

IL GIGANTE ACCELERA SORPASSATA L'ITALIA

di MARCO FORTIS

IL "SORPASSO" del Pil della Cina ai danni di quello dell'Italia non deve sorprendere. Già da tempo gli analisti lo avevano mes-

so in conto e sono ormai diventate famose le proiezioni presentate nel 2003 dalla Goldman Sachs sulla crescita economica dei cosiddetti Paesi



Cina, operaia

BRICs (Brasile, Russia, India e Cina), rappresentati su un grafico da altrettante automobili pronte a superare a tutta velocità quelle dei vari Paesi Ocse. Secondo i dati diffusi ieri dall'Ufficio nazionale delle statistiche di Pechino l'"automobilina" cinese avrebbe già superato nel 2004 quella italiana, ma nel 2005 potrebbe lasciarsi alle spalle anche quelle di Regno Unito e Francia. Poi — come prevede la Goldman Sachs — la stessa sorte toccherà probabilmente alla Germania prima del 2010, al Giappone intorno al 2015 e per finire il Pil cinese supererà anche quello degli Stati Uniti verso il 2040. Naturalmente si tratta solo di grezze proiezioni sulla base dei tassi di crescita attuali, ma sono indicative di un mondo in rapidissima e radicale trasformazione. Dei 4 BRICs la Cina rappresenta l'avanguardia, con il suo miliardo e 300 milioni di abitanti e una economia che non sembra mostrare pause e produce ormai di tutto, dalle scarpe ai telefoni cellulari. Crescono pure le spese cinesi nella ricerca ed un cinese è già stato mandato anche nello spazio. Il livello del Pil pro capite cinese, naturalmente, è ancora molto lontano da quello dei Paesi avanzati. Ma la crescita dei valori assoluti è impressionante. Ciò vale per il Pil ma anche per i consumi di mate-

rie prime ed energia. La quota della Cina nel commercio mondiale è ormai intorno al 7%, anche se va sottolineato che, per il momento, solo una parte di quello che Pechino esporta corrisponde a vendite dirette di aziende cinesi. Molto deriva da produzioni di imprese multinazionali (americane, giapponesi, europee) che hanno delocalizzato le loro fabbriche in Cina o che acquistano in outsourcing prodotti cinesi per poi immetterli sui propri rispettivi mercati. In gran parte sono state proprio le multinazionali a "svegliare" il gigante cinese e ad imprimere con i loro investimenti diretti e i loro acquisti una accelerazione all'economia del grande Paese asiatico che il regime comunista di Pechino non sarebbe mai riuscito ad imprimere da solo. L'abbraccio tra capitalismo e comunismo cinese ha creato un "ibrido" senza precedenti nella storia, che non solo è all'origine del sempre più gigantesco deficit commerciale Usa, ma che oggi porta anche molti rappresentanti della sinistra italiana (si veda l'intervista di Fausto Bertinotti a *Repubblica* dell'altroieri) ad interrogarsi sulle corrette modalità per favorire una crescita dei diritti dei lavoratori in Cina. Tema che anche la Cisl di Savino Pezzotta ha coraggiosamente toccato in un recente convegno a Bergamo dal titolo "Non Cina-scondiamo".

La "piccola" Italia ha finora più patito che tratto vantaggi dal "risveglio" del gigante asiatico. Basti pensare che il passivo commerciale bilaterale italo-cinese è lanciato ormai verso i 9 miliardi di euro nel 2005 ed è il più alto in assoluto dopo quello con la Germania. La concorrenza "asimmetrica" cinese ha inflitto durissime perdite alle nostre imprese esportatrici e non solo nelle calzature e nell'abbigliamento, come molti

prodotti. Tanto che l'Italia dieci anni fa era tre volte più importante della Cina come esportatrice verso l'Europa, mentre oggi siamo all'incirca alla pari. E' vero che nel frattempo abbiamo esportato più macchine industriali in Cina, ma ciò non è bastato a compensare lo "strapotere" commerciale di Pechino, basato non solo su un basso costo del lavoro, ma anche sul forte deprezzamento del cambio dello yuan.

Tutelare le nostre produzioni (con il marchio di origine sui prodotti importati nella Ue e con eventuali dazi antidumping, come richiesto dai nostri calzaturieri) è fondamentale, senza che ciò significhi alimentare nostalgie di protezionismo. Nello stesso tempo occorre anche guardare alle opportunità offerte dalla crescita del mercato interno cinese. Ma con razionalità, senza scivolare nella "retorica" dell'ottimismo, magari proprio per contrastare le opposte velleità protezionistiche (come fanno alcuni in modo strumentale e un po' superficiale). Infatti per il "made in Italy" il mercato cinese sarà vieppiù importante ma non diventerà mai l'Eldorado che molti dipingono.

Basti considerare che in Giappone, dove vivono 127 milioni di "ricchi", l'Italia esporta oggi beni di consumo per meno di 2 miliardi e mezzo di euro, cioè circa 18 euro per abitante. Se metà della popolazione cinese diventasse improvvisamente ricca come i giapponesi e ogni cinese spendesse 18 euro per comprare beni di consu-



mo italiani, potremmo esportare in Cina al massimo 12 miliardi di euro: un obiettivo che dobbiamo cercare assolutamente di raggiungere, ma nella consapevolezza che tale cifra è solo la metà di quello che oggi vendiamo alla "piccola" Spagna.

** Vicepresidente
Fondazione Edison*