

Sempre più internazionali le regioni del Centrosud



DI FRANCESCO NINFOLE

Sono nell'ordine la Lombardia, il Piemonte, il Veneto, il Friuli-Venezia Giulia e l'Emilia Romagna. Sono le cinque regioni italiane che guidano il processo di internazionalizzazione dell'economia italiana, stando ai risultati del primo rapporto sull'argomento elaborato da Intesa Sanpaolo e Srm (Studi e Ricerche per il Mezzogiorno), che misura il grado di apertura delle singole regioni all'economia globale, non solo in termini di import ed export ma anche di vicinanza e collegamento con le aree economiche determinanti per la crescita globale. I risultati della ricerca sono stati presentati ieri dal direttore generale di Intesa Sanpaolo, Gaetano Miccichè, e dal capo del servizio studi della banca milanese, Gregorio De Felice. Lo studio evidenzia che i valori relativi al Centrosud Italia ha mostrato un forte recupero negli ultimi anni, anche per effetto del forte ritardo di partenza, che tuttavia non è stato ancora colmato. Il Lazio in pochi anni ha scalato la speciale classifica dell'internazionalizzazione, passando da nono posto nel 2006 al sesto del 2010. Diverse regioni del Meridione, cioè Sardegna, Campania, Calabria, Abruzzo, Puglia, Sicilia, tra il 2006 e il 2010 hanno mostrato progressi significativi: queste regioni hanno registrato performance migliori rispetto alla media italiana. Il Centro è stato trainato dalla straordinaria performance del Lazio, che ha compensato le difficoltà

incontrate dalle Marche, colpite dalla crisi di alcuni importanti distretti. In miglioramento anche le regioni del Nord, che tuttavia hanno avuto tassi di crescita più contenuti, penalizzate più di altre dalla crisi che si è abbattuta sui mercati nel biennio 2008-09 a causa dell'elevata dipendenza della loro economia dall'export. Cinque regioni su otto hanno registrato performance inferiori alla media nazionale (Veneto, Lombardia, Emilia Romagna, Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige).

«Le tre parole magiche che accompagnano l'idea di crescita sono ben note: dimensione, innovazione e internazionalizzazione», ha commentato Miccichè: «E, in particolare, solo con un'adeguata dimensione si possono realizzare progetti per innovare processi e prodotti o studiare percorsi di sviluppo e consolidamento fuori dai confini nazionali». Quando si affronta il tema dell'internazionalizzazione, secondo Miccichè, è necessario superare lo stereotipo dell'azienda che si insedia solo dove realizza economie e risparmi di costi: «Tutto questo non è più sufficiente: le imprese devono comprendere il mercato, capire dove va la domanda e devono relazionarsi con un mondo che è cambiato: nuovi Paesi, nuove ricchezze e nuove esigenze».

Il Mezzogiorno, pur rafforzando il suo grado di internazionalizzazione, resta però molto distante dai livelli medi italiani e, soprattutto, dai picchi massimi toccati nelle regioni del Nordovest. Il ritardo del Mezzogiorno è generalizzato: riguarda tutte le regioni e tutti gli indicatori di internazionalizzazione considerati dall'analisi,

con punte negative per gli investimenti diretti esteri e per la presenza di studenti stranieri. «Le cause del ritardo meridionale sono molteplici e, molto spesso, abbracciano, contemporaneamente in un circolo vizioso, fattori di tipo economico, sociale e politico», ha sottolineato l'analisi. «Preme, in particolare, ricordare i freni posti dal mancato

sviluppo di un ricco tessuto produttivo manifatturiero e dalla quasi totale assenza di imprese di grandi dimensioni». Insomma, il nanismo delle imprese meridionali, se può offrire vantaggi in termini di flessibilità, rende anche difficile affrontare con successo mercati sempre più concorrenziali e soprattutto raggiungere i mercati ad alto potenziale di crescita. Al contrario, nonostante una minore dinamicità nella seconda metà degli anni Duemila, le regioni del Nord continuano a primeggiare per grado di internazionalizzazione non solo in Italia, ma anche in Europa, dove brillano per propensione a esportare e capacità di attaccare nuovi mercati. (riproduzione riservata)

