

Esportazioni. Nel 2013 record storico con un +6,1% nell'ultimo trimestre (+4,5% nell'intero anno) - Berlino in calo dello 0,3%

Distretti più forti della Germania

L'affermazione sui mercati esteri grazie alla ripresa di Stati Uniti e Gran Bretagna

Luca Orlando
MILANO.

«Guardi, ho un minuto, sono qui con un cliente statunitense». Jacopo Guzzoni è di fretta, fa appena in tempo a confermarci che in effetti la domanda internazionale è in ripresa, fatto non banale perché - scandisce - «è l'export a tenerci in vita».

Assunto che vale per la sua Fomas, 80% di ricavi esteri su 365 milioni di vendite; per la filiera meccanica lecchese di cui l'azienda fa parte; più in generale per l'intero apparato distrettuale italiano. Che per fortuna, a fronte di una domanda interna in costante discesa, riesce a spuntare oltreconfine i migliori risultati della propria storia.

Per il sedicesimo trimestre consecutivo, come segnalata l'ultima edizione del Monitor distretti di Intesa Sanpaolo, le vendite estere sono cresciute, arrivando nel 2013 al record storico di 84,2 miliardi di euro. Nei 12 mesi il progresso è pari al 4,5%, che migliora oltre i sei punti percentuali restringendo l'analisi all'ultimo trimestre disponibile, tra ottobre e dicembre.

Crescita significativa, soprattutto se confrontata con il "resto del mondo", in Italia e altrove. Lo scatto del 6,1% dei distretti si confronta infatti con un più magro +3% per le aree non distrettuali (a parità di specializzazione produttiva) mentre nello stesso periodo il manifatturiero tedesco e quello francese addirittura vedono arretrare i propri ricavi oltreconfine. Intendiamo, per valore assoluto di export (1.094 miliardi) la Germania resta distante anni luce, ma almeno è confortante sapere che il di-

vario rispetto ai distretti si sta riducendo: situazione verificata sia nel quarto trimestre (+6,1% i distretti italiani, -0,3% l'export manifatturiero di Berlino) che nell'intero 2013 (+4,5% in Italia, -1,4% in Germania).

Scorrendo i dati si scopre che ad eccezione della metallurgia, frenata dalla caduta dei listini dell'oro e dalla ridotta domanda di acciaio, tutte le principali specializzazioni distrettuali italiane sono in crescita, con ben 101 aree su 143 capaci di chiudere il 2013 in territorio positivo, 11 in più rispetto al trimestre precedente. Risultati che hanno anche consentito alle aree a maggior specializzazione produttiva di realizzare lo scorso anno un avanzo commerciale vicino ai 58 miliardi. Anche in questo caso si tratta di un nuovo record, realizzato grazie soprattutto alla spinta di Stati Uniti, Germania e Regno Unito, paesi che da soli "spiegano" un terzo dei maggiori volumi realizzati.

«Ed è un fatto importante - spiega Fabrizio Guelpa, responsabile Industry di Intesa Sanpaolo -, perché si tratta di mercati più facilmente aggredibili dalle nostre Pmi. Nei mercati più remoti la situazione resta variegata, con alcuni paesi come India e Brasile in evidente difficoltà mentre Cina, Russia, e Paesi Arabi hanno incrementato in modo significativo gli acquisti».

Tra i 30 distretti più brillanti per crescita in valore assoluto dell'export sono rappresentate tutte le specializzazioni produttive: dieci nel sistema moda, otto agro-alimentari, sei nella meccanica, cinque nel sistema casa, un distretto nei beni intermedi.

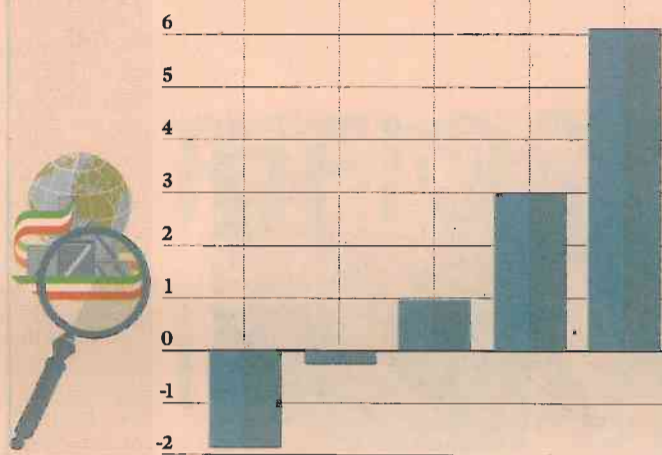
Sviluppo corale, che crea nei fatti una progressiva segmentazione dell'universo delle imprese portando verso risultati migliori le realtà più strutturate per vendere all'estero e spingendo invece sempre più in basso chi, per scelta o per necessità, conta principalmente sul mercato interno.

