

# Scambi. Istat: effetto Russia (-23,2%) e Giappone (-19,6%) L'export verso i Paesi extra-Ue in flessione a novembre (-1,8%)

Laura Cavestri  
MILANO

Il pianeta - a scampo di equivoci - continua ad abbracciare il made in Italy. Ma sono le "zavorre" che pesano su alcuni dei nostri migliori clienti (Giappone, Turchia e soprattutto Russia e Ucraina) a pesare su quel -1,8% di calo dell'export italiano verso i Paesi extra-Ue, reso noto ieri dall'Istat, per il mese di novembre (rispetto al mese precedente, cioè ad ottobre).

Un piccolo tonfo. Ma al netto dei prodotti energetici la diminuzione congiunturale dell'export a novembre (-0,4%) è molto meno sensibile. Alla flessione delle vendite di prodotti non energetici hanno concorso i prodotti intermedi (-2,7%) e, in misura meno rilevante, i beni strumentali (-0,3%). Ma non i beni di consumo durevoli, ad esempio, che galoppiano (+6,6%). Complessivamente, però, la dinamica export-import con l'area extra-Ue continua a suonare note positive.

Nell'ultimo trimestre la dinamica congiunturale dell'export verso "il resto del mondo" è risultata comunque ampiamente positiva (+3,2%) e investe tutti i raggruppamenti principali di beni,

esclusa l'energia (-1,6%). Le vendite di beni strumentali sono in rilevante espansione (+7,8%). Rispetto a un anno fa, l'export si attesta comunque a +2,6 per cento.

Anche dal lato dell'import, sul trimestre e su base annua, si registrano (al netto dei prodotti energetici) incrementi positivi, rispettivamente, del 3,5% e del 13,5 per cento (segno che dopo mesi di paralisi la "macchina" manifatturiera è tornata ad acquistare).

Tanto che a novembre 2014 l'avanzo commerciale è pari a oltre 2,7 miliardi di euro (era a +2,3 miliardi a novembre 2013).

La mappa fa emergere subito le diverse velocità cui sta procedendo il commercio internazionale. I mercati di sbocco più dinamici sono nel sudest asiatico: ovvero i paesi Asean (esclusa la Cina) cresciuti del 19,7%, i paesi Eda (ovvero gli emergenti del sudest asiatico: Thailandia, Malesia, Taiwan, Hong Kong, Singapore e Corea del Sud), dove le vendite di "Made in Italy" sono aumentate dell'8,7% e gli Stati Uniti (+15%). La Cina è positiva ma corre meno (+2,2 per cento). Una forte espansione che contrasta con la marcata flessione delle vendite verso Russia (-23,2%), Giappone

(-19,6%), Mercosur (-8,1%) e Turchia (-2,6 per cento).

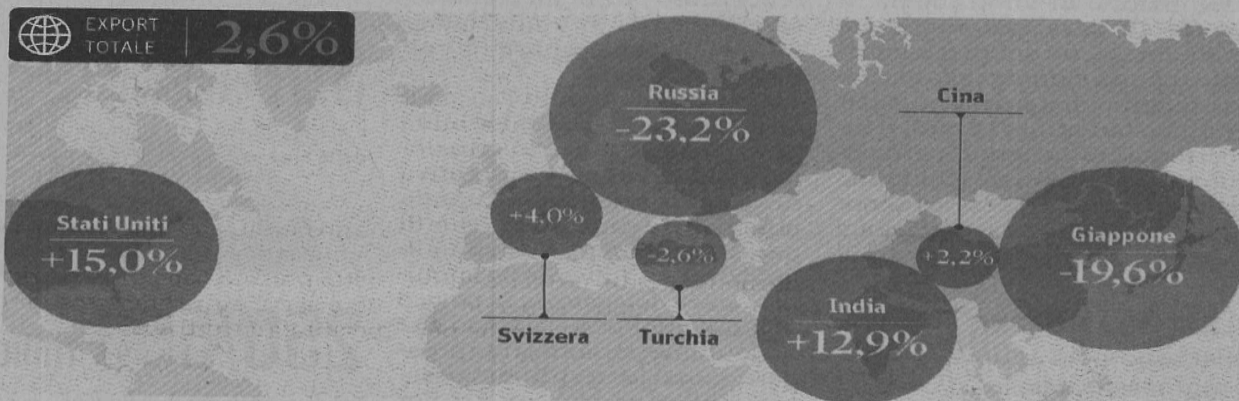
Insomma, le difficoltà sembrano molto concentrate su alcuni Paesi e aree. Che però sono spesso tra i nostri maggiori (o migliori) clienti. Il Giappone è ancora appesantito dalla domanda interna, la Turchia si barcamena tra crisi economica e tensione politica, in Russia la caduta del rublo e le sanzioni incrociate affondano la domanda di Made in Italy in arrivo da Mosca.

Secondo Coldiretti, le nostre esportazioni in Russia sono crollate del 23,2% a novembre e se si manterrà questo trend a fine anno l'Italia avrà perso almeno 1,2 miliardi di vendite nel Paese. Nei primi dieci mesi rispetto allo scorso anno le esportazioni sono diminuite in media del 10,5%, con cali anche più pesanti per agricoltura (-25,8%), automobili (-45,4%), mobili (-7,5%), abbigliamento e accessori (-15,2%) e apparecchi elettrici (-5,2%). Nell'agroalimentare, poi, fa notare Coldiretti, alle mancate vendite si aggiunge l'*Italian sounding*, cioè i prodotti "locali" ma di imitazione italiana che erodono quote di mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'export extra Ue di novembre

Variazioni percentuali tendenziali - Principali Paesi



### FLUSSI COMMERCIALI CON PAESI EXTRA UE

Dati destagionalizzati 2013-2014, var % congiunturali



Dati grezzi 2013-2014, var. % tendenziali

