

Il mal sottile del Made in Italy

Nell'export Ue il crollo peggiore dal 1971. Oggi nuovi, pessimi dati dell'Istat sul commercio mondiale: in picchiata tutti i settori, resistono solo agro-alimentare e farmaceutica. Che succede alle nostre imprese? Parlano gli esperti

La crisi ha rimesso in discussione ogni certezza acquisita fino a questo punto e ha rivelato la fragilità degli investimenti esteri nel nostro paese. Ma adesso ci si interroga anche sulle potenzialità e sui limiti delle "multinazionali tascabili", tipiche del capitalismo all'italiana e su quali soluzioni adottare

Terapia intensiva per il Made in Italy

Export in picchiata per la meccanica, il tessile e l'arredamento

PAOLA JADELUCA

«È stato il peggior anno della nostra storia». Ha ragione Giancarlo Lesmo, presidente Ucima, l'associazione che raggruppa le aziende di macchine utensili, di robot e dell'automazione. Il fiore all'occhiello della produzione nazionale, vanto e gloria della nostra manifattura, è stato tra i più colpiti dallo crisi mondiale, con un crollo delle vendite all'estero nel 2009 del 25,5 per cento. È il caso più eclatante dello tsunami che ha travolto il Made in Italy. Oggi l'Istat diffonderà i dati sulle esportazioni globali e quello che si annuncia è, a parte qualche eccezione, una vera e propria disfatta su tutto il fronte.

Macchine utensili, macchine per l'edilizia, macchine per la produzione alimentare, macchine per la movimentazione di merci: hanno archiviato tutti un bilancio a due cifre con il segno meno davanti. Secondo i dati diffusi la scorsa settimana dall'Istat, e relativi al solo scambio con l'Ue, hanno perso colpi anche l'abbigliamento, i mobili, i prodotti tessili, gli articoli in gomma e materie plastiche, portando giù l'export di 76 miliardi. E, a giudicare da un'indagine preliminare tra i diversi settori, lo scenario è i conti sono destinati a peggiorare allargando lo sguardo a tutto il commercio globale. I

gioielli del Made in Italy sono in picchiata. Si salvano solo poche produzioni, come l'agroalimentare, il farmaceutico, la botanica e tutti i prodotti di superlusso, la caldareria, il valvole e la rubinetteria per l'industria energetica e chimica, le macchine per gli imballaggi. Per il resto è stato l'anno peggiore degli ultimi 40.

«Il paradosso di questa crisi è che ha colpito proprio i settori più forti come quello della meccanica e dei sistemi per la produzione», commenta Marco Fortis, docente di Economia industriale all'Università Cattolica di Milano, nonché vicepresidente della Fondazione Edison. Spiega Fortis: «È ovviamente difficile vendere questa tipologia di prodotti in un momento in cui l'economia si ferma, così come è difficile vendere ceramiche, rubinetti e mobili nel momento di maggiore debilitazione del

mercato immobiliare mondiale. Difatto è anche tranquillizzante: si tratta di imprese forti, che non hanno delocalizzato, che hanno continuato a investire anche in questa fase difficile e che nella stragrande maggioranza dei casi di fronte al crollo del fatturato del 30 per cento non hanno licenziato, né fatto ricorso alla cassa integrazione, come invece è successo con le multinazionali. Penso al caso Alcoa, alla Nortel, imprese che hanno chiuso senza discutere, lasciando senza occupazione tante persone».

Il nostro paese, dicono le rilevazioni della Fondazione Edison, non aveva mai avuto una quota così alta di export nella meccanica e nei sistemi per la produzione e automazione come negli ultimi anni prima della crisi. «È la prova che continuare a seguire un modello di sviluppo basato sulla manifattura funziona», commenta Fortis. L'aria di ripresa che spirava da questi settori, conferma che si tratta di industrie solide, competitive. E che mantenere asset importanti

di proprietà di italiani è fondamentale per non venir spazzati via alla prima ventata negativa. La crisi ha rimesso in discussione ogni certezza, ha rivelato la fragilità di un sistema che ha venduto molte suoi asset ai big stranieri. Ma adesso ci si interroga anche sulle potenzialità e i limiti delle "multinazionali tascabili" tipiche del capitalismo all'italiana. E su quali soluzioni adottare per rimettersi a correre. Soprattutto, su come affrontare il mercato del futuro, che sta uscendo profondamente mutato da questa fase di turbolenza planetaria.

«La nostra azienda è andata bene, ma il mondo ha stretto la corda e Sud Corea e Giappone nel nostro settore ci hanno sorpassato in molte gare internazionali grazie alla rapidità con la quale hanno saputo abbassare i prezzi, cose che noi non siamo stati pronti a fare:

ma queste nazioni oltre a essere brave a fare i nostri stessi prodotti, possono contare anche su premi per chi esporta che arrivano fino al 15%», racconta Luca Tosto, 39 anni, amministratore delegato della Walter Tosto di Chieti, una delle aziende di punta del settore della caldareria, con il 90 per cento del fatturato realizzato all'estero.

La pressione è forte nella caldareria, come si chiama questo segmento della meccanica, che pure è tra quelli che hanno retto bene. Fguriamoci il resto. «Nei prodotti industriali di grande applicazione, il prodotto di massa senza contenuto tecnologico significativo ma dove ci sono i grandi volumi, la concorrenza asiatica s'è fatta sentire forte», incalza Sandro Bonomi, presidente di Anima, l'associazione che raccoglie tutte le imprese meccaniche, dal valvole ai macchinari per l'edilizia. Spiega Bonomi: «Dall'India a Taiwan, dalla Corea del Sud alla Thailandia, l'attacco sui prezzi arriva da tutte le parti». Il risultato? Per tutta la meccanica un crollo che va dal -29 delle vendite in Francia, fino al -60 delle esportazioni in Russia, mercato sul quale fino a pochi anni fa tanti avevano riposto grandi speranze. Strano a dirsi soffriamo meno in Usa, nonostante lo svantaggio dell'euro forte sul dollaro, perché la qualità del Made in Italy in questo comparto ancora fa da traino. Per quanto tempo ancora? L'asse del commercio mondiale si sta sempre più spostando verso Oriente, verso la Cina, l'India, i



paesi arabi e la stessa Africa. Non a caso le esportazioni in questi paesi sono le uniche in crescita. Merito di quella sparuta pattuglia di imprenditori d'eccezione, che sono finora riusciti ad aprirsi varchi in ogni paese, puntando sulla propria iniziativa e il proprio know how.

Oggi non basta più. Il mercato galoppa in nazioni dalle dimensioni gigantesche, con imprese enormi che mettono in cantiere progetti costosi. «Una forte proiezione internazionale richiede delle notevoli risorse umane e finanziarie e da questo punto di vista il nostro sistema produttivo appare debole a causa della netta dominanza di imprese di piccole dimensioni», commenta Beniamino Quintieri, economista, per molti anni alla guida dell'Ice, oggi commissario generale del governo per l'Expo di Shanghai 2010, la grande vetrina del business che aprirà a maggio.

In questo scenario non basta prolungare la Tremonti ter per la detassazione degli investimenti,



Sandro Bonomi
(Anima)

Non basta prolungare la Tremonti ter per la detassazione sugli investimenti



Giancarlo Losma
(Ucinu)

Nel prodotti di massa a grandi volumi la concorrenza asiatica s'è fatta sentire

non bastano gli incentivi alla rotamazione. Per decretare la svolta di un paese servono soldi, tanti, e soprattutto un progetto di respiro globale per creare un tessuto produttivo solido attorno ai campioni del Made in Italy. Prendiamo la moda, altro fortino del Made in Italy. «L'alto di gamma ha retto, in tutti i settori, dalla gioielleria alle scarpe, dall'orologeria al cibo ai profumi», racconta Armando Branchini, direttore generale di Fondazione Altgamma, che raggruppa i brand più importanti dell'*italian lifestyle*. Ma non ci sono solo le scarpe di Ferragamo, i gioielli di Bulgari. E l'abbigliamento, in genere, è stato investito in pieno dallo tsunami.

«Lo scenario è completamente cambiato, se nel 2000 la risposta alla concorrenza dei paesi emergenti a basso costo di manodopera era stata quella di puntare sull'*upgrading* qualitativo, una simi-

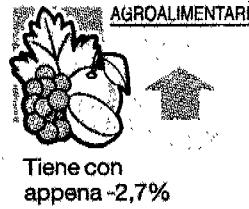
Non basta prolungare la Tremonti ter per la detassazione sugli investimenti

le strategia potrebbe risultare meno efficace nel contesto attuale, soprattutto in mercati come gli Usa e la Russia, dove la crisi ha rimodellato i comportamenti d'acquisto», sostiene Quintieri. «Innovazione e investimento nei marchi vanno bene, ma ora serve puntare sul cosiddetto *affordable luxury*, la fascia media più accessibile». Vale per la moda. Vale tanto più per la manifattura. Le imprese di eccellenza, infatti, hanno retto. Ma è saltato tutto quello che c'è attorno, la miriade di piccole imprese dell'indotto. Quelle che avevano aperto in fretta e furia l'officina nel garage di casa, quando s'era impennata la domanda. Per chiudere bottega di colpo, alla prima difficoltà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In quello verso i paesi Ue il crollo peggiore dal 1971. Oggi nuovi, pessimi dati dell'Istat sul commercio extra Ue. Resistono agroalimentare, farmaceutica, superlusso, macchine per l'energia

Chi vince

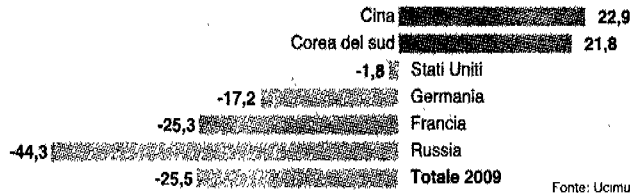


Chi perde



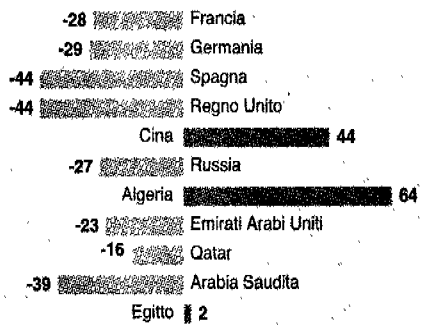
L'export hi-tech

Macchine utensili, robot e automazione; anno 2009, in %



La meccanica italiana nel mondo

Export; variazioni % I sem. 2009 su I sem. 2008



L'export globale

in miliardi di euro; dati destagionalizzati

