

CALO DELLE ESPORTAZIONI

Il made in Brianza
piace meno all'estero

LOMBARDI ■ A pagina 7



Brianza, calano le esportazioni

Nel 2018, dopo diversi anni di crescita, si registra una flessione

di FABIO LOMBARDI

- MONZA -

ESPORTAZIONI in calo nel 2018. Quella che è stata la "salvezza" della Brianza (non solo) negli anni della crisi (dal 2008 in poi) registra per la prima volta una battuta d'arresto. Nell'anno appena passato l'export di prodotti "made in Brianza" è calato del 3,2 per cento passando dai 10,24 miliardi del 2017 ai 9,92 del 2018. Di segno inverso invece le importazioni che sono aumentate del 3,2 per cento passando da 7,61 miliardi di euro a 7,85.

UNA FLESSIONE "anomala" all'interno dei territori della Camera di commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi. Sia infatti la provincia di Milano che quella di Lodi hanno visto aumentare le esportazioni nel corso del 2018. A

Milano l'export è cresciuto del 6,4 per cento e a Lodi addirittura del 18,5 per cento.

Ma come mai? «Il leggero calo dell'export monzese lo possiamo considerare fisiologico in una fase di instabilità a livello mondiale. Un sistema imprenditoriale come quello monzese, che grazie alla qualità della sua produzione esporta in molti mercati internazionali, è più sensibile ad alterazioni economiche rispetto a sistemi imprenditoriali che esportano in pochi mercati, per lo più tradizionali», spiega Alessandro Gelli, direttore di Promos Italia, struttura che si occupa di internazionalizzazione per le Camere di commercio.

«**NON ESISTE** un allarme - aggiunge Gelli -, anche perché le nostre previsioni per il 2019 sono positive e riteniamo che il periodo peggiore per l'export delle nostre imprese sia alle spalle. La qualità viene sempre premiata dal mercato e l'eccellenza produttiva è il se-

gredo del successo dell'imprenditoria monzese nel mondo. Ecco perché più crescono i mercati potenzialmente interessati ai prodotti Made in Italy, penso ad esempio a Qatar, Iraq e Arabia Saudita, più crescono le opportunità di business per le imprese brianzole».

I PRINCIPALI mercati per il made in Brianza sono: la Germania (1,47 miliardi) l'Asia Orientale (1,3 miliardi), la Francia (932 milioni), la Svizzera (716 milioni) e gli Stati Uniti (664 milioni). I Paesi europei extra Ue pesano per 1,19 miliardi.

ALESSANDRO GELLI

Non esiste un allarme export
Le previsioni per il 2019
sono positive
La qualità della produzione
viene sempre premiata

CONTROTENDENZA
SONO INVECE
AUMENTATE
LE IMPORTAZIONI

MOTIVI
DIVERSE INCERTEZZE
E L'INSTABILITÀ
DEI MERCATI MONDIALI



Peso: 1-6%, 39-65%

-3,2%

La diminuzione
delle esportazioni
del made in Brianza
nel corso
dell'ultimo anno
rispetto al 2017



PROMOS Alessandro Gelli

9,92

Il valore
in miliardi di euro
dei prodotti
brianzoli
venduti nel mondo
nel 2018



+5,2%

L'incremento
dell'export lombardo
che fa apparire
ancora più anomala
la diminuzione
registrata dal territorio

1,47

Il valore
in miliardi di euro
delle esportazioni
della Brianza
verso il primo mercato:
la Germania



Peso:1-6%,39-65%