

ANALISI

Diventa strategica l'etichettatura sui Paesi d'origine

DI **MARCO FORTIS***

Confortano i dati sulla ripresa dell'export distrettuale nel primo semestre 2004 ma la situazione dell'industria italiana continua a preoccupare. Non solo per le possibili ripercussioni del "caro petrolio" ma anche e soprattutto per la formidabile erosione di quote di mercato che l'Italia continua a subire ad opera della Cina.

Da tempo sosteniamo che il "problema Cina" non va demonizzato. Il grande Paese asiatico va incoraggiato a proseguire la sua apertura al mercato e alla democrazia e i rapporti tra Italia e Cina vanno intensificati. In questa prospettiva le imprese italiane e il nostro sistema turistico devono attrezzarsi per cogliere le opportunità future legate alla forte crescita del reddito della popolazione cinese. Ma al tempo stesso bisogna prendere atto — noi italiani come diretti interessati e la Cina come nostro Paese amico — che sussiste un pericoloso sfasamento temporale tra tali opportunità future e gli effetti negativi

È possibile stringere nuove alleanze con i partner dell'Unione sul marchio obbligatorio

immediati che il tumultuoso sviluppo cinese sta determinando sulla vita delle nostre imprese e sulla dinamica del nostro export. I dati dell'Eurostat sono chiari: tra il 1996 e il 2003 l'import complessivo della Ue a 15 dalla Cina si è più che triplicato, passando da 30 a 96 miliardi di euro, mentre l'import complessivo della Ue dall'Italia è cresciuto soltanto da 100 a 131 miliardi. In altri termini come fornitori dell'Europa otto anni fa eravamo oltre tre volte più importanti della Cina, mentre nel 2003 il rapporto di forza a nostro vantaggio si è ridotto a 1,4.

Il mercato cinese è risultato finora piuttosto impenetrabile per le imprese italiane (anche a causa dei dazi

cinesi) e solo pochi grandi gruppi (Benetton, Zegna, Natuzzi, Luxottica, Merloni, Mapei, **Piminfarina**, ecc.) sono riusciti a sbarcare in Cina per aprirvi stabilimenti o sedi commerciali. Per contro, la concorrenza cinese ha inferto durissimi colpi alle nostre esportazioni: basti pensare, per limitarci alla sola Europa, che più di un terzo dell'attuale passivo bilaterale Ue-Cina riguarda direttamente per oltre 20 miliardi di euro prodotti per la persona o la casa che fino a qualche anno fa provenivano principalmente dalle Pmi e dai distretti del made in Italy.

Per reagire a questa situazione occorre sicuramente favorire la crescita dimensionale delle nostre imprese, la loro internazionalizzazione e fare più ricerca nelle poche nicchie high-tech che ancora presidiamo (grazie ad alcuni grandi gruppi come StMicroelectronics, **Bracco**, ecc.) nonché nei settori a media-alta tecnologia dove siamo sempre stati leader (meccanica).

Ma quando giorno dopo giorno leggiamo sui giornali che persino tra le imprese italiane più innovative e più presenti sui mercati mondiali si moltiplicano i casi di aziende che soffrono la contraffazione, la concorrenza sleale e il dumping valutario, sociale e ambientale della Cina, dobbiamo renderci conto che è necessario fare qualcosa di più anche a tutela del made in Italy, come ha

affermato in una recente intervista il presidente del Comitato tecnico per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione di **Confindustria**, Gian Domenico Auricchio (si veda «Il Sole-24 Ore» del 22 ottobre). In primo luogo aumentando e non diminuendo le risorse destinate a questo scopo nella Finanziaria.

A sua volta, la Ue ha finora mostrato lentezza decisionale e una certa indifferenza nell'affrontare il problema della competizione asimmetrica che si sta consumando tra il sistema manifatturiero italiano e la gigantesca "fabbrica-caserma" Cina. Un atteggiamento poco comprensibile perché l'Italia è una parte fondamentale dell'Europa e una economia italiana indebolita frenerebbe la crescita della stessa Ue.

Urge perciò un'azione decisa del Governo italiano per ottenere almeno come primo passo la rapida introduzione a livello comunitario dell'indicazione obbligatoria del Paese d'origine sui prodotti importati in Europa, misura richiesta da Confindustria e proposta a Bruxelles dallo stesso ministero delle Attività produttive oltre un anno e mezzo fa. Nei giorni scorsi le associazioni dei principali settori industriali hanno invocato con una clamorosa pagina pubblicitaria su vari giornali l'intervento diretto del presidente del Consiglio per fare pressione in tal senso sull'Europa. In che modo? Chiamando a raccolta i Paesi manifatturieri che hanno le nostre stesse problematiche (Spagna, Portogallo, Grecia) o che potrebbero in parte dividerle (Francia e Regno Unito) nonché i Governi dei Paesi di nuova adesione, facendo capire a questi ultimi che l'etichettatura obbligatoria made in China sui beni importati nella Ue è un modo per preservare il loro stesso futuro come Paesi manifatturieri.

* Vicepresidente **Fondazione Edison**