ITA ITALIAN TRADE AGENCY ICE - AGENZIA
Sezione: ITA - AGENZIA ICE

Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 382.032 Diffusione: 211.650 Lettori: 879.000

Edizione del: 24/11/17
Estratto da pag.: 1,3
Foglio: 1/2

Sesto rialzo consecutivo a ottobre (+11,2%) - Auto, meccanica hi-tech, farmaceutica e agroalimentare i settori trainanti oltre a moda e design

# L'export vola con Usa, Cina e Russia

## Record dell'indice Pmi sugli acquisti della manifattura nell'Eurozona: è il più alto dal 2000

Lo scorso ottobre la bilancia commerciale extra Ue italiana ha segnato un surplus di 4,5 miliardi, risultato cui ha contribuito il sesto balzo consecutivo dell'export: un +11,2% che arrotonda il bilancio dei primi dieci mesi a +8,7%. Tra i settori trainanti non solo moda, design e agroalimentare, ma anche meccanica, hi tech, farmaceutica. Tra i mercati di sbocco spiccano Usa, Cina e Russia.

Nell'Eurozona a novembre l'indice Pmi sugli acquisti del settore manifatturiero sale a quota 60: è il livello più alto dall'aprile 2000.

Servizi e analisi ▸ pagine 2, 3 e 17

**Commercio estero**
LE ROTTE DELLA RIPRESA

**Farmaceutica leader**
Un tempo il gap con la Germania era elevato. L'anno prossimo lo annulleremo

**L'appeal agroalimentare**
Nel mondo c'è una domanda crescente di qualità e questo ci favorisce

# Made in Italy record in Usa e nei Brics

## In dieci mesi 13 miliardi di export in più - Meccanica veloce e flessibile un'opportunità per l'auto

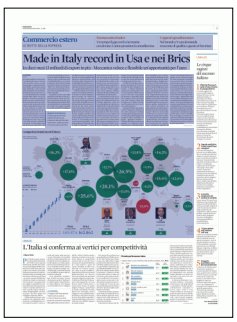
**Luca Orlando**
MILANO

«Sulla qualità non scherzano. E se hanno scelto noi, e non i tedeschi, un motivo ci sarà». La commessa appena conquistata da Giuliano Radice, quarta generazione imprenditoriale, è solo una delle tante che alimenta la corsa del made in Italy nel 2017. Con i maxi-torni verticali della Pietro Carnaghi ordinati dalla Difesa Usa ad aggiungere l'ennesimo tassello (in questo caso da 10,7 milioni di dollari) a un mosaico che si va componendo su tinte sempre più chiare, sulla scia di dati Istat che mese dopo mese indicano un chiaro rafforzamento del trend. Che ad ottobre nei mercati extra-Ue si arricchisce del sesto rialzo consecutivo, un balzo dell'11,2% su base annua che arrotonda il bilancio dei primi dieci mesi: +8,7%, nelle casse delle aziende 13 miliardi di euro in più. Crescita legata in primis al ritrovato vigore del commercio internazionale, in un momento in cui il livello dell'euro non appare troppo penalizzante. Basi e condizioni di favore su cui però si innestano fattori interni: azioni di sistema targate propriamente "Italia" per valorizzare produzioni che paiono in grado di assecondare i nuovi trend globali che premiano la qualità.

Una prima certezza viene dagli Stati Uniti, con un Pil (+3%) in accelerazione oltre le attese che si traduce in domanda crescente per i beni di importazione, flussi (e deficit conseguenti) per ora minacciati da Trump solo a parole. Acquisti non isolati, quelli di Washington, ma affiancati e spesso superati per tasso di crescita da quelli di molti altri paesi, a partire dai Brics. Dati che hanno spinto l'Organizzazione Mondiale del Commercio a rivedere al rialzo di oltre un punto le stime di crescita 2017, ora portate al 3,6%, quasi il triplo rispetto al 2016.

