

La réussite surprenante de l'Italie à l'export

Valerie Segond Rome

Mode, industrie, alimentation... le pays, porté par ses PME et ses ETI, est devenu le quatrième exportateur mondial.

Dans l'agonie de la vieille Europe dépeinte par Mario Draghi lors de la présentation de son rapport sur sa compétitivité, certains seront nécessairement plus épargnés que d'autres. Mais peut-être pas ceux que l'on croit. En témoignage le dynamisme d'une industrie italienne qui parvient, face au rouleau compresseur chinois, à maintenir dans la durée sa compétitivité. Même si les exportations allemandes sont encore 2,5 fois plus importantes que celles de l'Italie, celles-ci déjouent les analyses en vogue sur l'état général de son économie.

Certes, grands fournisseurs de l'industrie allemande, les équipementiers automobiles et l'industrie de la mécanique de l'Italie du Nord subissent aujourd'hui la panne du secteur, au nord des Alpes. Mais ce creux conjoncturel masque une nouvelle réalité : le lien avec l'Allemagne est devenu moins vital, une décorrélation étant à l'œuvre comme l'a montré une étude de la Confindustria citée par *La Repubblica*. Si l'Allemagne reste le premier client des exportateurs italiens, ces derniers se sont fortement développés vers les États-Unis, en passe de devenir leur première destination. En fait, elles ont élargi leurs marchés.

Mieux : les entreprises italiennes ont fait preuve d'une étonnante résilience depuis ces dix dernières années où l'on a vu les cartes du commerce mondial être rebattues, comme le montrent les données de l'OMC (Organisation mondiale du commerce). Leurs exportations ont été particulièrement dynamiques, augmentant de 48 % entre 2016 et 2023, contre seulement 28 % pour la France, et 27 % pour l'Allemagne. Et les excédents manufacturiers de l'Italie sont de plus en plus conséquents, 116 milliards d'euros en 2022. « Depuis dix ans, remarque Marco Fortis, directeur de la Fondation Edison, l'Italie est le seul pays européen à avoir maintenu sa part de marché dans le commerce mondial face à la montée en puissance de la Chine ». Avec 5 % des exportations mondiales, elle est passée de la 7^e place il y a dix ans à la 4^e place, derrière la Chine, les États-Unis et l'Allemagne. En dix ans, elle est donc passée devant la France, la Corée du Sud et même depuis quelques mois devant le Japon. Pendant ce temps,



Les exportations italiennes ont augmenté de 48 % entre 2016 et 2023 (ici, à Madrid).

« Il y a quarante ans, la Botte était connue pour la mode, les meubles et l'agroalimentaire. Or non seulement elle est montée en gamme dans chacun de ces secteurs, en en faisant des produits de luxe exportés dans le monde, mais elle a fortement élargi ses spécialisations »

Marco Fortis
Directeur de la Fondation Edison

la France passait de la 5^e à la 7^e place. Même l'Allemagne, qui génère 14 % des exportations mondiales il y a dix ans, a vu sa part de marché reculer à 12,6 %.

Car la force de la Botte est d'avoir une industrie très diversifiée, en pointe sur de nombreuses niches. « Il y a quarante ans, elle était connue pour la mode, les meubles et l'agroalimentaire », analyse Marco Fortis. Or non seulement elle est montée en gamme dans chacun de ces secteurs, en en faisant des produits de luxe exportés dans le monde, mais elle a dans les 25 dernières années fortement élargi ses spécialisations. Selon les agréga-

