

Le terre d'Arabia nuova frontiera dell'export italiano

IN DUE ANNI LE VENDITE A CLIENTI TEDESCHI SI SONO RIDOTTE DI 6,5 MILIARDI. QUELLE VERSO EMIRATI E SAUDITI SONO CRESCIUTE DI 3,6

segue dalla prima pagina

Marco Fortis

Il prezzo dell'energia rimarrà molto più alto per le imprese e le famiglie tedesche di quanto non fosse prima della guerra russo-ucraina. L'immigrazione non è stata gestita con quell'efficienza teutonica che si sarebbe potuta immaginare quando la cancelliera Merkel aprì i confini tedeschi all'arrivo di centinaia di migliaia di profughi. Il divario tra la Germania dell'Ovest e la Germania dell'Est ha esasperato le tensioni sociali e i risentimenti. L'inflazione, paura atavica dei tedeschi, ha fatto crollare i consumi privati mentre gli investimenti, con il vincolo del debito in costituzione, sono fermi.

È auspicabile che il nuovo cancelliere Friedrich Merz possa avviare efficaci politiche di rilancio dell'economia tedesca. Dobbiamo sperarlo nell'interesse dell'Europa e dell'Italia. E prima o poi l'export italiano verso la Germania sicuramente si riprenderà. Ma ci vorrà del tempo. Molto tempo.

Intanto, scopriamo invece che nel periodo gennaio-novembre 2024 l'Italia ha esportato verso gli Emirati Arabi Uniti, al centro dell'importante Business Forum romano di questi giorni, 7,2 miliardi di euro di merci, cioè 1,7 miliardi in più (+31,9%) rispetto allo stesso periodo di due anni fa (mancano ancora i dati definitivi per l'intero 2024). Anche verso l'Arabia Saudita il nostro export è aumentato considerevolmente negli ultimi due anni, toccando nei primi undici mesi del 2024 i 5,5 miliardi di euro, cioè 1,9 miliardi in più (+52,8%) rispetto allo stesso periodo del 2022. In sostanza, le esportazioni italiane verso questi due soli Paesi della penisola araba hanno compensato la metà di quanto il made in Italy ha perso sul mercato tedesco. È la forza della nostra diversificazione in termini di prodotti e mercati. È la carta vincente del Sud globale, visto che verso i Paesi Asean e del Mercosur abbiamo recuperato in due anni altri due miliardi di euro circa rispetto a quanto perso sul mercato tedesco.

Ma soprattutto possiamo ben dire, tornando alla penisola arabica, che essa è sempre di più un nuovo pilastro del nostro export: una sorta di nuova "Arabia Felix", spostata però più a Nord di quella vera dell'epoca romana (corrispondente agli attuali Yemen e Oman), oggi situata invece sull'asse Gedda-Dubai. Di sicuro si tratta di un'area geografica davvero "felix" per il made in Italy. Infatti, considerando le esportazioni italiane complessive verso Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Qatar, Kuwait e Bahrein, esse sono ammontate nel periodo gennaio-novembre 2024 a ben 16,2 miliardi di euro. Con anche l'Oman e lo Yemen (quest'ultimo, peraltro, insignificante) si arriva a 16,6 miliardi, cioè 2,6 miliardi in più di quanto l'Italia ha esportato in Cina nello stesso periodo, pari a 14 miliardi. EAU, Arabia Saudita e Qatar sono i tre principali Paesi di destinazione del nostro export nella penisola arabica. Da soli, questi tre Paesi rappresentano 14,8 miliardi di esportazioni italiane, sempre nel gennaio-novembre 2024, e valgono ormai di più della Cina.

IL MAINSTREAM

Indubbiamente la Cina è per noi un mercato molto importante e presenta un buon potenziale ancora da cogliere per le nostre imprese. Ma viene da sorridere amaramente ripensando a quando all'inizio del nuovo secolo il mainstream imperversante nella politica italiana, tra i commentatori, gli economisti e persino tra una certa élite di nostri imprenditori indicava ostinatamente nella Cina il nuovo "Eldorado" per il made in Italy. Un mercato talmente ricco, si favoleggiava, che sarebbe stato in grado in futuro di più che compensare le ingenti perdite di quote mondiali che la concorrenza asimmetrica e i dumping della Cina stavano allora arrecando ai distretti e alle piccole e medie imprese italiane esportatrici.

In un mio articolo di vent'anni fa ("Sfida cinese, per l'Italia i calcoli non tornano", Il Sole 24 Ore, 25 gennaio 2005) misi in guardia circa le esagerate magnificazioni del potenziale del mercato cinese. E scrissi che, anche nella migliore delle ipotesi, difficilmente il nostro export verso la Cina avrebbe mai potuto nemmeno lontanamente avvicinare quello verso una singola nazione mediterranea come la Spagna o quello verso l'Europa dell'Est. Previsioni che, passati vent'anni, si sono puntualmente avverate. Nel 2024, infatti, l'export italiano verso la Spagna è stato pari a 34,5 miliardi di euro, tuttora oltre 2 volte il doppio di quello verso la Cina (15,3 miliardi nell'intero scorso anno). Mentre non c'è nemmeno bisogno di scomodare l'intero Est Europa, basta solo il nostro export verso la Polonia, pari a 19,8 miliardi nel 2024, per trovare un singolo mercato dei Paesi dell'ex impero sovietico per noi più importante della Cina, e non di poco.

È invece la penisola araba il vero nostro nuovo "Eldorado" fuori dall'Europa, con Emirati Arabi, Arabia Saudita e Qatar in testa. Ben vengano, dunque, nuovi accordi di collaborazione e investimenti reciproci tra l'Italia e questi Paesi, che mostrano di saper apprezzare sempre di più i nostri prodotti e le nostre tecnologie. L'export del made in Italy verso Dubai, Abu Dhabi, Riad, Gedda e Doha cresce a ritmi notevolissimi. Prendiamo il caso degli Emirati Arabi Uniti. In due anni, il nostro export di moda è aumentato del 77,7% (superando nei primi undici mesi del 2024 il miliardo e 100 milioni di euro). L'export di macchine e apparecchi meccanici (1,3 miliardi di euro) è cresciuto del 50%, quello di apparecchi elettrici (526 milioni) del 67,2%. Ma vanno forte anche gli alimentari, bevande e tabacco (365 milioni), in aumento del 33,1%.

Prima del Covid, nel 2019, la Cina era più importante della Penisola Araba come mercato di destinazione del nostro export. Oggi, dopo soli cinque anni, è il contrario. Sempre nel 2019, la Cina era il nono mercato per il nostro export e gli Emirati Arabi Uniti erano il ventiduesimo. La Cina è ora scesa all'undicesimo posto, mentre gli EAU hanno guadagnato sei gradini, sono saliti al sedicesimo posto e stanno per raggiungere il Giappone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA