

# L'Italie, championne d'Europe des exportations

**Le modèle transalpin qui a permis au pays de se hisser au quatrième rang mondial des puissances exportatrices pourrait inspirer l'Europe pour relancer sa compétitivité.**

**Olivier Tossieri**  
- Correspondant à Rome

La leader de l'Italie, Giorgia Meloni, a convié son prédécesseur au palais Chigi. La présidente du Conseil souhaite que Mario Draghi lui expose les conclusions de son rapport de 400 pages sur la compétitivité de l'Union européenne. Pour enrayer le déclin du Vieux Continent et conjurer la « lente agonie » qui le menace, l'ancien gouverneur de la BCE enjoint les membres de l'UE à renforcer leur position concurrentielle face aux Etats-Unis et à la Chine, en se concentrant davantage sur la concurrence mondiale que sur celle à laquelle ils se livrent entre eux en Europe.

Plus qu'un conseil, un impératif alors qu'une guerre commerciale serait sur le point d'éclater entre Pékin et Washington à coups de droits de douane exorbitants. Face à ces deux géants, l'Europe est prise en tenaille et la péninsule a toutes les armes en main pour mener la résistance. C'est en tout cas la conviction de l'actuel gouvernement nationaliste italien qui n'a pas hésité à rebaptiser le ministère des Entreprises en ministère du Made in Italy.

Un étendard brandi avec fierté quel que soit d'ailleurs le président du Conseil, toujours fier de proclamer qu'à l'instar de l'Europe, si l'Italie est un nain politique, elle est une puissance économique. Exportatrice plus précisément. Les exportations transalpines, exprimées en valeur, ont atteint l'an dernier un record frôlant les 630 milliards d'euros.

Alors que déficits et dettes sont les maîtres mots des finances du pays, sa balance commerciale a enregistré un excédent de 34,4 milliards d'euros en 2023. En cette rentrée où l'Allemagne affiche des résultats économiques décevants, l'Italie s'enorgueillit d'être le meilleur élève

**Les trois quarts des exportations manufacturières italiennes reposent sur un dense réseau de 26.860 entreprises de moyenne et grande taille.**

de la classe européenne.

Au cours du premier semestre 2024, les exportations italiennes avaient pour la première fois dépassé celles du Japon, permettant au pays de devenir le quatrième exportateur mondial. En excluant le secteur automobile, qui représente de 10 à 15 % des exportations du Japon, de l'Allemagne et de la Corée du Sud, mais qui ne constitue que 3 % du commerce mondial, la Botte est le quatrième exportateur dans 97 % des échanges commerciaux mondiaux. Une annonce qui fait l'effet d'un coup de pied dans la fourmière des chantres du déclinisme, entonnant le requiem d'une économie italienne à l'agonie depuis deux décennies. Ceux qui assurent quelle sera l'une des premières victimes du déchaînement d'une compétition globale faisant fi des règles pourraient être détrompés.

Au cours de la dernière décennie, les exportations made in Italy ont été les plus dynamiques du G7 et ont augmenté en dollars courants de 48 %, soit près du double de celles de la France (+28 %) et de l'Allemagne (+27 %) et plus du triple de celles nippones (+15 %) et britanniques (+12 %).

Elles ont également prévalu sur celles de deux pays bénéficiant de la grande disponibilité des matières premières et de l'énergie et de la récente hausse des prix, comme le Canada (+38 %) et les Etats-Unis (+34 %). Des résultats flatteurs pour un pays qui aime se décrire et se complaire dans l'image d'une nation vieillissante dont l'appareil productif souffre de sa faible productivité et accuse des retards sur ses concurrents en termes de technologie et d'innovation.

Certes, la péninsule ne dispose pas de grands groupes internationaux ni de productions de masse en série. Mais les trois quarts de ses exportations manufacturières reposent sur un dense réseau de 26.860 entreprises de moyenne



et grande taille, employant entre 50 et 1.999 salariés au sein de près de 60 districts industriels.

De l'habillement à l'agroalimentaire, de la petite mécanique aux machines-outils, elles sont souvent les principaux sous-traitants des géants français du luxe LVMH (propriétaire des « Echos ») et Kering, ainsi que de l'industrie allemande, en particulier automobile. Ce sont les fameuses « multinationales de poche » où l'innovation est à la pointe et la productivité supérieure à celles des partenaires/rivaux européens. Mais leur principale force réside dans la très grande variété aussi bien de leurs exportations que de leurs clients. L'Italie détient ainsi le primat mondial de la diversité de produits exportés et du nombre de pays auxquels ils sont destinés. Les 100 premiers produits made in Italy assurent 40,1 % de ses exportations, contre 50,5 % pour la France et 67,6 % pour la Corée du Sud.

Cette flexibilité explique la grande résilience du commerce transalpin face aux chocs majeurs du lustre qui vient de s'écouler de la pandémie aux tensions au Moyen-Orient sans oublier la guerre russo-ukrainienne et la flambée du prix des matières premières.

Alors que le modèle allemand reposant sur les fournitures énergétiques russes à bon marché et le formidable débouché commercial chinois est devenu obsolète, le « modèle italien » pourrait inspirer l'UE pour relancer sa compétitivité. Celui du succès des exportations basées sur la qualité, l'innovation et la diversité des produits. Mais à Rome comme à Bruxelles il ne peut réussir qu'en mettant en place une véritable stratégie industrielle bénéficiant d'investissements massifs dans l'innovation et une intégration plus poussée à l'échelle de l'Europe. ■