

SCENARI GLOBALI

**MADE IN ITALY
LA RIVALSA
DEI NUOVI
MERCATI**

di Marco Fortis — a pagina 17

Per il Made in Italy la delusione dei Brics e la rivalsa di nuovi mercati

Scenari globali

**INSIEME, NEL 2024,
ERANO MENO
DEL NOSTRO EXPORT
VERSO LA SPAGNA.
MA LE AZIENDE
HANNO TROVATO
ALTRI SBOCCHI**

Marco Fortis

Gli ultimi dieci anni sono stati contrassegnati da una progressiva perdita d'importanza dei BRIC nell'export italiano. Chi sono i BRIC? Con questo acronimo, nell'ormai remoto 2001, l'economista della Goldman Sachs Jim O'Neill soprannominò l'insieme delle quattro economie Brasile, Russia, India e Cina, ritenute future protagoniste della globalizzazione. Il termine BRIC ebbe un enorme successo a livello mondiale, mentre in Italia offrì anche il destro al solito pensiero negativo dominante per aggiungere ulteriori valanghe di critiche verso le nostre imprese esportatrici, giudicate troppo piccole e poco innovative per cogliere le opportunità offerte dallo sviluppo dei BRIC stessi. La realtà e la globalizzazione sono andate molto diversamente. Le imprese italiane hanno saputo crescere sui mercati mondiali, smentendo il mainstream. L'Italia è diventata nel 2023 il quarto Paese esportatore nel 92% dell'export mondiale (escluso l'8% rappresentato dagli autoveicoli, dove siamo poco presenti e leader soltanto nelle auto sportive). Un avanzamento straordinario, realizzato in soli dieci anni, che sarà certamente confermato anche dai dati WTO del 2024, ancora non disponibili. Ma il nostro Paese ha indirizzato il suo export non tanto nei BRIC bensì

soprattutto altrove. La Cina, in particolare, non è mai diventata quell'Eldorado preconizzato dal pensiero dominante, salvo che per qualche limitata tipologia merceologica (ad esempio il lusso o le macchine tessili). Il gigante asiatico è sempre stato, invece, un nostro concorrente acerrimo, che per di più continua tuttora a fare un larghissimo uso della contraffazione dei prodotti e dei marchi del Made in Italy. La Russia, dopo la guerra russo-ucraina, è praticamente uscita di scena. Brasile e India non sono mai veramente decollati come mercati. L'insieme dei BRIC, oggi, è tutto sommato una componente marginale del nostro export. Un numero su tutti: nel 2024 l'export manifatturiero italiano verso i BRIC è stato pari a 29,5 miliardi di euro, quello verso la sola Spagna invece di 33,1 miliardi. Rispetto al 2014, nel 2024 la Cina è scesa, come nostro mercato per i manufatti, dall'ottavo all'undicesimo posto, la Russia è sprofondata dall'undicesimo al trentunesimo posto, il Brasile è arretrato dal diciannovesimo al ventitreesimo posto. Soltanto l'India ha mostrato un progresso, salendo dal trentaduesimo al trentesimo posto. Dove è cresciuto invece l'export italiano? Soprattutto in Europa e negli Stati Uniti: mercati ricchi dove il Made in Italy occupa una innumerevole serie di leadership di nicchia ed è particolarmente apprezzato. In maggior dettaglio, lo scorso anno i nostri primi sei mercati sono stati, nell'ordine: Germania, Stati



Uniti, Francia, Spagna, Svizzera (anche come polo logistico) e Regno Unito. Ma le nostre imprese hanno saputo guardare anche più lontano verso i Paesi extra-UE, occupando spazi e conquistando nuove fette di mercato. Considerando l'export manifatturiero, alla "delusione Cina" si contrappongono oggi almeno sei blocchi-mercati di Paesi extra-UE verso i quali l'Italia esporta di più che in Cina (quattro blocchi) o all'incirca come verso di essa o poco meno (due blocchi). Questi sei blocchi-mercati, che chiameremo le "altre Cine", hanno rappresentato per l'Italia nel 2024 ben 98 miliardi di esportazioni, cioè quasi tre volte e mezza il nostro export verso i BRIC. E costituiscono una bella alternativa anche agli eventuali contraccolpi negativi dei dazi USA.

Se l'export italiano di manufatti verso la Cina è stato nel 2024 di 14,7 miliardi di euro, il primo blocco-mercato è costituito da Turchia e India, con 22 miliardi. Anche escludendo i 5,2 miliardi dioreficeria-gioielleria diretta verso la Turchia, che costituisce una voce un po' particolare, l'export italiano verso Turchia-India supererebbe comunque quello verso Pechino. Il secondo blocco-mercato è rappresentato da Giappone-Corea del Sud-Taiwan, i tre grandi Paesi avanzati dell'Estremo Oriente, con 16,6 miliardi di euro. Il terzo è formato da Emirati Arabi Uniti-Arabia Saudita-Qatar, con 16,3 miliardi. Il quarto è dato dai Paesi Asean più l'Australia, con 15,9 miliardi. Questi quattro blocchi di Paesi, dunque, sono ciascuno singolarmente preso più grandi della Cina come nostro mercato di destinazione. Il blocco Centro-Sud America (escluso il Messico), con nostre esportazioni per 14,2 miliardi, è poco meno rilevante del mercato cinese. Mentre il blocco-mercato Canada-Messico, con 12,7 miliardi di euro, non è troppo lontano dalla Cina e potrebbe raggiungerla a breve.

Insomma, le imprese italiane si sono rivelate molto più "intelligenti" degli esperti che le criticavano per la loro (presunta) incapacità di espandersi nei nuovi mercati. E, dovunque c'è stata concorrenza vera e leale, il Made in Italy ha saputo spingersi con successo alla conquista di un mondo in cui la globalizzazione forse non è finita ma ha certamente cambiato volto in modo radicale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA