

**SCENARI**

**QUALI MISURE PER LO SVILUPPO**

Il governatore Mario Draghi afferma che l'Italia deve avviare la ripresa mantenendo bilanci in ordine, come fa la Germania: è una sintesi possibile?

# La crescita ai tempi del rigore

**D**omenica, a Washington, Mario Draghi, governatore della Banca d'Italia, ha detto che l'obiettivo deve essere «coniugare la crescita con l'austerità di bilancio». Come fa la Germania, che cresce molto per la prima volta non solo grazie all'export ma anche alla ripresa dei consumi. È una via percorribile per l'Italia? E il sistema produttivo del nostro paese può considerare la Germania come un traino?

● **In quale misura, oggi in Italia si possono coniugare crescita e rigore?**

● **La Germania può ancora essere considerata un traino per il sistema produttivo italiano?**

**Bisogna agire sulla competitività**

**Pierpaolo Benigno**

Università  
Luiss di Roma



● Di certo il rigore non porta crescita. E le due cose vanno a braccetto solo se è possibile intervenire su altri strumenti su cui oggi l'Italia non può agire, come il tasso di cambio (svalutazioni competitive) o tassi d'interesse alti. Dunque la frase di Draghi va letta così: solo crescendo si possono mettere a posto i conti. Come crescere dunque? Se non si può agire sulla spesa pubblica, bisogna puntare a migliorare la competitività delle imprese. Solo così possono aumentare i salari (oggi molto bassi) e dunque la domanda interna.

● Il colosso tedesco è ancora un traino per i beni intermedi. Ma l'Italia, la cui economia è da 10 anni "export oriented", per i suoi beni di lusso deve guardare anche ai mercati emergenti.

**Aggrappiamoci alla Golden rule**

**Bernardo Bortolotti**

Fondazione Eni  
Università di Torino



● Il sentiero indicato da Draghi è strettissimo, ma a volte crescita e austerità possono coesistere. Per percorrere il sentiero è necessario aumentare la produttività, combattendo ogni spreco a livello pubblico e puntando alla massima efficienza nel privato. Una politica di austerità non deve pregiudicare gli investimenti in infrastrutture e ricerca, veri motori della crescita di cui l'Italia non può fare a meno. In questa chiave, potrebbe essere utile concordare a livello Ue l'applicazione della Golden rule, che prevede di escludere dal calcolo del disavanzo le spese in investimenti (ad esempio, in ricerca).

● La crescita tedesca ha sempre trainato la nostra. Ci auguriamo che i profondi cambiamenti strutturali indotti dalla crisi non abbiano compromesso la validità di questo modello.

**I tagli strozzano lavoro e domanda**

**Emiliano Brancaccio**

Università  
del Sannio



● Le due cose non si tengono. Infatti in Italia non si rilevano politiche di crescita, mentre troviamo un ampio ventaglio di misure finalizzate al cosiddetto "rigore". Questa impostazione si basa sull'idea che la crescita possa decollare con politiche d'incremento della concorrenza e di contenimento dei costi a partire da quello del lavoro. Ma chi potrà acquistare le merci se la domanda interna viene bloccata strozzando i salari? È un problema che Draghi lascia irrisolto.

● La crescita della Germania non basta. Le sue imprese stanno spostando gli acquisti di beni intermedi verso Est. Il suo successo non si traduce in un guadagno per i partner europei storici ma per la periferia dell'Occidente o per l'Oriente.

**Molti nuovi mercati: Nord Africa e Russia**

**Francesco Daveri**

Università  
di Parma



● Il modello proposto da Mario Draghi, che coniuga crescita e austerità, non è compatibile con i conti e la situazione italiana. In effetti, il governo - e non poteva fare diversamente - ha già messo in cantiere alcuni tagli che pagheremo nel terzo o quarto trimestre 2010 con un rallentamento della crescita. La ricetta è compatibile con economie quali quelle di Usa, Germania, Francia e Spagna (che ha un debito pubblico inferiore all'Italia).

● I dati sull'interscambio dell'Italia sono positivi sul fronte delle esportazioni: le nostre aziende non riescono a sfondare su mercati immensi quale quello cinese, ma i numeri buoni dell'export vengono da imprese, non più terziste della Germania, che sono in grado di collocare direttamente i prodotti in Russia, Medio Oriente, Nord Africa e America Latina.