Si riduce il disavanzo degli interscambi con l'estero ma il presidente dell'Ice non sorride: «Alcuni imprenditori approfittano della svalutazione. E cercano solo profitti»

«Dobbiamo trasformare la svalutazione della lira in una occasione per conquistare nuovi mercati, migliorare le reti di vendita e consolidare le nostre imprese»

Commercio estero, piccola ripresa

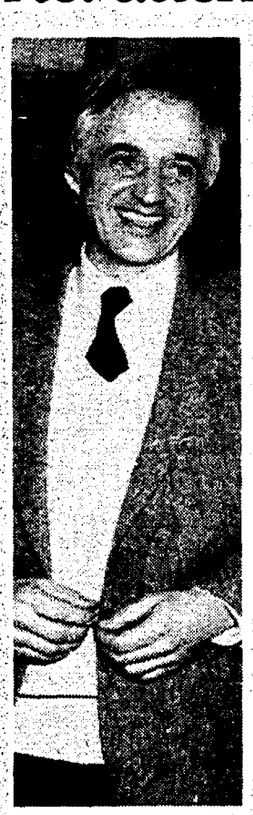
Ma Inghilesi avverte: attenzione si sta perdendo un'occasione

E il deficit scende a 12.600 miliardi

ROMA. Una volta tanto, la bilancia commerciale sorride: 1.845 miliardi di attivo a dicembre dovuti ad export per 20.317 miliardi ed importazioni per 18.472 miliardi. Ma è un sorriso che a guardarlo bene rivela una smorfia di sofferenza. Un risultato simile, anzi addirittura migliore (1.895 miliardi di attivo), si era riscontrato anche nel dicembre 1991 quando la lira marciava a testa alta nei mercati internazionali. Se effetto svalutazione c'è stato nel nostro commercio con l'estero, le conseguenze appaiono dunque ancora limitate. Anzi, lo scorso dicembre il trend delle importazioni (+1,3%) è stato addirittura superiore a quello delle esportazioni (+0,9%) che hanno cominciato a risentire delle difficoltà del settore auto che insieme alla bilancia agroalimentare e a quella energetica si sta rivelando uno dei punti più deboli del nostro sistema commerciale.

Il ministro per il Commercio estero Claudio Vitalone preferisce puntare l'attenzione sul dato annuale: i conti con l'estero hanno chiuso con un passivo di 12.681 miliardi che migliorano decisamente il deficit di 16.007 miliardi fatto segnare nel 1991. «Uno tra i migliori risultati degli ultimi quattro anni», commenta il ministro. Questo risultato è il frutto di 232.108 miliardi di importazioni (+2,8%) e di 219.427 miliardi di esportazioni (+4,6%). In realtà, oltre metà del miglioramento è dovuto al minor peso delle importazioni energetiche più che ad una effettiva ripresa della competitività dei nostri prodotti. I quali, comunque, hanno guadagnato parecchie posizioni nel secondo semestre dell'anno, dopo la svalutazione della lira. Ciò vale soprattutto per l'interscambio con la Cee il cui deficit è però peggiorato ancora (in particolare con Germania e Francia) nonostante il sollievo degli ultimi mesi dell'anno. In altre parole, continua l'aggressività dei concorrenti esteri nei nostri mercati.

Il segnale più allarmante viene dalla voce «mezzi di trasporto»: un deficit di 10.678 miliardi, secondo soltanto al tradizionale buco energetico (20.000 miliardi). Il peggioramento (4.000 miliardi) del settore auto è dovuto ad una crescita del 13% delle importazioni di prodotti stranieri (32.551 miliardi) cui corrisponde una caduta dell'export (21.873 miliardi) dell'1,2%. Aumentano i tessili importati (+8,2%) ma la nostra industria non rinuncia alle piazze straniere (+4,5%). □ G.C.