tions réalisées par la Fondation Edison à partir des données de l'International Trade Center (ITC), une agence des Nations unies sur le commerce mondial, en Italie sept gros secteurs génèrent aujourd'hui 408 milliards de dollars d'exportations, et 206 milliards d'excédents. À savoir, la mode (85 milliards à l'export, dont 32 d'excédent), les meubles et matériaux de construction (25 milliards, dont 17), les produits alimentaires et le vin (51 milliards). L'Italie devrait d'ailleurs repasser cette année devant la France sur la première marche du podium mondial des producteurs de vin avec plus de 40 millions d'hectolitres. Suivent les métaux transformés (29 milliards dont 17 d'excédent), les machines (117 milliards, dont 58 milliards), les bateaux de plaisance de luxe (42 milliards, dont 25 milliards), les médicaments et composants de produits cosmétiques (59 milliards). « L'Italie réalise plus d'excédents sur ces sept secteurs que l'Allemagne dans l'automobile et la machine-outil réunies », remarque Marco Fortis. « Quand on compare la position de ses exportations à celles d'il y a vingt ans, on voit qu'elles se situent aujourd'hui dans des domaines porteurs où ce n'est pas la compétitivité prix mais la qualité et la spécialisation qui comptent », analyse Jesus Castillo, économiste sur l'Europe du Sud chez Natixis.

Et ce, dans des niches les plus variées, souvent invisibles pour le grand public. Qui sait que dans les frigos de supermarché, les robinets, les machines d'emballage, la robotique, les yachts super luxe, comme les bateaux de croisière, mais aussi dans la fabrication de médicaments, la céramique, les lunettes de soleil, les composants de produits cosmétiques, l'Italie est devenue, selon l'ITC, le premier exportateur mondial ?

Si elle a penché vers de très grandes entreprises, son organisation industrielle en « distretti », ces regroupements géographiques spécialisés par secteurs qui rassemblent les PMI de fournisseurs, avec une chaîne d'approvisionnement restée locale, lui donne une force de frappe locale précieuse dans un monde traversé de conflits. Le pays est parsemé par une multitude de « distretti » dont chacun génère des milliards d'euros d'excédents commerciaux.

Et où les entreprises, aidées par le « plan industriel 4.0 » lancé en 2016 par le gouvernement de Matteo Renzi, qui comprenait un hyperamortissement des investissements dans le numérique, des aides sur la propriété intellectuelle et des crédits d'impôt accrus pour la recherche, ont beaucoup investi dans leur automatisation. « Cette politique industrielle, la plus importante que l'Italie ait connue depuis 40 ans, a été déterminante dans le boom

des investissements en machine et la croissance de la productivité de notre industrie », estime Marco Fortis. De fait, les investissements en machines en Italie ont bondi de 59 % depuis la réforme Industrie 4.0, passant de 5,7 % du PIB à 7,3 % en 2023, contre 6,6 % en Allemagne, et 5,2 % en France. Et selon la base de données de World Robotics, en 2022, l'Italie comptait 23 000 robots, contre 16 000 aux États-Unis et seulement 8 000 en France.

Aussi, depuis dix ans, la productivité du travail dans l'industrie a-t-elle sensiblement plus progressé en Italie qu'en Allemagne, selon les données d'Eurostat, à savoir de 16,6 % contre 13,9 %. Tout en gardant encore une bonne partie des savoir-faire industriels européens : selon la Fondation Edison, la moitié de la main-d'œuvre européenne dans le tannage se trouve entre Vicence, Pise et Avellino, 20 % de celle de la bijouterie entre Alessandria, Vicence, Arezzo et Naples, 15 % de celle de l'industrie de la robinetterie entre Novare, Verceil, Verbania et Brescia dans le Piémont. Une force de l'Italie qui toutefois, avec une démographie en fort déclin et des nouvelles générations qui fuient les cadences de l'industrie, pourrait ne pas être pérenne. Les milieux patronaux italiens tirent d'ailleurs régulièrement la sonnette d'alarme. ■

L'insolente santé de l'économie espagnole dopée par le tourisme

Mathieu de Talliac Madrid

La croissance, qui dépasse largement la moyenne de la zone euro, est tirée par les revenus d'export et l'immigration.