Un'Italia soltanto in scia? Non proprio. Scorrendo le performance europee si vedono robusti progressi ovunque, che l'Italia nel 2017 riesce tuttavia a superare. Che si tratti di Usa oppure Russia, Cina o India, il risultato non cambia: in quei mercati ora stiamo crescendo più dei nostri partner. Scatto che si traduce anche in sorpassi clamorosi, come avviene negli Stati Uniti, dove l'Italia è ora il decimo maggiore fornitore (nel 2010 eravamo 15esimi), mettendosi alle spalle per la prima volta la Francia. «C'è nel mondo una crescente domanda di qualità – spiega il presidente di Federalimentare Luigi Scordamaglia – e incontrando all'estero clienti e investitori mi accorgo di non aver mai visto da parte loro un'attenzione per il made in Italy così alta. La domanda cresce, ma anche noi siamo migliorati nella capacità di cogliere questa opportunità: da un lato coprendo "l'ultimo miglio" nella catena logistica, dall'altro sfruttando il traino del Piano straordinario per il made in Italy».

Lo stanziamento totale per le attività promozionali del nostro paese si è in effetti impennato con il budget aggiuntivo varato nel 2015, impiegando nel triennio 524 milioni di euro. Utilizzati in azioni con la Gdo per portare i nostri prodotti sugli scaffali esteri, in un potenziamento delle fiere internazionali (e non a caso visitatori ed espositori stranieri sono in crescita), in promozione del made in Italy attraverso la valorizzazione



Peso: 1-7%,3-58%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
061-142-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

delle nostre produzioni oltreconfine. Il Salone del Mobile "in trasferta" a Shanghai, così come l'imminente forum degli imprenditori delle macchine utensili a Pechino sono due esempi all'interno di una lunga sequenza di eventi.

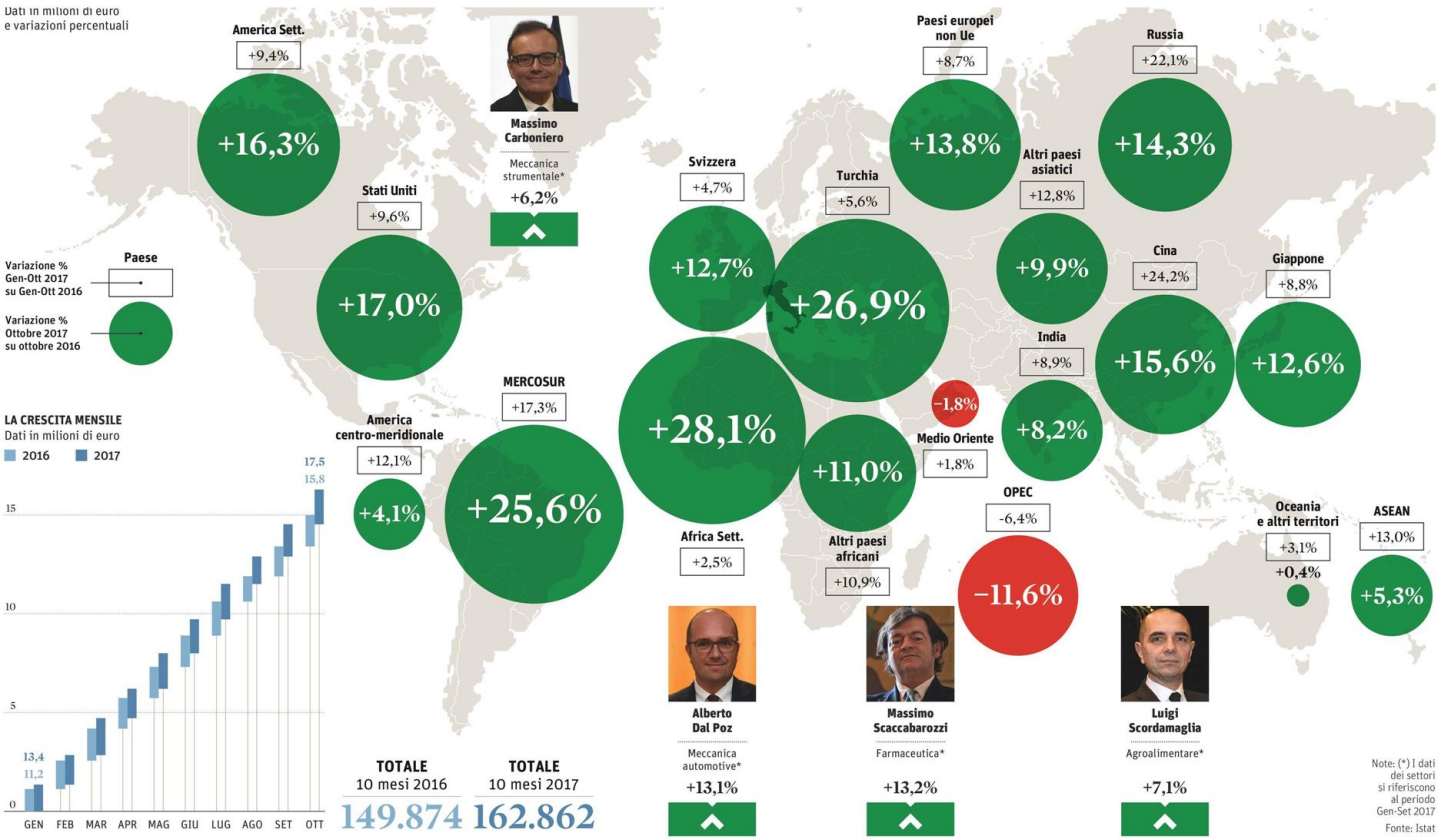
«L'Italia ha cambiato marcia – spiega il presidente di Ucimu-Sistemi per produrre Massimo Carboniero – e abbiamo finalmente capito che facendo squadra si vince. C'è una grande collaborazione con Ice, così come vedo sempre più presenti, e disponibili anche Sace e Simest. Credo che il ministero dello Sviluppo abbia dato l'esempio, provocando nel sistema del sostegno all'export un deciso cambio di passo».

