DAZI ANTI-CINA O SARA' PEGGIO

di MARCO FORTIS

Il primo passivo commerciale con l'estero dopo 12 anni non significa che si sia chiuso il periodo di difficoltà economica cominciato con il 2001. Il peggio, se l'Italia non si muoverà compatta nella difesa delle imprese dalla concorrenza asimmetrica asiatica e nell'adozione di misure a sostegno della competitività, deve ancora venire. È necessaria l'immediata applicazione di quote e dazi antidumping sull'import di calzature e prodotti del tessile-abbigliamento dalla Cina.

Non si deve pensare che con il primo passivo commerciale con l'estero dopo 12 anni il 2004 abbia chiuso il periodo di difficoltà economica cominciato con il 2001 e che dunque il peggio per il made in Italy sia ormai alle spalle. Infatti il peggio, se l'Italia non si muoverà compatta nella difesa delle nostre imprese dalla concorrenza asimmetrica asiatica e nell'urgente adozione di efficaci misure a sostegno della competitività, deve ancora venire.

È da augurarsi che, sotto la spinta del governo, della Confindustria, dei sindacati e di tutte le parti politiche, il nostro Paese sappia farsi valere in Europa, come è suo diritto in base agli accordi internazionali, per supportare il viceministro Urso nel chiedere al commissario Mandelson l'immediata applicazione di quote e dazi antidumping sull'import di calzature e prodotti del tessile-abbigliamento dalla Cina. Infatti, se andiamo avanti di questo passo che cosa succederà alla nostra bilancia commerciale nel 2005?

Immaginiamo che nel 2005-2006 la concorrenza asimmetrica asiatica, favorita anche da una poderosa svalutazione del 35% della moneta cinese rispetto all'euro, ci sottragga un ulteriore 20% del nostro export di calzature e moda verso il mondo. Perderemmo per strada altri 6 miliardi di euro. Ma anche molti altri settori del nostro Paese sono oggi attaccati dai dumping valutari, sociali e ambientali asiatici, nonché dalla piaga della contraffazione. Nel frattempo, un possibile efficace strumento di tutela-competitività-trasparenza dell'industria europea e italiana come l'adozione del marchio d'origine sui prodotti importati nella Ue, richiesto da tempo dal governo e dalla Confindustria, è fortemente ostacolato dalle lobby multinazionali del Nord Europa.

Urgono anche misure efficaci per rilanciare la competitività. La crescita dimensionale delle imprese e una maggiore internazionalizzazione sono necessarie, pur nella consapevolezza che il modello capitalistico italiano, incentrato sulle piccole e medie imprese e i distretti, è impossibilitato a seguire la strategia delle delocalizzazioni scelta dalla Germania (che peraltro paga l'alto prezzo di 5 milioni di disoccupati).

Un ruolo cruciale nel favorire l'aggregazione di imprese e la crescita delle dimensioni aziendali può essere giocato dalle nascenti «fondazioni di sviluppo», dalle fondazioni di origine bancaria, dai fondi di investimento distrettuali e dalle ex municipalizzate. Questi soggetti, nel quadro di una concezione avanzata della sussidiarietà «orizzontale», potrebbero favorire il consolidamento di nuclei azionari stabili a sostegno di realtà produttive importanti non solo nel settore manifatturiero ma anche in quelli dei servizi a rete e della grande distribuzione, dove l'Italia deve guadagnare in massa critica.

Ma occorre soprattutto rendere più «attrattivo» il nostro Paese per le nostre stesse aziende. Purtroppo in Italia, che è nettamente dietro a Germania, Francia e Regno Unito per spesa in ricerca e sviluppo ma nettamente davanti a questi Paesi per la percentuale di prodotti innovativi immessi sul mercato dalle imprese manifatturiere (European Innovation Scoreboard 2004), il design industriale, che è la nostra vera risorsa, non viene sostenuto adeguatamente. Inoltre, il relativo diritto d'autore è protetto solo per 25 anni anziché per 70 come negli altri Paesi e negli Usa. L'Irap andrebbe inoltre eliminata non solo per i ricercatori, ma anche per i designer, gli addetti agli uffici stile, al rinnovo dei campionari e delle collezioni. Andrebbero create anche le migliori condizioni di contesto per favorire la ricerca, ad esempio attraverso il rapido recepimento della Direttiva europea sul risparmio energetico nelle abitazioni. Sono poi necessari investimenti nelle infrastrutture ferroviarie e in nuovi assi stradali strategici. Tutto ciò richiede una strategia ampiamente condivisa e certamente un grande impegno. Ma non abbiamo molte alternative. Senza una svolta, sarà il Paese a far declinare la propria industria e non viceversa.

*Vicepresidente Fondazione Edison

Dobbiamo farci valere in Europa per ottenere misure di salvaguardia. A rischio 6 miliardi di export in due anni

E
Tornano le stock option