Marcello Inghilesi

Trionfalismo per la bilancia commerciale '92 che mostra un deficit di 12.681 miliardi rispetto ai 16.007 del '91? Niente affatto, all'Ice sembra piuttosto dominare la preoccupazione. «Ci sono imprenditori che approfittano della svalutazione per aumentare i profitti, non per conquistare nuovi mercati all'estero, per migliorare le loro reti di vendita», accusa il presidente Marcello Inghilesi.

GILDO CAMPESATO

ROMA. E allora, in tutta questa ballamme di dati negativi che arrivano da ogni parte, dobbiamo gioire di questa bilancia commerciale '92 che ci mostra un miglioramento di 3.300 miliardi rispetto all'anno precedente? «Niente affatto. Nonostante l'appariscenza, quelle cifre costituiscono ancora un fenomeno marginale, non decisivo. Dobbiamo trasformare questa occasione, quasi irripetibile, in uno strumento di penetrazione e consolidamento delle imprese italiane nei mercati internazionali». L'avvertimento a non cantare troppo presto vittoria, a restare coi piedi per terra, a guardare in faccia una realtà che vede le piazze internazionali sempre più competitive viene da Marcello Inghilesi, presidente dell'Ice, l'istituto per il commercio estero.

Quale occasione irripetibile, dott. Inghilesi?

Mi riferisco alla svalutazione della lira. Mediamente, la caduta della nostra moneta ha determinato un miglioramento del 22% della competitività delle imprese italiane. Mi sembra proprio una cosa straordinaria, che non si ripeterà tanto facilmente in futuro. È un'occasione da non perdere.

Eppure, c'è chi dice che la svalutazione non è stata per l'export quella cura ricostituente che ci si poteva aspettare: vuoi perchè c'è la recessione, vuoi perchè le merci italiane non sono più appetibili come un tempo.

Non concordo con questa analisi. Basta guardare le cifre: negli ultimi quattro mesi dell'anno abbiamo recuperato 4.000 miliardi di disavanzo. A fine '92 la bilancia commerciale è stata decisamente migliore di quella che ci si poteva aspettare a giugno. L'effetto svalutazione si è sentito, eccome: le esportazioni in lire sono cresciute mentre sono diminuite le importazioni.

Sì, ma quel che importiamo, lo importiamo più caro, ad esempio i prodotti energetici.

Certo, sinora le imprese hanno operato sugli stock. Fra non molto dovranno ricostituire le scorte e le pagheranno più care. L'Italia è un paese che lavora semilavorati: una condizione che nel medio periodo finirà col diminuire il vantaggio competitivo realizzato col deprezzamento della lira. Per questo dico che si tratta di non sprecare l'occasione di una svalutazione così marcata.

In che modo può essere sprecata?

Se gli imprenditori approfittassero del differenziale di cambio semplicemente per incassare di più dalle merci esportate. È una politica miope e purtroppo alcuni segnali ci dicono che sta avvenendo proprio questo: la bilancia commerciale migliora in termini valutari, ma alla crescita delle esportazioni in lire non corrisponde una analoga crascita delle quantità esportate. In altre parole, esportiamo le stesse quantità di merci di prima ma in termini di lire ce le facciamo pagare più care. È una scelta poco lungimirante.

Perchè?

Perchè, mira all'incasso immediato. Però, finito il momento magico della svalutazione, che faranno le imprese che giocano soltanto sul vantaggio di cambio? Cerchiamo di non dimenticare quel che è successo qualche anno fa quando il dollaro è precipitato: semplicemente molte nostre aziende hanno dovuto abbandonare il mercato statunitense. La svalutazione deve quindi essere l'occasione per rendere più aggressiva la politica delle imprese italiane all'estero, per conquistare nuovi spazi sul mercato internazionale.

Che dovrebbero fare, allora, le imprese «lungimiranti»?

Dovrebbero abbassare i prezzi per conquistarsi nuove quote di mercato, oppure approfittare dei maggiori ricavi per investire in Italia e migliorare la rete commerciale all'estero. O potrebbero mettere in campo un mix di queste strategie. È finito il tempo dell'imprenditore che va all'estero con la valigetta, prende i soldi e torna indietro. Oggi vince chi è radicato, chi ha una rete commerciale, chi coltiva la clientela, che garantisce l'assistenza post-vendita.

