

Sud, l'export fa rotta sui nuovi mercati Campania apripista

**La politica di Trump e l'ipotesi dazi cambiano le scelte delle imprese
Gli accordi di governo con i Paesi arabi e l'Asia frontiere del
business**



LO SCENARIO

Nando Santonastaso

Il recentissimo Monitor dei Distretti di Intesa Sanpaolo lo aveva inserito tra gli elementi di approfondimento all'interno del monitoraggio dell'export del Mezzogiorno nei primi tre trimestri 2024: «Sta cambiando qualcosa, e in modo non proprio ordinario, rispetto ai mercati di destinazione dei prodotti del Sud vi si legge testualmente - Dall'analisi dei flussi per tipologia di mercato di sbocco emergono infatti da un lato "difficoltà nei principali mercati maturi, dall'altro segnali incoraggianti in alcuni mercati emergenti». È opportuno partire da qui per ragionare su come e, soprattutto dove, le imprese meridionali che esportano hanno in buona parte rivolto la loro attenzione già prima che al vertice dell'Amministrazione Usa tornasse Donald Trump e si

riproponesse il tema dei dazi. Se è vero infatti che gli Stati Uniti restano il principale mercato extra Ue anche per le aziende del Sud, al pari di Germania e Francia per l'Europa, con margini di crescita al 30 settembre non proprio trascurabili (+7,6% per le nostre merci in Francia, ad esempio, rispetto allo stesso periodo del 2023), è altrettanto vero che fanno sempre più notizia le performances del Made in Sud in Romania (+6%), Repubblica di Corea (+10,8%) e, soprattutto, Libia (+23,8%), effetto evidentemente quest'ultimo delle mutate relazioni commerciali con il nostro Paese. Ma non finisce qui perché all'elenco dei mercati che hanno visto crescere in questi mesi le nostre importazioni vanno aggiunti anche la Cina (+10,8%) e l'Arabia Saudita (+30%), un segnale tutt'altro che trascurabile specie se rapportato alla delicata situazione geopolitica internazionale. Non è un caso che, come sottolineato da Intesa Sanpaolo, che nel periodo gennaio-settembre 2024, le esportazioni dei distretti industriali del Mezzogiorno hanno raggiunto i 7,3 miliardi di euro, registrando una crescita dell'1,7% rispetto allo stesso periodo del 2023. Un dato che supera la media nazionale, ferma a +0,6% e che è maturato soprattutto nel secondo e terzo trimestre dell'anno, con una crescita rispettivamente del 3,6% e del 4%. Una spinta in questo senso è stata impressa anche dagli accordi siglati dal governo italiano e dai fitti rapporti bilaterali che hanno visto impegnata in prima persona la premier Giorgia Meloni.

LE TIPOLOGIE

A trainare le esportazioni meridionali sono, come ormai è chiaro, soprattutto il farmaceutico e l'agroalimentare, e non solo perché i mercati di riferimento sono da tempo consolidati (la Svizzera per i prodotti Novartis che arrivano dal sito di Torre Annunziata, ad esempio). La vera novità è che sono proprio le filiere a cui fanno riferimento le piccole e medie imprese meridionali, il tessuto connettivo del sistema produttivo dell'area, ad accrescere le potenzialità di queste ultime. In altre parole, se il farmaceutico punta a mercati importati come la Cina o il Giappone è perché può contare sulla capacità delle aziende campane (e pugliesi) di reggere questa sfida. Il Sud, si legge nel report della banca, «sta dimostrando una significativa capacità di adattamento nonostante un contesto internazionale caratterizzato da incertezza economica e debolezza della domanda». Lo sottolinea anche Riccardo Monti, già presidente dell'Ice e tra i più attenti osservatori delle dinamiche dell'export, in particolare del Mezzogiorno: «Tante aziende si stanno interrogando, preoccupate, sul possibile impatto dei dazi americani. Pur premettendo che il mercato Usa è particolarmente importante essendo in valore assoluto il secondo mercato di esportazione del Made in Italy e "ricco" (perché si fanno buoni margini) bisogna ricordare che le imprese italiane e meridionali hanno sempre dimostrato capacità di adattamento. Sapere aprire nuovi mercati è un fattore fondamentale di successo. Per fortuna il sistema Italia si è dimostrato in questi anni molto efficace nell'accompagnamento delle aziende verso nuove geografie». Dove? Monti non ha dubbi: «Parlo di un esercizio già fatto a suo tempo con la Russia, ad esempio. Ma in questo momento Paesi come l'Arabia Saudita, l'Indonesia, la Colombia, il Messico, stanno dando grandi soddisfazioni alle aziende che hanno aperto queste rotte. E il sistema istituzionale di supporto, dalla Simest a Ice e a Sace, è attrezzato per questo tipo di lavoro di accompagnamento. Naturalmente gli strumenti del sistema vanno attivati per tempo, lavorando sulle fiere, sulle missioni settoriali e soprattutto sugli "incoming" che permettono spesso senza muoversi dal nostro paese di incontrare buyers di queste nuove geografie. Questo vale soprattutto per i nostri settori di beni di consumo, come agroalimentare, moda e accessori, gioielli. Sui beni strumentali e di investimento i tempi di apertura delle nuove geografie sono invece di solito più lunghi».

IL MEDIO ORIENTE

Il ragionamento si sposa in pieno con la politica adottata dal Governo di sostenere l'export delle nostre imprese con una forte presenza proprio sui mercati emergenti: gli accordi sottoscritti di recente negli Emirati Arabi, in Bahrain e soprattutto in Arabia Saudita lo dimostrano e parliamo di aree strategiche anche in chiave geopolitica oltre che di specifico interesse per l'Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA