

I nostri consumi

Merci e turismo, la ripresa si vede



Giulio Piovaccari

■ Non sono solo i dati «macro» ufficiali che testimoniano di un Paese, l'Italia, che sta gettando lo sguardo oltre la crisi economica. Dati «non convenzionali», ma che danno il sapore di un ottimismo che sta tornando ad accendersi. Li vediamo.

Trasporto.

Ne aveva già parlato il ministro Giulio Tremonti qualche mese fa. Traffico autostradale e movimentazione dei container nei porti italiani mostrano segnali di ripresa che dimostrano la vitalità di fondo del sistema produttivo nazionale. Il traffico merciviale via nave resta uno dei settori di maggiore debolezza, anche se il calo registrato in Italia è più contenuto rispetto ad altri concorrenti mediterranei, come la Spagna. Sono invece le autostrade a reggere: gli ultimi dati Aiscat (di marzo e aprile) delineano un incremento totale pari all'1,3%, dopo la stagnazione di fine 2008-inizio 2009.

Aziende.

Non tutte licenziano, chiudono, sono in crisi finanziaria. C'è un'Italia in controtendenza che continua a crescere, innovare, aggredire mercati, non solo nelle nicchie tradizionali del *made in Italy*. Gli esempi sono tanti, dai nomi noti (come la Giovanni Rana nell'alimentare, la Technogym nel «wellness», la Flou nell'arredamento) alle realtà più piccole. Senza dimenticare i successi recenti della Fiat, nome indissolubilmente legato all'immagine del nostro Paese. Nonostante la crisi la quota di mercato europea del Lingotto è salita al 9,2%, con un ottimo posizionamento in due Paesi chiave come Germania e Francia.

Turismo.

Inutile negare il calo delle presenze e il cambiamento dello stile dei vacanzieri (più «mordi e fuggi»). Ma dalle pieghe dei dati ufficiali, emergono alcune indicazioni importanti. Tiene lo «zoccolo duro» degli affezionati del Belpaese, tedeschi, spagnoli, francesi e inglesi. L'ha poi detto il neo presidente del Cit, Matteo Marzotto: è lenta, ma la ripresa del turismo c'è.

Carte di credito.

Nota positiva senz'altro inattesa quella giunta dalle carte di credito: i clienti italiani di Diners, ha comunicato l'azienda, hanno incrementato il volume delle transazioni del 2-3% in maggio, di pari passo con una diminuzione del rischio associato.