Ma non c'è anche un problema di qualità del prodotto Italia? Impressionano i 10.678 miliardi della voce «mezzi di trasporto».

Ci sono settori importanti in cui la nostra industria è in ritardo tecnologico. Ma che facciamo? Lasciamo le imprese a combattere da sole sul mercato internazionale? Viviamo in un mondo in cui le tensioni protezioniste si sposano con l'apertura dei mercati. E allora dobbiamo pensare a negoziazioni tra paesi, tra aree geografiche. Il commercio si sviluppa con trattative tra gli Stati.

L'Italia ha una politica adeguata?

A volte, ma direi che nel complesso una vera politica economica del commercio estero in Italia non esiste ancora.

La Federazione del Pds di Messina esprime profondo cordoglio per la scomparsa del compagna

FRANCO FERRI

uomo di cultura e militante appassionato nella lotta per il rinnovamento sociale e civile.

Messina, 5 febbraio 1993

Otto anni che la compagna

AMALIA BARBIERI

non è più con noi. Nel ricordarla a chi l'ha conosciuta e stimata, il marito, le figlie e i nipoti sottoscrivono in sua memoria per *l'Unità*.

Arezzano, 5 febbraio 1993

Nel 3° anniversario della scomparsa del compagno

FRANCESCO PAOLO

i parenti lo ricordano e in sua memoria sottoscrivono per *l'Unità*.

Genova, 5 febbraio 1993

Le sezioni della Valle Sturla partecipano commosse al grande dolore di Milena e Sandro per la scomparsa del caro padre

RAFFAELLO PAOLETTI «Nello»

Genova, 5 febbraio 1993

La sezione Vezzelli nel momento della tragica scomparsa di

NELLO PAOLETTI

vuole ricordarne le grandi doti di uomo votato alla lotta per la democrazia e la libertà; grande esempio per tutti di rettitudine morale e impegno politico e sociale unito ad una forte capacità di cogliere il nuovo per non rinnegando le radici.

Genova, 5 febbraio 1993

Alberto, Brunella, Luca, Marco, Roberto, Silvana e Uga profondamente colpiti per la scomparsa del caro compagno

NELLO PAOLETTI

sono vicini a Milena con tanto affetto.

Genova, 5 febbraio 1993

Cooperativa soci de l'Unità

* *Una cooperativa a sostegno de «l'Unità»*
* *Una organizzazione di lettori a difesa del pluralismo*
* *Una società di servizi*

Anche tu puoi diventare socio

Invia la tua domanda completa di tutti i dati anagrafici, residenza, professione e codice fiscale, alla Coop soci de «l'Unità», via Barberia, 4 - 40123 BOLOGNA, versando la quota sociale (minimo diecimila lire) sul Conto corrente postale n. 22029409.

AVVISI ECONOMICI 10 Case/Vendita in località turistiche

Unico al mondo dominanti Montecarlo Country Club il Beach, il mare. Costruttore propone stupendi appartamenti. Parchi, piscine, larghissime terrazze. (0033) 93304040.

Costa Azzurra. Confine Montecarlo. Costruttore propone investimento immobiliare nel programma più prestigioso d'Europa. Prezzi di lancio. (0033) 93304040 Fax (0033) 93306420

Costa Azzurra. Unico al mondo. Costruttore propone prestigiosissimi appartamenti, dominanti Montecarlo Country Club, il Beach, il mare. Assistenza bancaria, giuridica, fiscale. (0033) 93304040.

Vendite in picchiata nel primo mese dell'anno, ma la Fiat riacquista quote di mercato (+2%) anche se perde ben 11mila vetture

Gennaio nero per l'auto: Italia -14%, Cee -24%

L'industria dell'auto è ormai in profonda crisi in tutta l'Europa. In gennaio le vendite sono crollate di quasi il 14% in Italia, del 28% in Germania, del 37% in Francia e si sono addirittura dimezzate in Spagna ed Olanda. In questo quadro preoccupante, il gruppo Fiat ha recuperato un punto e mezzo di quota sul mercato italiano, grazie alla nuova "Cinquecento" polacca, vendendo però 11.000 auto in meno.

