

EDITORIALE

di Clara Caselli

L'Italia è un Paese molto aperto agli scambi internazionali, molto più delle grandi potenze mondiali, come gli Stati Uniti, il Giappone e l'Europa considerata come un tutto unico. Questa apertura viene da lontano, come eredità di un'Italia Paese di traffici e di mercanti, e tuttora l'internazionalizzazione è più di tipo mercantile che produttivo: l'"inseguimento" multinazionale è iniziato da poco.

Le principali caratteristiche del "modello" italiano di internazionalizzazione, che lo differenziano nettamente da quello degli altri Paesi industriali, riguardano il tipo di prodotti venduti, gli sbocchi, le tipologie di imprese interessate.

Dal primo punto di vista, non soltanto gli scambi di merci sono molto più importanti degli investimenti diretti, ma prevalgono all'interno dei primi le componenti meno interessanti sotto il profilo tecnologico. I nostri punti di forza sono quindi in settori in cui è vivace la concorrenza da parte dei Paesi emergenti. Più precisamente, l'Italia è specializzata nel commercio di prodotti tradizionali (tessile, abbigliamento, calzature, ecc.) e macchinari. Per la verità, non c'è solo questo: c'è anche molta immaterialità (servizi come il turismo e le costruzioni) e c'è qualche buona nicchia in settori tecnologicamente più significativi.

La specializzazione descritta ha dei punti di forza riconducibili a tre elementi: la capacità, in molti settori maturi, di spostare la competizione su elementi *non price* (il "*made in Italy*", per intenderci), la capacità di abbassare i costi grazie ad innovazioni di processo realizzate applicando creativamente tecnologia comprata da altri, l'attitudine a mettere in piedi forme di internazionalizzazione più complesse di quella mercantile ma diverse dagli investimenti (ad esempio *joint ventures*, accordi, scambi di tecnologia, ecc.) e basate sulla costruzione di reti fra le imprese.

Sotto il profilo geografico, il commercio è orientato da un lato verso i Paesi vicini e più conosciuti, ai quali ci lega una lunga consuetudine di rapporto, e dall'altro lato ai Paesi emergenti. Quest'ultimo aspetto riflette sia una vocazione storica sia la capacità di cogliere flessibilmente e rapidamente occasioni di commercio là dove emergono.

Dal terzo punto di vista, il mondo degli operatori con l'estero ha spiccate caratteristiche di dualismo: da un lato stanno poche e grandi imprese a cui fa capo la gran parte dei traffici (alcune di esse hanno anche intrapreso la via della multinazionalizzazione), dall'altro una miriade di piccole imprese, molto flessibili e vivaci ma anche molto improvvisate e fragili. In complesso, una specie di "armata Brancaleone".

Il modello descritto ha avuto – e ha tuttora – indubbi punti di forza e una sua vitalità. In proposito si è spesso osservato che vi è una inefficienza macroeconomica, cui si accompagna un'efficienza microeconomica. Cioè, le singole imprese – bene o male – riescono a reggere la concorrenza internazionale o perché si ritagliano nicchie dove la concorrenza è *non price* o perché rinunciano congiunturalmente a fette di profitto; l'incoerenza emerge invece a livello macro ed è emblematicamente riassunta nella "maledizione" del vincolo estero: si tratta della cronica incapacità a tenere in equilibrio i conti con l'estero (al di là di congiunture particolarmente favorevoli o di circostanze particolari), dovuta al fatto