

Export romagnolo ancora suddiviso al 90% tra Usa e Paesi europei



La strada per la crescita passa sempre di più dalla capacità delle imprese di avere uno sguardo rivolto verso l'estero. Il problema, come si evince dalle considerazioni fatte da Alberto Forchielli, è compiere le scelte più giuste per muoversi intanto con anticipo rispetto ai mercati globali e, poi, per evitare di subire le scelte strategiche delle grandi potenze economiche, la cui bilancia commerciale è sempre fortemente in attivo.

Analizzando i numeri messi in fila dalle Camere di commercio del territorio, si può notare molto bene come la propensione all'export della Romagna abbia trovato una nuova vitalità. C'è infatti un approccio ai mercati esteri pre e post pandemia. Prima del 2019 le tre province di Ravenna, Rimini e Forlì-Cesena mostravano un andamento nei volumi di export in salita, sì, ma con percentuali che ogni anno stavano andando via via diminuendo. Basta prendere come esempio il tasso di crescita tra il 2018 e il 2017, che era stato del 7,5%, e metterlo a confronto con quello tra il 2019 e il 2018, che si è invece fermato a un più 2,6%.

Dopo il pesante scivolone del 2020, che ha visto i volumi delle esportazioni romagnole crollare in un anno quasi del 12%, raggiungendo percentuali di decrescita seconde solo a quelle della grande crisi del 2008 e del 2009, la sensazione, analizzando i numeri, è che durante la ripartenza le imprese abbiano trovato proprio nell'export la via per il rilancio.

Nel solo 2021 la Romagna ha dunque portato il valore delle sue esportazioni a 11,7 miliardi di euro (di cui 5 miliardi a Ravenna, 4 miliardi a Forlì-Cesena e 2,7 miliardi a Rimini), facendo così balzare i dati oltre quelli del 2019. E l'anno scorso? Altro incremento del più 18% rispetto all'anno precedente, con le stime 2022 delle Camere di commercio che parlano di un export romagnolo che ha complessivamente sfiorato i 14 miliardi di euro (6,3 miliardi è stata la quota ravennate, 4,5 miliardi quella di Forlì-Cesena e 3 miliardi il valore dell'area riminese).

Aprirsi in altre aree

Quello che sembra mancare, allora, non è tanto una propensione ai mercati d'oltre confine per le imprese del territorio, quanto una capacità di saper esplorare nuove aree in via di sviluppo, così da tessere rapporti commerciali che si potrebbero tramutare come davvero vincenti negli anni futuri. Uno su tutti? Il mercato asiatico che, attenzione, non vuol dire solo Cina, ma bensì India, Indonesia, Filippine e altri ancora.

Attualmente l'Europa assorbe quasi l'80% delle esportazioni romagnole, seguita dalle Americhe che si prendono un altro 10% circa dei prodotti delle aziende sparse tra Ravenna, Rimini, Forlì e Cesena. Ciò che resta è diviso tra Asia, Medio Oriente, Africa e Oceania, dimostrando senza ombra di dubbio quanti passi in avanti si potrebbero ancora fare per avere uno sguardo che sia maggiormente rivolto a Est. E non solo quando si parla di importazioni, ma bensì anche in rapporto all'altro piatto della bilancia.

Basti pensare che un mercato come l'India - la cui popolazione a giugno di quest'anno, secondo lo "State of world inhabitants report 2023", il rapporto sulla demografia mondiale da poco pubblicato dall'Unfpa, supererà quella cinese - è attualmente non presidiato. Insomma, come dice una celebre canzone italiana, "si può fare di più".