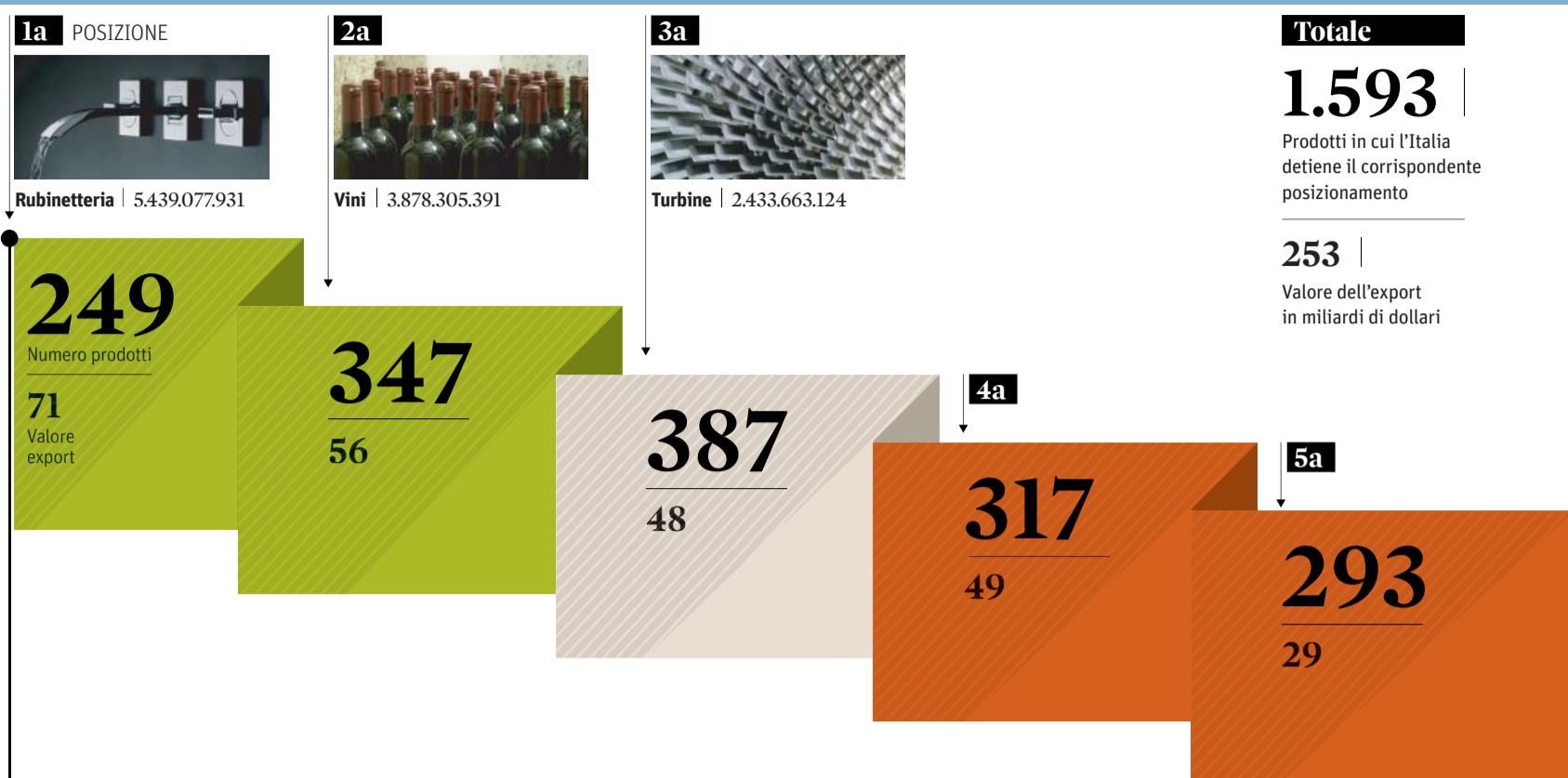


Esportazioni: i settori nelle prime cinque posizioni al mondo

SUL PODIO

Rubinerteria, vini e turbine a gas. Sono queste (in alto) le tre nicchie su cui il made in Italy vanta il primato mondiale dell'export. Settori di eccellenza in cui il nostro Paese totalizza nel complesso oltre 10 miliardi di dollari all'anno di esportazioni. Guardando ai dati dell'export per categorie merceologiche, i primati sono molti altri. Secondo «l'Indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale» su 5.517 prodotti censiti, il nostro Paese è leader mondiale di export per 249 nicchie, per un valore di 71 miliardi di dollari. Per altri 347 prodotti è al secondo posto nel mondo e per 387 è in terza posizione. Sommando le nicchie in cui l'Italia ha almeno la quinta posizione nel mondo (1.593) si arriva a un valore dell'export di 253 miliardi di dollari all'anno.



