

Data Stampa 118-Data Stampa 118  
**Virtù italiane**

Data Stampa 118-Data Stampa 118

### La crescita delle esportazioni e non solo. Parla Andrea Prete, presidente di Unioncamere

Roma. Altro che resilienza, l'Italia delle imprese ha sorpreso i più mostrando una solidità di fondo del tessuto produttivo. Colpisce soprattutto la sua capacità di esportare. "Siamo un paese piccolo, ma siamo diventati il quarto esportatore al mondo dopo Cina, Stati Uniti e Germania, prima del Giappone", sottolinea l'ingegner Andrea Prete, presidente dell'Unioncamere, l'associazione delle Camere di commercio che ha terminali ovunque ed è in contatto diretto con questo tessuto di quasi sei milioni di imprese. Se poi prendiamo la quota di esportazioni rispetto al prodotto lordo, in Italia è pari al 30 per cento, ma continua a salire, tanto che il ministro degli esteri Antonio Tajani ha azzardato un 40 per cento; al netto del suo entusiasmo può non essere un obiettivo irrealistico. Surclassiamo gli Stati Uniti, che raggiungono appena il 13 per cento, ci avviciniamo alla Germania. Il Giappone lo abbiamo già lasciato indietro, visto che arriva al 24 per cento. Un sorpasso storico se gettiamo lo sguardo al recente passato. Nel 2025 l'Italia ha venduto all'estero prodotti per 650 miliardi di euro, quest'anno sta facendo meglio con più 4,6 per cento in sette mesi, nonostante la guerra nel Golfo Persico e il blocco di Suez, i dazi di Trump, le barriere protezionistiche che si sono innalzate un po' ovunque.

Per valutare in pieno la capacità di penetrazione delle "cose belle che piacciono al mondo prodotte all'ombra dei campanili" (Carlo Maria Cipolla) bisogna tener conto del cambiamento di fondo avvenuto un quarto di secolo fa. "Un tempo si diceva che vendevamo all'estero svalutando la lira - aggiunge Prete - Oggi facciamo molto meglio con una valuta forte come l'euro". Una lezione per gli anti euro, ma anche una conferma che il made in Italy ha una forza intrinseca, basata sulla qualità del prodotto e sulla varietà che riguarda il mix delle merci vendute, ma anche le aree geografiche e i paesi con i quali commerciamo. E' un'altra virtù secondo il presidente dell'Unioncamere, che rende l'Italia flessibile e capace di adattarsi con rapidità maggiore della Germania che finalmente si è rimessa in moto. La ripresa della congiuntura tedesca dopo due anni depressi sta aiutando l'export italiano vista la stretta integrazione tra le due economie. Tuttavia la novità viene dal successo delle vendite negli Stati Uniti le cui porte

si sono socchiuse, ma è ormai impossibile che si chiudano del tutto. Aggiungiamo l'espansione in India o in

Indonesia nel momento in cui il mercato cinese si è fatto più difficile, o la buona partenza del Mercosur.

Quando parliamo di made in Italy pensiamo al cibo e alla moda, è una percezione diffusa tra il grande pubblico e non solo all'estero. Chi invece lavora e produce chiede all'Italia soprattutto componenti meccaniche e macchinari che restano al primo posto senza nulla togliere alle filiere del food e del fashion. Una novità degli ultimi anni è la forza della farmaceutica (non è un caso che sia finita nel mirino dei dazi trumpiani) mentre un vero e proprio boom sta investendo i cavi di ogni tipo. Un comparto che Prete ben conosce, per 30 anni ha prodotto cavi elettrici nella sua impresa, la IMC di Salerno. Con compiaciuto e ironico orgoglio campano ricorda che Prysmian, campione italiano e numero uno al mondo, ha ubicato vicino a Pozzuoli lo stabilimento di cavi più grande in assoluto. La success story della ex Pirelli Cavi venduta ai suoi manager con il sostegno della Goldman Sachs, ci introduce, dopo tanti brindisi di prosecco, ai punti deboli che le imprese italiane debbono superare. Non solo i costi (come l'energia), non solo i lacci e laccioli burocratici e politici, non solo la produttività che tiene bassi i salari, ma anche la taglia. "Piccolo oggi è meno bello di un tempo", dice Prete. Gli investimenti necessari per tenere il passo delle continue innovazioni sono enormi e sono grandi anche le difficoltà di reperire le competenze necessarie da parte di imprese troppo piccole. Infatti il tasso di penetrazione delle tecnologie digitali è inferiore a quello dei concorrenti, non parliamo poi dell'intelligenza artificiale. Il sistema delle camere di commercio aiuta le aziende a entrare nella nuova dimensione, un sostegno che parte dal basso, ma è evidente che occorre una spinta dall'esterno e non solo dal governo. Pensiamo alla finanza privata, alla borsa e alle banche. Il risanamento del sistema creditizio è stato fondamentale e ora il consolidamento può essere molto positivo, sostiene il presidente dell'Unioncamere. In fondo le banche stanno facendo quello che le grandi industrie private italiane non hanno saputo fare. Adesso possono essere decisive per uscire dalla trappola delle nicchie, eccellenti sì, ma comunque nicchie.

**Stefano Cingolani**