Visitando le aziende e guardando i loro numeri, si ha la conferma diretta di questo scenario: possono essere i macchinari da packaging della bolognese Ima, i caloriferi della lecchese Deltacalor, o ancora le viti hi-tech della brianzola Brugola oppure le moto della varesina Mv Agusta. Tutte aziende capaci nel 2013 di arrivare al record storico di ricavi. Grazie all'export.

Il polso della manifattura

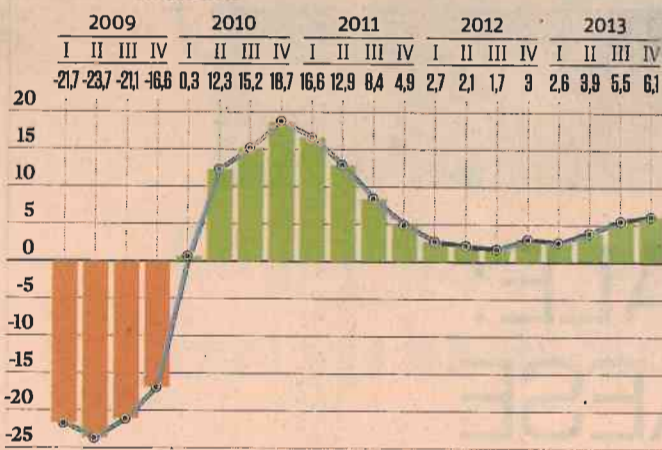
L'EXPORT NEL QUARTO TRIMESTRE

Variazione % tendenziale



L'EXPORT DEI DISTRETTI NEL 2013

Variazione % tendenziale



Fonte: Intesa Sanpaolo - Servizio Studi e Ricerche

I MIGLIORI

Differenza 2013 su 2012 e totale esportazioni. Dato 2013, in mln di €



L'ANALISI

Paolo Bracco

Quei distretti che non dobbiamo dimenticare

Continua da pagina 1

Gliesiti positivi dell'analisi dell'ufficio studi di Intesa

Sanpaolo vanno però letti in combinazione dialettica con il report - denso di interrogativi - presentato da Prometeia alla ventiquattresima giornata Franco Momigliano. Nel Monitor dei distretti di Intesa c'è un doppio piano: a livello nazionale la migliore performance, nell'ultimo trimestre del 2013, dell'export delle aree distrettuali (+6,1%) rispetto a quelle non distrettuali (+3%) mostra la loro capacità di soddisfare di più i mercati globali. Questo fenomeno endogeno - la migliore capacità di autorimodulazione dei "territori" rispetto al resto dell'economia italiana - appare nitido. E va appunto supportato con policy che riducano le zavorre che impediscono all'economia italiana, su quella parete, di salire più agilmente. Più problematico invece il raffronto fra l'export, su tutto il 2013, della manifattura italiana (costante rispetto al 2012) e di quella tedesca (-1,36%). In questo serve cautela, data la diversa natura delle nostre esportazioni, che alimentano fasi intermedie delle catene del valore, e delle loro esportazioni, che si trovano nelle parti alte. I distretti costituiscono una parte del tutto dell'economia italiana. Ma il problema vero è che la fisiologia di quest'ultima, pure nel rapporto virtuoso con i mercati internazionali, ha assunto una conformazione particolare, che racchiude un enigma sollevato da Prometeia: dal 1995 a oggi, la quota di valore aggiunto domestico sul valore aggiunto esportato dal nostro Paese è rimasta invariata. Per la Germania è diminuita del 12 per cento. Per gli Stati Uniti è scesa del 10%, per il Giappone del 13% e per la Cina del 25 per cento. L'Italia è stata dunque meno coinvolta nelle trasfusioni - tecnologiche e produttive, commerciali e manageriali - che hanno caratterizzato le catene internazionali del valore. L'Italia è molto meno agganciata ad esse. Nonostante questo, l'export - soprattutto distrettuale - va bene, molto bene. Per adesso. La domanda di fondo è se una simile dinamica strutturale difenderà anche in futuro il nostro Paese dalle pressioni competitive lungo tutte le fasi delle filiere o se, sul lungo periodo, finirà per inaridirle.

I territori. Regione trainata dall'oreficeria e dalla pelletteria

Toscana al top per crescita



Un miliardo in più. Nel 2013 la Toscana sbaraglia ogni concorrenza e si arrampica sul gradino più alto tra le regioni italiane in termini di crescita dell'export.