DALLA NOSTRA REDAZIONE
MICHELE COSTA

TORINO. Peggio di così non poteva cominciare il 1993 nel mondo dell'automobile. In Italia, gennaio è stato il sesto mese consecutivo di calo delle vendite. E questa volta si è trattato di un crollo: quasi 14 punti di caduta del mercato (esattamente -13,86%) rispetto ad un anno fa, pari a 32.500 vetture consegnate in meno. Bisogna tornare indietro di dieci anni, all'aprile 1983, per trovare un'analoga contrazione. Crolli ancora più clamorosi sono stati accusati in tutti gli altri paesi europei, con la sola eccezione della Gran Bretagna (dove però il mercato era in sofferenza da mesi). In Spagna ed in Olanda le vendite di auto si sono addirittura dimezzate.

Solo in parte questi risultati trovano una spiegazione congiunturale. In Italia ed in altri paesi è scattato dal 1° gennaio l'obbligo di munire tutte le automobili nuove di marmitta catalitica. Per smaltire le scorte di vetture non catalizzate, le case hanno praticato forti sconti fino a dicembre e molti clienti hanno anticipato l'acquisto.

L'Anfia, l'associazione fra le industrie automobilistiche italiane (che poi sono una sola: il gruppo Fiat), accusa la politica economica del governo (ed è un bel gioco delle parti, visto che Agnelli lo ha pubblicamente lodato).

Ma il governo Amato imperversa soltanto in Italia, mentre le vendite crollano in tutto il continente: meno 28,3% in Germania, meno 37% in Francia, meno 48% in Spagna, meno 53,2% in Olanda, meno 39,7% in Svezia. Soltanto in Gran Bretagna si recupera un 7,3% dopo le pesanti flessioni del recente passato. Complessivamente in gennaio si sono vendute in Europa 304.000 automobili in meno di un anno fa, con un calo del 24,2 per cento. Dopo i tagli occupazionali annunciati dalla Volkswagen, anche il gruppo Citroen si appresta a disfarsi di 1.629 dei suoi 31.000 dipendenti in otto stabilimenti.

È evidente quindi che siamo di fronte ad una crisi profonda, riflesso della più generale recessione delle economie europee. Ed è purtroppo una crisi appena agli inizi. Per il nostro paese, le previsioni più ottimistiche ruotano attorno a 2.050.000/2.100.000 automobili vendute quest'anno, contro i 2.375.000 del '1992.

In questo quadro tempestoso, non c'è molto da rallegrarsi che le vendite del gruppo Fiat in Italia siano risalite di un punto e mezzo rispetto al gennaio '92 (dal 43,58 al 45,07 per cento). Il guaio è che questo modesto recupero di quota è stato realizzato vendendo 11.000 automobili in meno. Ed un guaio ancora maggiore per i lavoratori italiani è che tutto il recupero è dovuto ad una vettura costruita in Polonia: la nuova "Cinquecento", che in gennaio è balzata al quarto posto tra le auto più vendute in Italia con 9.858 consegne.

Al primo posto nella classifica delle "top ten" figura sempre la "Uno", pressappoco ai livelli dello scorso anno (508 vetture vendute in più). La "Panda" invece scende al terzo posto dopo la Ford "Fiesta", con 5.767 unità vendute in meno, la "Y10" al settimo posto con 737 unità in meno e la "Tipo" al nono posto con 6.024 unità in meno. Sommando le vendite dei quattro più diffusi modelli Fiat costruiti in Italia (Uno, Panda, Y10 e Tipo) siamo sotto di 12.000 vetture rispetto all'anno scorso e di 20.400 vetture rispetto a due anni fa.

Tra le case straniere, un po' tutte accusano flessioni sul nostro mercato, con alcune significative eccezioni. La Opel, marca di punta in Europa del colosso americano General Motors (che ha strappato alla Fiat il secondo posto nel continente), è riuscita ad aumentare la sua quota dal 4,59 al 5,82%. Anche la Bmw sale dall'1,41 all'1,79%. Ma preoccupano soprattutto le marche giapponesi, che toccano il 4 per cento (erano un anno fa al 3,04%) grazie all'exploit della Nissan che ha letteralmente raddoppiato le vendite. Ormai le auto "gialle" tallonano l'Alfa Romeo, scesa dal 4,58 al 4,54% del mercato.

Assicurazioni: in arrivo a maggio un aumento delle polizze Rc-auto da 70 miliardi

ROMA. Gli automobilisti pagheranno una settantina di miliardi di lire in più quest'anno sulle loro polizze rc-auto in seguito alla decisione del ministro dell'Industria, Giuseppe Guarino, di aumentare dall'1 all'1,50% il contributo che le compagnie devono versare nel 1993 al fondo di garanzia per le vittime della strada, gestito dall'Ina. Il relativo decreto è stato pubblicato ieri sulla *Gazzetta Ufficiale*.

L'aumento del contributo - che su ogni singola polizza in scadenza dopo il primo maggio prossimo (quando dovrebbero scattare le nuove tariffe rc-auto per il '93) avrà un impatto abbastanza contenuto (solo lo 0,5% in più) - avrebbe potuto essere molto più rilevante in quanto l'Isvap, l'Istituto di vigilanza delle assicurazioni private, aveva chiesto a Guarino di aumentare l'aliquota dall'1 al 3 per cento.

Le assicurazioni, che hanno già versato le loro quote all'Inatenendo come base la raccolta premi del '92, hanno sborsato 202 miliardi. Senza gli aumenti in vigore da ieri sarebbe stati 70 in meno.

Verso la 1^ Assemblea nazionale delle lavoratrici e dei lavoratori

Seminario nazionale

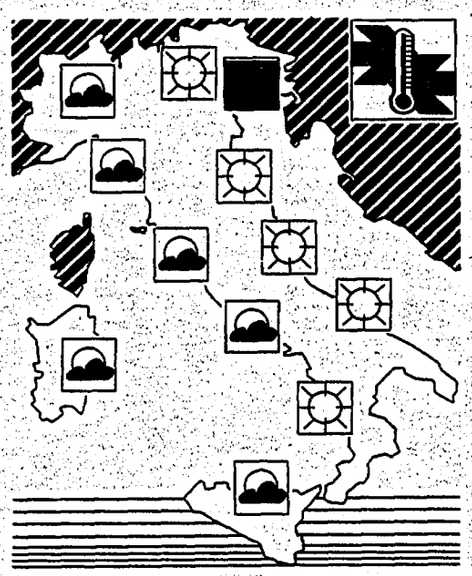
CREARE LAVORO

Anni '90: realtà e prospettive dell'occupazione e disoccupazione femminile

Comunicazioni di:
Giovanna Altieri, Gavino Angius, Ada Becchi Collidà, Fausto Bertinotti, Adriana Buffardi, Elena Cordoni, Adele Grisendi, Pietro Marcenaro, Giovanna Melandri, Fabio Mussi, Alberta Pasquero, Paola Piva, Marta Nicolini, Elsa Signorino, Livia Turco.