L'année 2024 va être bonne, cet été nous avons reçu plus de touristes étrangers qu'en 2023 et l'automne promet d'être exceptionnel. Toni Mayor, président de la chaîne hôtelière Port Hotels, installée sur la côte de la région de Valence, ne boude pas son plaisir. « Nous nous ouvrons à de nouveaux marchés. Les Polonais, par exemple, découvrent notre région et les États-Unis sont devenus le deuxième pays émetteur. » Sur les îles Canaries, le directeur général de Cordial Canaria Hotels & Resorts, Nicolas Villalobos, fait un constat encore plus enthousiaste : « La saison a été spectaculaire. C'est un record absolu. »

Ces observations faites à quelques mètres des plages rejoignent les analyses tout juste sorties des bureaux de la Banque d'Espagne. L'institution a revu mardi ses prévisions à la hausse et table désormais sur une croissance du PIB de 2,8 % en 2024. L'Institut national des statistiques (INE) va dans le même sens, en rehaussant de deux dixièmes la croissance 2023, désormais établie à 2,7 %. Des chiffres insolents en regard

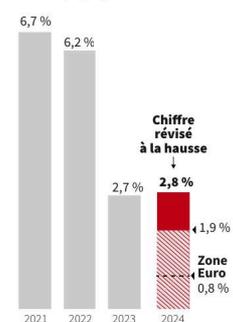
de ceux de la zone euro : 0,5 % en 2023 et une prévision de 0,8 % en 2024. Les experts de la Banque d'Espagne expliquent la « force remarquable » de l'économie espagnole « surtout par l'apport élevé de la demande extérieure nette ». Ils soulignent en particulier « l'extraordinaire dynamisme des exportations de tourisme, favorisées par un processus de diversification géographique et saisonnière ».

Pour Manuel Hidalgo, professeur d'économie à l'université Pablo Olavide de Séville, le tourisme enregistre en Espagne « un nouveau boom qui permet d'enfin récupérer les niveaux d'avant la pandémie ». L'économiste observe que l'industrie touristique parvient à rompre en partie son caractère saisonnier. La côte valencienne étire la saison de mai jusqu'à novembre. « À Séville, où les températures peuvent être très élevées, c'est l'inverse : des visiteurs viennent nous voir l'été, alors que traditionnellement la ville est plus attractive au printemps et à l'automne. »

Les manifestations contre le surtourisme aux Canaries, aux Baléares ou à Barcelone, et les mesures annoncées

Une croissance toujours dynamique

Croissance du PIB annuel espagnol, en %



Sources : Banque d'Espagne, INE

par les pouvoirs publics pour limiter les conflits avec les populations locales, n'ont pas encore découragé les visiteurs étrangers. L'inflation a certes provoqué une augmentation des tarifs des hébergements. À Barcelone par exemple, le prix moyen de la chambre était cet été de 190 euros, soit 11 euros de plus que l'an dernier et 50 euros de plus qu'en 2019. Le taux de remplissage s'en est ressenti, à 85 %, soit 3,9 points de moins qu'en 2023. Mais un effet compense l'autre : en vendant moins de chambres plus chères, les hôteliers maintiennent ou augmentent leur chiffre d'affaires.

Une population vieillissante

Une autre composante de la demande extérieure est au vert : les exportations de services non touristiques. En 2022, ces derniers ont représenté plus de la moitié (56,7 %) des revenus de l'ensemble des services, contre 40,2 % en 2000 et 49,2 % en 2019, selon un récent rapport du ministère de l'Économie. « Mais ce chapitre inclut à la fois des services à forte valeur ajoutée comme l'ingénierie et le software, et à faible valeur ajoutée,

comme les call centers », nuance Manuel Hidalgo.

L'immigration est également un facteur de dynamisme en Espagne, où la population locale vieillissante peine à renouveler les actifs. « Les arrivées de migrants disposés à travailler, notamment latino-américains et dans une moindre mesure ceux venus d'Europe de l'Est, mesurent la population active et contribuent mécaniquement à faire baisser le taux de chômage », indique l'économiste.

Les bonnes nouvelles de la croissance en facilitent une autre : le respect par l'Espagne des objectifs de déficit. Madrid a décidé l'an dernier d'avancer d'un an la cible du déficit à moins de 3 % du PIB, qui devrait se produire cette année au lieu de 2025. « La conjoncture aide », explique Manuel Hidalgo. La croissance, mais aussi l'inflation, qui augmente mathématiquement les rentrées fiscales. « La modération de cette inflation pourrait participer à relancer la demande interne, dont le Banque d'Espagne prédit qu'elle sera le nouveau moteur de la croissance entre 2024 et 2026, prenant le relais des exportations. ■