

## Made in Italy

# Euro debole, il cambio ha già perso il 10% L'effetto svalutazione può aiutare l'export

**ALESSANDRO BONINI**

**L'**Europa scivola di nuovo verso il baratro della recessione, mentre l'Italia ci è già ricaduta dal primo trimestre di quest'anno. Ma c'è almeno uno strumento che potrebbe inaspettatamente essere d'aiuto: la moneta unica.

I nuovi piani della Bce e soprattutto il divario con la crescita americana hanno creato un effetto svalutazione competitiva, che ha visto l'euro lasciare sul terreno oltre il 10% in poche settimane. Per le imprese, soprattutto quelle del Made in Italy, una cosa è esportare con un cambio a 1,40 dollari, come avveniva prima dell'estate, e un'altra è farlo a 1,26-1,27 (con un minimo toccato la settimana scorsa a 1,25 spaccati). «Indubbiamente il rafforzamento del dollaro sull'euro sta aiutando, un poco, le esportazioni italiane», ammette il Direttore generale di Sistema moda Ita-

lia, Gianfranco DiNatale. La speranza però, è vedere il cambio scendere fino a 1,20, livello indicato anche come obiettivo ufficioso delle manovre espansive targate Bce. «È solo da questo cambio in giù che si potrà effettivamente avere una decisa accelerazione», avverte Di Natale, a nome di un settore indubbiamente trainante per l'export tricolore.

Un ruolo che spetta in misura crescente all'industria elettrotecnica ed elettronica italiana, dove contano ben altre leve competitive come l'innovazione tecnologica; ma un cambio più favorevole aiuta nella conquista di mercati extraeuropei. «Se nel 2003 le esportazioni di tecnologie verso i mercati extraeuropei erano poco meno del 50%, nel 2013 hanno superato il 57% del totale esportato», spiega Claudio Andrea Gemme, presidente di Anie Confindustria. «In questo contesto, l'indebolimento dell'euro potrebbe certamente rappresentare un elemento positivo a sostegno delle esportazioni settoriali».

Una moneta unica più debole deve però compensare anche i rischi derivanti dalle sanzioni europee alla Russia; un boomerang per gli esportatori, anche se i rispettivi settori non sono stati colpiti direttamente da rappresaglia, come sta avvenendo per l'agro-alimentare. «In ambito extra europeo - spiega ancora Gemme - la Russia è un mercato importante, che si colloca oggi fra i primi dieci partner commerciali di Anie con una quota vicina al 5%. Nell'ultimo decennio le esportazioni Anie verso il mercato russo sono cresciute a un tasso medio annuo vicino al 10%. Se guardiamo ai primi sette mesi del 2014 l'export delle nostre tecnologie ha invece visto un rallentamento. Su queste tendenze non pesano tanto le sanzioni, che non hanno colpito direttamente i nostri settori, ma il generale clima di incertezza che ha bloccato le decisioni di spesa di consumatori e investitori in Russia e Ucraina. L'effetto contagio potrebbe per—tanto ripercuotersi negativamente e in misura più marcata».