Roma 8 febbraio 1993, ore 10-18
Casa della Cultura, Largo Arenula, 26

CHE TEMPO FA



IL TEMPO IN ITALIA: le carte meteorologiche sono essenzialmente di due tipi: al suolo e in quota. Le prime, mediante simboli grafici internazionali, riportano i dati di osservazione ricavati dalle stazioni meteorologiche di superficie, le seconde i dati ricavati nella libera atmosfera principalmente dai radio sondaggi. La prima carta meteorologica è stata elaborata a Parigi nel 1863, dopo l'invenzione del telegrafo che permetteva un rapido accentramento dei dati rilevati. Ben poco da dire per quanto riguarda il tempo attuale. Due centri d'azione ben definiti sulla zona meteorologica mediterranea: un'area di alta pressione molto consistente localizzata sull'Italia e un'area di alta pressione altrettanto consistente localizzata sull'entroterra africano. I due centri d'azione si fronteggiano e fino ad ora l'alta pressione ha impedito alla depressione di estendersi verso la nostra penisola, fatta eccezione per fenomeni marginali. Le temperature sonoinvernali per quanto riguarda i valori minimi e quasi primaverili per quanto riguarda i valori massimi.
TEMPO PREVISTO: sul settore nord occidentale, sul Golfo Ligure, sulla fascia tirrenica centrale possibilità di annuvolamenti stratificati e a quote elevate e comunque alternati a schiarite. Sulle isole maggiori nuvolosità più consistente e possibilità di qualche pioggia isolata sulla Sardegna. Sulle altre regioni italiane cielo generalmente sereno. Banchi di nebbia notturni sulla Valle Padana orientale e le regini dell'alto Adriatico.
VENTI: deboli o moderati provenienti dai quadranti orientali.

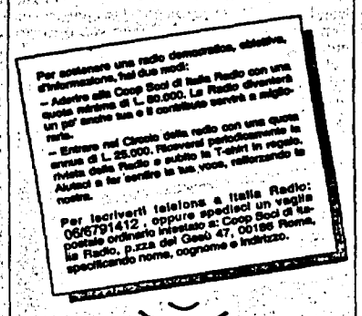
TEMPERATURE IN ITALIA

Bolzano	-5	13	L'Aquila	-6	13
Verona	0	17	Roma Urbe	1	16
Trieste	8	13	Roma Fiumic.	1	16
Venezia	1	13	Campobasso	5	13
Milano	-1	12	Bari	-2	15
Torino	-2	15	Napoli	2	17
Cuneo	5	13	Potenza	-1	11
Genova	10	17	S. M. Leuca	7	15
Bologna	0	15	Reggio C.	6	16
Firenze	-2	16	Messina	9	11
Pisa	-1	16	Palermo	8	15
Ancona	-2	12	Catania	1	16
Perugia	1	11	Alghero	6	13
Pescara	-2	15	Cagliari	6	13

TEMPERATURE ALL'ESTERO

Amsterdam	1	5	Londra	2	5
Ateno	8	12	Madrid	1	13
Berlino	-3	0	Mosca	0	0
Bruxelles	-2	1	Oslo	5	11
Copenaghen	4	5	Parigi	0	3
Ginevra	-1	2	Stoccolma	5	8
Helsinki	0	4	Varsavia	-4	-2
Lisbona	7	15	Vienna	-11	3

SOSTIENI ITALIA RADIO. SOSTIENE LA TUA VOCE.



ItaliaRadio

l'Unità

Tariffe di abbonamento

Italia	Annuo	Semestrale
7 numeri	L. 325.000	L. 165.000
6 numeri	L. 290.000	L. 146.000
Estero	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 680.000	L. 343.000
6 numeri	L. 582.000	L. 294.000

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 29972007 intestato all'Unità SpA, via dei due Macelli, 23/13 00187 Roma
oppure versando l'importo presso gli uffici propaganda delle Sezioni e Federazioni del Pds

Tariffe pubblicitarie

A mod. (mm.39 × 40)
Commerciale feriale L. 430.000
Commerciale festivo L. 550.000
Finestrella 1ª pagina feriale L. 3.540.000
Finestrella 1ª pagina festiva L. 4.830.000
Manchette di testata L. 2.200.000
Redazionali L. 750.000
Finanz.-Legali.-Concess.-Aste-Appalti
Feriali L. 635.000 – Festivi L. 720.000
A parola: Necrologie L. 4.800
Partecip. Lutto L. 8.000
Economici L. 2.500

Concessionarie per la pubblicità
SIPRA, via Bertola 34, Torino, tel. 011/57531
SPI, via Manzoni 37, Milano, tel. 02/63131

Stampa in fac-simile:
Telestampa Romana, Roma - via della Magliana, 285. Nigi, Milano - via Cino da Pistoia, 10.
Ses spa, Messina - via U. Bonino, 15/c.