

A settembre giù l'export extra Ue

Ma continuano a crescere i mercati dei Paesi Asean (+22,9%) e gli Stati Uniti (+18,5%)

Emanuele Scarci

MILANO

L'export italiano perde colpi sui mercati lontani. Il dato Istat dello scorso settembre è una conferma dell'appiattirsi del trend del made in Italy sui mercati extra Ue ma il fenomeno ha un nome e un cognome preciso: il rallentamento dell'economia cinese si è trasformato in un boomerang per il nostro export, ma la vivacità com-

GLI IMPRENDITORI

Mataluni: da gennaio Olio Dante sarà da Walmart
Anzani: negli Stati Uniti la ripresa dei mutui sta tirando l'arredamento

plensiva dell'Asia, degli Usa e dell'Opec ci tengono a galla. E in un momento di incertezza come questo ne esce ingigantito l'agroalimentare che marcia a doppia cifra negli Usa (+10%) e in Asia (+20%): il battistrada dello sviluppo rimane il vino, con 2,2 miliardi (+11%). Per fine anno l'export di agroalimentare stabilirà il nuovo record storico con 31 miliardi.

«Sui mercati più lontani - os-

serva Vincenzo Mataluni, ad degli Oleifici Mataluni (detentori di brand come Olio Dante, Topazio e Oio) - ci sono grandi spazi di crescita. Nell'olio in Giappone le nostre vendite aumentano di mese in mese e negli Stati Uniti, dove siamo presenti dagli anni 90, le nostre prospettive migliorano nettamente: dopo due anni di lavoro, da gennaio Olio Dante sarà sugli scaffali di Walmart. Nel 2013 l'export grazie a Usa e Giappone crescerà del 10% e l'incidenza salirà al 40%». Dall'agroalimentare all'arredamento di alto livello la musica non cambia. «Segnale - intervienne Giovanni Anzani, presidente del gruppo di arredamento Poliform-Varenna - che gli Stati Uniti hanno riaperto il motore: le banche hanno ripreso ad erogare mutui e il contract è in accelerazione. La Russia è ormai una realtà: cresciamo del 30%».

A settembre, secondo l'Istat, l'import ha incassato un -4,3% e l'export un -2 per cento. Relativamente ai primi 9 mesi il bilancio è però molto positivo: +9,1%. La flessione congiunturale dell'export investe diversi macro settori: energia (-15,9%), beni di consumo non durevoli (-2,2%) e beni strumentali (-1,4%) mentre i

UCIMU

Calo diffuso degli ordini nel terzo trimestre

Frenano gli ordini di macchine utensili nel terzo trimestre. L'indice degli ordini di macchine utensili, elaborato dal Centro studi di Uci-mu, segna un calo del 16,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Sul risultato pesano, anche se in misura differente, i negativi riscontri raccolti dai costruttori italiani sia sul mercato interno che estero.

In particolare l'indice ordini relativo all'attività oltre confine registra un arretramento dell'11,8% rispetto al periodo luglio-settembre 2011, tuttavia il rallentamento è accettabile poiché si confronta con rilevazioni da record. Negativo l'andamento della raccolta ordini dei costruttori italiani sul mercato interno, con una riduzione pari al 42,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

beni di consumo durevoli (+4,1%) e i prodotti intermedi (+0,3%) sono in crescita.

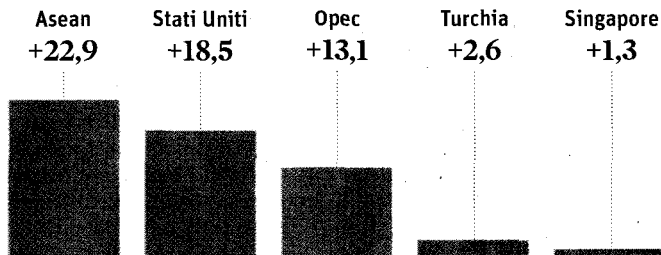
A settembre la bilancia commerciale è in rosso per 596 milioni, meglio rispetto a settembre 2011, -1,832 miliardi. I mercati che tirano di più sono Asean (+22,9%), Stati Uniti (+18,5%), Opec (+13,1%), Turchia (+7,2%) e Giappone (6,2%). In caduta libera le vendite verso Cina (-18,9%) e Mercosur (-13,9%). Eppure nel terzo trimestre il Pil della Cina è balzato del +7,4% anche se in frenata rispetto +8,1% del primo e al +7,6 del secondo. «La Cina e anche l'India - aggiunge Mataluni - rimangono nel mirino ma il consumo di oli vegetali si fa strada molto timidamente. Per questo credo che ci sia bisogno di una campagna istituzionale che accompagni la nostra presenza».

Anche Anzani sottolinea le difficoltà di operare in Cina. «Il nostro export è del 60% - conclude Anzani - e contiamo di arrivare al 65% anche senza la Cina: per il mobile il mercato cinese è appetibile ma prima i consumatori vanno educati al gusto del bello e della qualità. Far capire loro la differenza tra un originale e un'imitazione».

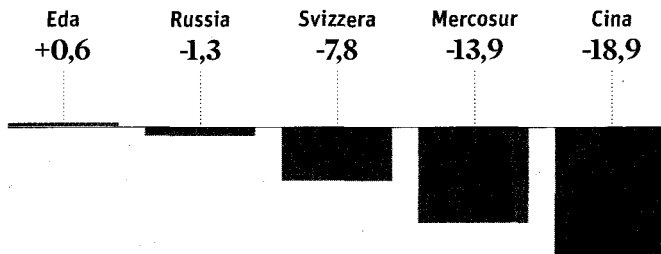
I partner commerciali dell'Italia

Esportazioni settembre 2012 - variazione %

I PIÙ DINAMICI



I MENO DINAMICI



ASEAN (Associazione delle Nazioni del Sud-Est Asiatico): comprende Brunei, Cambogia, Filippine, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar (ex Birmania), Singapore, Thailandia, Vietnam

OPEC: comprende Algeria, Angola, Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Iran, Iraq, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar, Venezuela e dal 2008 Ecuador. L'Indonesia non fa più parte dell'OPEC a partire da gennaio 2009, per rendere omogenei i confronti degli ultimi due anni delle serie storiche i paesi OPEC la escludono a partire da gennaio 2007

Mercosur: comprende Brasile, Paraguay, Uruguay, Argentina

EDA (Economie dinamiche dell'Asia): comprende Singapore, Corea del Sud, Taiwan, Hong Kong, Malaysia e Thailandia