Primati del made in Italy. Tra gennaio e ottobre 2011 surplus di 39 miliardi, meglio dei tedeschi che restano ai livelli precrisi

Quell'export che batte la Germania

Primi esportatori al mondo per 249 prodotti sui 5.517 censiti - Un record da 71 miliardi

di Marco Fortis

Continua da pagina 1

Nel 2011 l'export italiano in valore è tornato ai livelli del 2008. Un risultato davvero importante se si considera che i record di allora furono raggiunti in un periodo in cui il commercio internazionale era gonfiato dalle "bolle" di domanda di tanti nostri Paesi clienti che acquistavano più di quanto non potessero permettersi (dagli USA alla Spagna, dalla Gran Bretagna alla Russia, da Dubai alla Grecia stessa). I risultati di export dello scorso anno, invece, sono stati conseguiti in un periodo grigio. Esportare con successo in simili condizioni poco favorevoli è segno di capacità d'intraprendenza: doti che certamente non mancano alle imprese italiane, che hanno saputo innovare, accrescere la qualità dei loro prodotti, arricchendoli anche di maggiori contenuti di servizio, nonché conquistare nuovi mercati.

son, insieme alla società di consulenza GEA, ha svolto un'approfondita analisi dell'export italiano nel quadro mondiale, basata su 5.517 prodotti: quelli, cioè, in cui la classificazione HS 1996 si divide in modo estremamente dettagliato il commercio internazionale. L'obiettivo dell'Osservatorio GEA-Fondazione Edison è stato quello di identificare il numero dei primi, secondi, terzi, quarti e quinti posti detenuti dall'Italia nell'export mondiale mediante un particolare algoritmo, che ha permesso la costruzione di un «Indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale», detto Indice Fortis-Corradini dal nome dei suoi autori.

Per quanto riguarda il 2009, è stato possibile appurare che, nonostante la grave crisi internazionale, l'Italia risultava prima esportatrice mondiale di 249 prodotti (per un valore complessivo di circa 71 miliardi di dollari), seconda esportatrice di 347 prodotti (56 miliardi) e terza esportatrice di altri 387 beni (48 miliardi). Le eccellenze del "made in Italy" si completano con altri 610 prodotti in cui il nostro Paese nel 2009 figurava quarto o quinto tra gli esportatori a livello mondiale (per altri 78 miliardi di dollari di export).

PUNTI DI ECCELLENZA
La forza del Sistema Italia sta proprio nelle "nicchie" e nell'elevata diversificazione delle sue specializzazioni

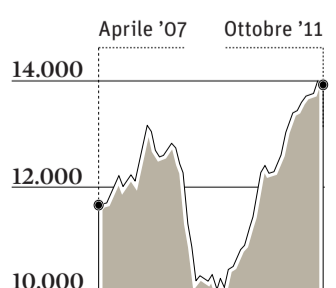
Ranking e trend

BILANCIA COMMERCIALE
Paesi del G20, anno 2010 (mld di dollari) per prodotti non alimentari.

1	Cina	583
2	Giappone	333
3	Germania	323
4	Corea del Sud	172
5	Italia	60
6	India	-6
7	Messico	-17
8	Sud Africa	-23
9	Indonesia	-25
10	Argentina	-26
11	Turchia	-27
12	Francia	-35
13	Arabia Saudita	-48
14	Brasile	-64
15	Gran Bretagna	-106
16	Canada	-107
17	Russia	-108
18	Australia	-110
19	Stati Uniti	-426

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati WTO

ESPORTAZIONI ITALIANE
Dati mensili destagionalizzati, milioni di euro.

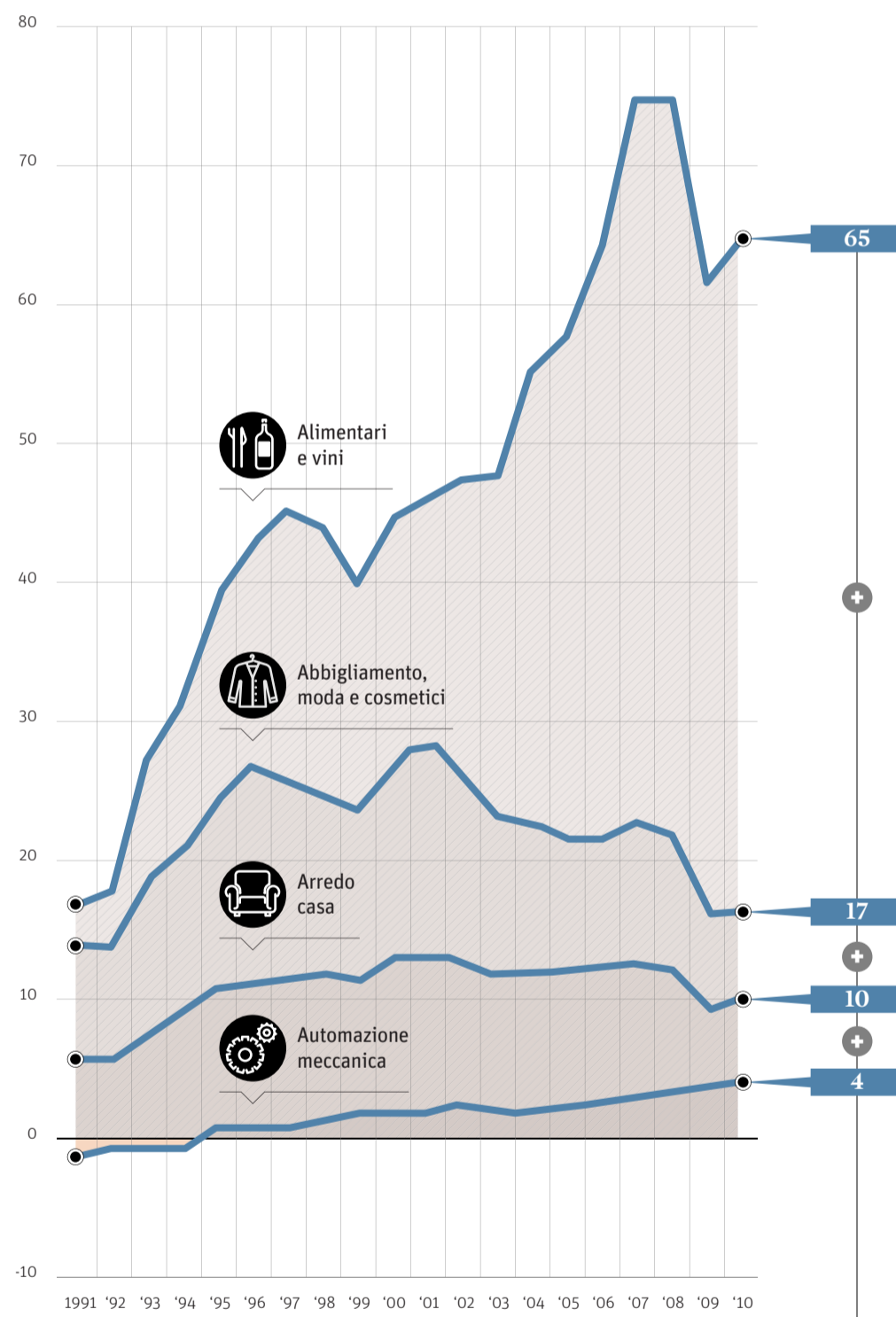


Da tempo sosteniamo che migliaia di imprese medio-grandi, medie e piccole sono le protagoniste di questo successo che ci permette di competere con Paesi che possono schierare molti più gruppi di grandi dimensioni e di rilievo multinazionale rispetto all'Italia, ma che non possiedono la nostra capacità di essere flessibili ed operativi in centinaia di tipologie di prodotti, dalle caratteristiche "quasi sartoriali". È in questi ambiti di attività che emergono come fattori vincenti del made in Italy la creatività, l'innovazione, la qualità, il design e una spiccata "artigianalità industriale", cioè la capacità di realizzare beni quasi "su misura" per i clienti, anche nei settori hi-tech come la meccanica o i mezzi di trasporto (si pensi alle macchine per imballaggio o agli yacht di lusso). La forza del "made in Italy", dunque, sta proprio nelle "nicchie" e nell'elevata diversificazione delle sue specializzazioni, che sono impregnate soprattutto sui macrosettori delle ormai note "4 A" (Alimentari-vini, Abbigliamento-moda, Arredo-casa e Automazione-meccanica-gomma-plastica).

I primi posti che l'Italia possiede nell'export mondiale spaziano dalle macchine e dalle tecnologie per l'agricoltura e il tabacco ai prodotti alimentari e alle bevande (in cui primeggiamo a livello mondiale nell'export di pasta, derivati del pomodoro, insaccati, caffè torrefatto, vermut, aceti, mentre nei vini abbiamo un secondo posto di peso) sino a molti tipi di macchine per l'industria alimentare. I nostri primati proseguono nella moda (con molti prodotti del tessile-abbigliamento, della pelletteria, delle calzature, dell'occhialeria, della componentistica di questi settori e dei relativi macchinari industriali). Ed abbiamo molti primati anche nell'export mondiale di beni d'arredo per la casa, la cucina e l'ufficio nonché nei materiali e nei prodotti meccanici per il sollevamento e l'edilizia (su tutti i rubinetti e le valvole). L'Italia, inoltre, possiede molti primati nell'export mondiale di prodotti dell'industria della carta, nonché di prodotti dell'industria metallurgica (dai tubi in ferro e acciaio ai lavori in alluminio) ed ha primati importanti anche nelle tecnologie della metallurgia, nelle tecnologie del caldo e del freddo (attrezzature frigorifere per il commercio), nonché nelle macchine per lavorare il legno e i minerali non metalliferi come le pietre ornamentali e le ceramiche. Siamo primi esportatori mondiali anche di diverse tipologie di prodotti in metallo, di macchinari speciali della meccanica hi-tech (tra cui le macchine per imballaggio, vari tipi di macchine per lavorare i metalli e le materie plastiche). Deteniamo primati anche nell'export di beni per il divertimento e lo sport (dagli yacht ai fuochi da caccia, sino a beni più di "nicchia" come le selle per bicicletta).

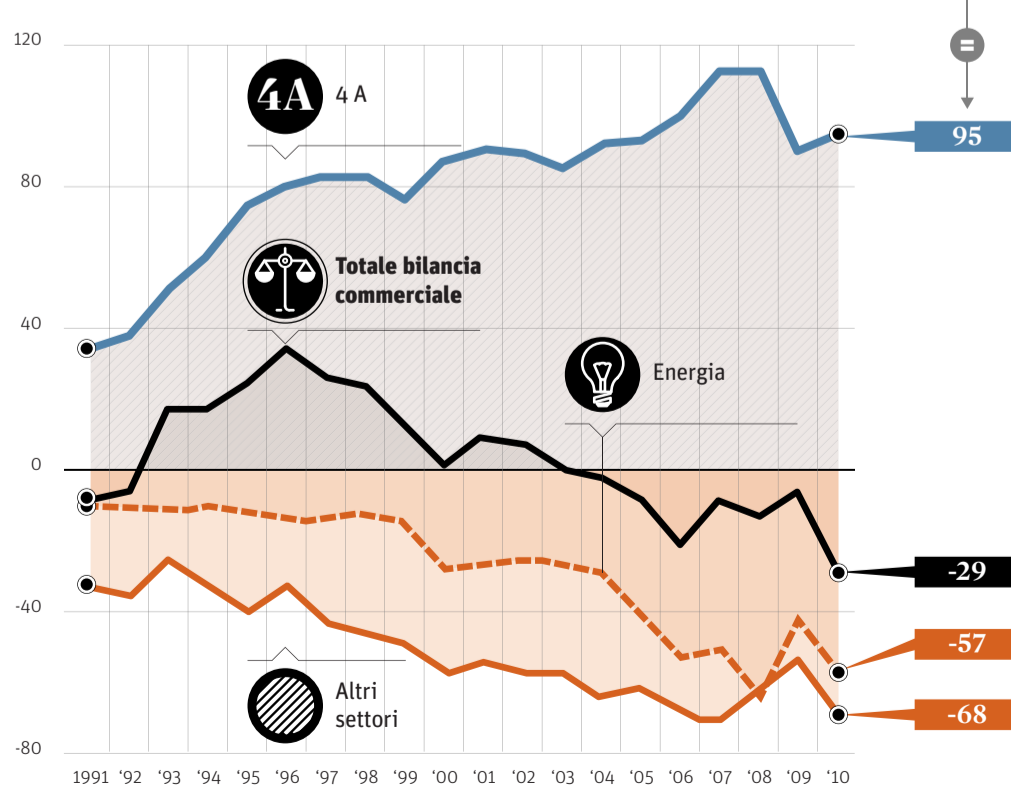
IL SALDO COMMERCIALE CON L'ESTERO DELLE "4 A" DEL MADE IN ITALY

Miliardi di euro



IL CONTRIBUTO DELLE "4 A" AL SALDO DELLA BILANCIA COMMERCIALE ITALIANA

Miliardi di euro



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat, Eurostat, UN Comtrade, Wto

Aerospazio. Nuovo lanciatore Avio per satelliti

Il razzo Vega porta l'Italia in orbita

di Massimiliano Zampini

Un'ora con gli sguardi tesi prima verso il cielo e poi sui monitor del centro di controllo e alla fine ingegneri e tecnici tutti a cantare l'Inno di Mameli, come fosse la finale dei Mondiali. Il lancio di collaudo di Vega dalla base spaziale europea di Kourou nella Guyana francese è stato un successo tutto italiano. Il nuovo lanciatore di piccole dimensioni, utile per portare in orbita bassa (700 km) satelliti scientifici e di osservazione della Terra, è infatti un programma europeo che ha visto l'Italia in prima fila fin da principio. Vent'anni fa l'Agenzia spaziale italiana (Asi) e Avio decisero di portare avanti un progetto per questo tipo di vettore, che nel 2000 è stato fatto proprio dall'Agenzia spaziale europea e da sette Stati che hanno deciso di finanziarlo. L'Italia a questo sviluppo durato dodici anni e costato 710 milioni di euro ha contribuito con una quota di fondi di oltre il 60%, ma si è anche garantita un ritorno industriale complessivo del 65%. Avio è il primo contraente industriale del programma attraverso Elv, joint venture partecipata al 30% da Asi, e ha investito 76 milioni di euro per lo sviluppo del grande motore in fibra di carbonio e a propellente solido P80FW.

Nel ruolo di prime contractor la società aerospaziale controllata dal fondo Cinven e partecipata da Finmeccanica coordina il lavoro di 40 aziende di 12 Paesi europei, mentre nel suo stabilimento di Colferro è realizzato il 65% del vettore. Altra azienda italiana con un ruolo rilevante è la Vitrociset che ha vinto una commessa da circa 120 milioni per tutte le infrastrutture di terra necessarie al lancio del razzo. Di «risultato straordinario» per l'Italia ha parlato il ministro dell'Istruzione e della Ricerca, Francesco Profumo, secondo il quale il programma ha «un'elevata efficienza economica e tecnologica» e potrà portare «rilevanti ri-

torni industriali e occupazionali». «Grazie a Vega - ha invece sottolineato l'ad di Avio, Francesco Caio - l'Italia è entrata nel club delle pochissime nazioni che hanno una loro tecnologia di accesso allo spazio». Il segmento di mercato di Vega è considerato molto promettente dal presidente dell'Asi, Enrico Saggese, il quale dice che «sono 50-60 i satelliti di piccole dimensioni che vengono lanciati ogni anno. Noi pensiamo di lanciare Vega due volte l'anno, ma è una previsione molto conservativa e riteniamo plausibile arrivare a cinque voli l'anno». E che il programma abbia buone potenzialità lo dimostra anche il fatto che la Germania si sia convinta ad aderirvi, come ha annunciato il presidente dell'Agenzia spaziale tedesca a Saggese in una telefonata subito dopo la conclusione della missione. Soddisfatto anche Pier Giorgio Romiti che di questo progetto è stato l'ideatore negli anni '90, quando era amministratore delegato di Fiat Avio. Fu lui infatti a negoziare e avviare il programma di sviluppo Vega, in concorrenza con il predominio francese e in un'epoca in cui, al di fuori dell'Europa, solo tre paesi al mondo, Stati Uniti, Russia e Cina, erano in grado di realizzare interamente un lanciatore spaziale.