Un vero e proprio boom, un aumento delle vendite distrettuali del 9,2% che sale a oltre 12 punti nel quarto trimestre grazie alla crescita corale di molte specializzazioni del territorio. Oreficeria di Arezzo e Pelletteria/calzature di Firenze sono infatti i primi due distretti italiani per crescita di export in valore assoluto. Aree che da sole valgono quasi cinque miliardi di export con ben 660 milioni di ricavi aggiuntivi nel 2013, a cui si sommano le buone performance della pelletteria di Arezzo, dell'abbigliamento di Empoli, dell'olio fiorentino.

«Per il nostro settore - spiega Franco Baccani, presidente della sezione pelletteria di Confindustria Firenze - è fondamentale la collaborazione con i grandi marchi della moda e del lusso, che qui sul nostro territorio riescono a trovare una capacità manifatturiera unica al mondo: dalla conca all'accessorio siamo in grado di realizzare ogni oggetto e di farlo a livelli qualitativi di eccellenza». Export in corsa anche per l'oreficeria aretina, arrivata lo scorso anno per la prima volta a

superare i due miliardi di export. «C'è una fortissima domanda in arrivo dai paesi arabi e dall'Asia - spiega l'imprenditore Andrea Squarzialupi -, aree in cui il gioiello made in Italy è richiesto in modo particolare. C'è da dire però che sui margini non c'è molto da festeggiare: la concorrenza all'estero è spietata».

In termini di valori assoluti, con 19,6 miliardi di export, la Lom-

LA PERFORMANCE

Le vendite spinte dalle aziende di Arezzo e Firenze hanno incassato un miliardo in più del 2012

GLI INDICATORI

+9,2%
Il risultato toscano
Un vero e proprio boom nel 2013, con il picco del +12% messo a segno nell'ultimo trimestre dell'anno

5 miliardi
Oreficeria e pelletteria
Insieme, i due distretti toscani sfiorano i 5 miliardi di euro di esportazioni, con un incremento di 660 milioni nell'ultimo anno

bardia resta comunque saldamente al comando della classifica per regioni, aggiungendo rispetto all'anno precedente quasi mezzo miliardo di vendite, il 2,5% in più. Crescita legata in particolare alla rubinetteria di Lumezzane, alla metalmeccanica di Lecco e al legno-arredo di Monza e Brianza, mentre un pesante colpo di freno arriva dai metalli di Brescia (leggi, crisi dell'acciaio) e dalla meccanica strumentale di Varese, il cui export cede nell'anno 11 punti nell'area del tessile e delle materie plastiche. Al secondo posto si conferma il Veneto, forte di un export distrettuale che sfiora i 19 miliardi, in crescita di quasi cinque punti nel 2013 grazie in particolare alla conca di Arzignano (terzo miglior distretto su base nazionale per crescita dell'export) e all'occhialeria di Belluno. Performance brillante anche per il packaging di Bologna, arrivato al nuovo massimo storico di ricavi, e per le piastrelle di Sassuolo, in grado di compensare in Emilia-Romagna le performance meno brillanti di tessile e abbigliamento a Carpi e Rimini.

Nel mezzogiorno spicca l'ottimo risultato della meccatronica di Bari, in crescita del 23,7% e capace di spingere l'export distrettuale pugliese a quota 2,6 miliardi. La performance regionale (+12,4%) è la migliore di tutta Italia.

L.O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 ORE.com

In Fabbrica

VIAGGIO NEI DISTRETTI DEL MADE IN ITALY MANIFATTURIERO

VIDEO-REPORTAGE

Così nascono i prodotti delle nostre aziende

Dalle bici Colnago alle piastrelle Panaria, dalle moto Mv Agusta ai tessuti Albini: 13 video per raccontare la nascita di un prodotto

<http://stream24.ilssole24ore.com/programmi>

© RIPRODUZIONE RISERVATA

WWW.FORMAZIONE.ILSOLE24ORE.COM/BS

24 ORE BUSINESS SCHOOL Milano

6° MASTER ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'ARTE E DEI BENI CULTURALI

MASTER FULL TIME

MILANO, dal 19 MAGGIO 2014
5 mesi di aula e 4 di stage

Brochure, domanda di ammissione e date di selezione
www.formazione.ilssole24ore.com/bs/arte

Servizio Clienti
tel. 02 (06) 3022.324/3011
fax 02 (06) 3022.4482/2058
business.school@ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi
Milano - via Monte Rosa, 51
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 bis
Organizzare con estremo di qualità servizio 02 8001.000