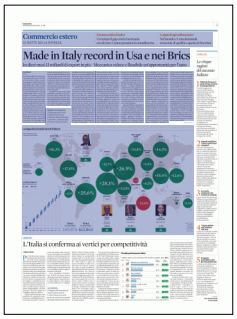
Ad aiutare l'Italia, in questa fase, è inoltre l'upgrade tecnologico in atto nelle produzioni mondiali, con numerosi Paesi in passato meno attenti alla qualità impegnati ad investire in nuove tecnologie. «In Brasile – aggiunge Carboniero – Whirlpool ha appena terminato un impianto 4.0, ordinando alcune nostre presse. La domanda di qualità e flessibilità cresce ovunque, anche al di fuori dell'Europa. E qui, nella fascia alta di mercato, noi italiani siamo leader». Qualità cruciale anche per il balzo della farmaceutica, che da anni (così come nel 2017) è tra i settori migliori per tasso di crescita. «Il 50% di ciò che facciamo – spiega il presidente di Farmindustria Massimo Scaccabarozzi – è legato a farmaci nuovi, con produzioni spostate da altri Paesi in Italia. E ciò accade perché la globalizzazione porta a concentrare le produzioni dove si trovano competenze, qualità, e produttività. La nostra crescita consistente nel tempo dimostra che stiamo approfittando di questo trend: un tempo il gap di volumi con la Germania era rilevante, secondo me l'anno prossimo si potrà persino annullare». L'altro tassello non marginale è quello dell'auto, con le immatricolazioni 2017 del settore nel mondo in crescita del 2,6% e performance nettamente superiori in mercati come Brasile, Russia, Argentina. Il +13,1% del nostro export di vetture tra gennaio e settembre non esaurisce l'intero beneficio, perché a questo prodotto è agganciata una platea di quasi 2mila componentisti che fatturano 40 miliardi, uno dei pilastri della meccanica made in Italy, non a caso in forte progresso. «Standard di omologazione e richieste tecnologiche si alzano ovunque – spiega Alberto Dal Poz, presidente di Federmeccanica e imprenditore della filiera automotive – e le nostre aziende sono in campo per approfittarne. Penso ad esempio alle nuove richieste per le auto ibride o elettriche, che richiedono una riprogettazione di molte componenti. A noi italiani va bene perché siamo veloci e flessibili. Noi, ad esempio, cresciamo per il quinto anno di fila ma questo non è un caso isolato. Per la nostra filiera di fornitura si tratta davvero di una grande opportunità».

**PROSPETTIVE POSITIVE**

L'Italia supera la Francia nell'America di Trump e diventa il decimo fornitore Carboniero: nella fascia alta di mercato siamo al vertice

**La mappa dei principali mercati di sbocco**





Made in Italy record in Usa e nei Brics

Peso: 1-7%,3-58%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
061-142-080
Telpress Servizi di Media Monitoring