COLOSSO GLOBALE

AVIO Spa

Attività
Costruzione di vettori aerospaziali

Proprietà
Fondo Cinven con la partecipazione di Finmeccanica

Fatturato 2 miliardi

Dipendenti 5.200 mila

Mercati
Il gruppo Avio ha sedi commerciali in quattro continenti

Macchine edili. Brevetto made in Bergamo

Così Despe demolisce ma non fa polvere

di Laura Cavestri

Demolire un grattacielo di 23 piani nel centro di Lione senza un grammo di esplosivo. Nessuna evacuazione né interruzione del traffico. Il cantiere è francese ma la tecnologia è tutta italiana. La prima macchina al mondo in grado di posarsi sul tetto di un grattacielo, abbracciarlo per 3 piani alla volta e demolirla a scalare si chiama "Topdown way" e il brevetto è "made in Bergamo". Quattrocento tonnellate di carpenteria metallica che, come una capsula, imbragga la sezione superiore della struttura e la fanno crollare, letteralmente, su sé stessa impedendo a detriti e materiale di scarto di fuoriuscire. Un lavoro di cesello, visto che per deconstruire ogni piano ci vuole, in media, una settimana. L'azienda madre è la Despe, nata nel '75 con Giuseppe Panseri, oggi una società per azioni non quotata e gestita dal fondatore assieme ai figli Stefano (amministratore delegato) e Roberto (coordinatore dei progetti).

«Negli anni '70 - spiega Stefano Panseri - in Italia mancava un settore della demolizione. Non c'era know-how né esperienza. Tuttavia, la demolizione si associa sempre e solo a esplosioni spettacolari e ruse. Invece, è ingegneria di precisione». La Despe - 45 milioni di fatturato nel 2011 e 80 dipendenti - ha curato la deconstruzione della torre scenica del Teatro alla Scala, a Milano, il salvataggio dei manufatti romani nei lavori di scavo della metropolitana di Napoli, ha smontato, pezzo per pezzo, lo stadio Giglio di Reggio Emilia così come abitazioni di cemento armato abbandonate da decenni in un quartiere ad alta densità come l'Eur a Roma. «La Topdown way - ha sottolineato Panseri - nasce dall'esi-

genza di ritagliare una soluzione sartoriale per un cliente specifico. Dopo quattro mesi di lavoro, il brevetto ci consente di impiegare la macchina in ogni esigenza analoga di demolizione di strutture, come torri o grattacieli, in città e aree urbane, con il minor impatto sull'ambiente e sulla normale routine». Soluzione innovativa in un mercato in cui la tecnologia non corre e l'Italia arranca dietro a Paesi più aggressivi, come Gran Bretagna, Germania, Olanda e Usa, che non lasciano spazio a nuovi competitori. «È comunque movimentare da un Paese all'altro uomini e mezzi così pesanti ha dei costi che rendono difficilmente permeabili i mercati esteri».

Per Despe, infatti, le prospettive 2012 non sono ottimistiche. «Sinora - ha concluso Panseri - siamo stati legati esclusivamente all'ambito italiano. Ma il mercato domestico dell'edilizia è in crisi. Rispetto ai 45 milioni di fatturato del 2011 ci aspettiamo un 30% in meno». A meno che Lione non faccia da battistrada. In agenda c'è già un contratto per la demolizione di un grattacielo nel business district di Parigi.

HI TECH DI FAMIGLIA

DESPE Spa

Attività
Demolizioni speciali e deconstruzioni di precisione

Proprietà
Giuseppe Panseri
Stefano Panseri
Roberto Panseri

Fatturato 45.000.000

Dipendenti 80

Brevetto
Topdown Way

Competitors principali
Gran Bretagna, Germania, Olanda, Stati Uniti