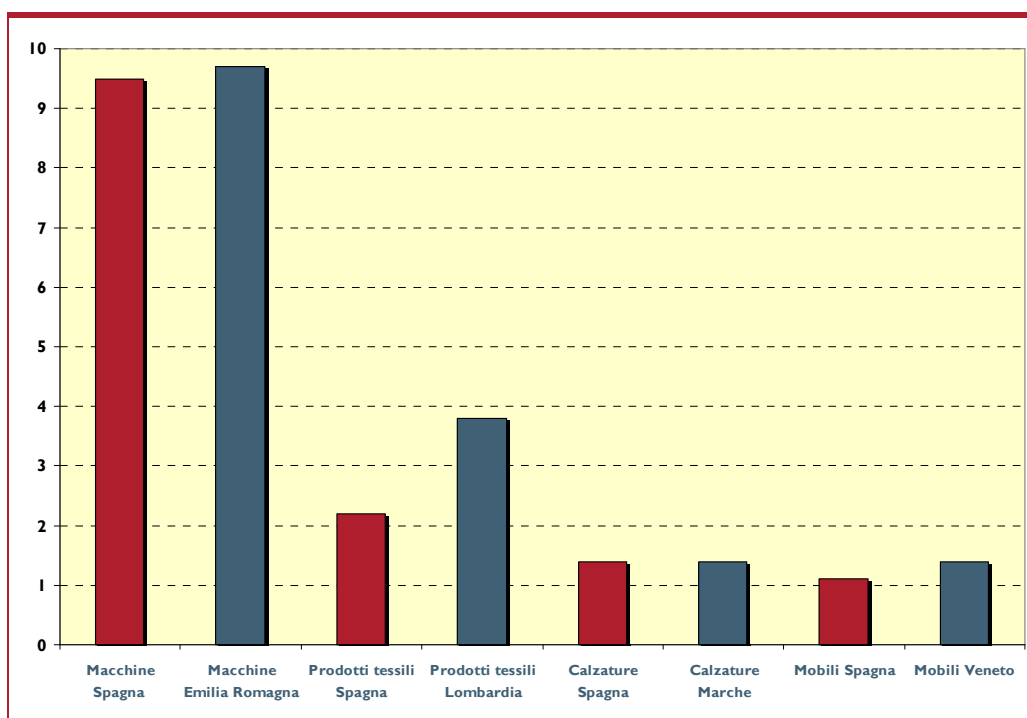
(valori in milioni di euro)

Settori	Export della Spagna	Regioni italiane di raffronto	Export delle regioni italiane di raffronto
Macchine e apparecchi meccanici	9.512	Emilia Romagna	9.743
Prodotti tessili	2.238	Lombardia	3.804
Calzature	1.431	Marche	1.411
Pelletteria	227	Toscana	775
Mobili	1.066	Veneto	1.364
Abbigliamento	2.868	Emilia Romagna+Toscana	2.958
Cuoio	328	Veneto	1.225
Chimica-farmaceutica	14.800	Lombardia+Veneto+Lazio	14.121
Prodotti di minerali non metalliferi	3.446	Emilia Romagna+Toscana	3.524

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat.

Figura 4 - Export: le regioni italiane battono la Spagna. Esportazioni comparate, periodo gennaio-settembre 2006

(valori in miliardi di euro)



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat e Istat



FONDAZIONE
EDISON

Approfondimenti Statistici

QUADERNO N° 14, MARZO 2007

Coordinamento scientifico: Marco Fortis

Direttore Responsabile: Beatrice Biagetti

Redazione: Stefano Corradini, Monica Carminati, Cristina Poli, Cristiana Crenna

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>