

# INDIFESI DAVANTI ALLA CINA

DI **MARCO FORTIS\***

Quali le ricette-azioni per far fronte agli effetti della globalizzazione, la cui principale manifestazione è rappresentata dalla concorrenza cinese? Economisti, politici ed esperti ne hanno snocciate diverse, negli ultimi tempi: lotta alla contraffazione e alla concorrenza sleale, maggiori controlli doganali, crescita dimensionale delle imprese, internazionalizzazione, sviluppo dei marchi aziendali e promozione del made in Italy sui mercati emergenti, misure per accrescere l'attrattività del sistema Paese nei riguardi degli investimenti esteri.

Ma in che misura le imprese del Verbano-Cusio-Ossola si rapportano con simili ricette-azioni? È evidente che alcune di tali ricette-azioni sono materia di intervento pressoché esclusiva dello Stato italiano se non della Ue (tutela della proprietà intellettuale, lotta alla contraffazione e alla concorrenza sleale, controlli doganali, iniziative promozionali dell'Ice, ecc.). Per altre diventa, invece, importante il ruolo diretto delle stesse imprese. Quale è in questo caso la fotografia del Vco? Vediamola in sintesi.

Il principale distretto del Vco, quello dei casalinghi, è ormai concentrato a livello di prodotti finiti soprattutto su imprese medie (che assorbono oltre i tre quarti degli addetti della produzione finale), mentre a livello di indotto (trattamento metalli) predominano le piccole imprese con meno di 50 addetti (con il 96% dell'occupazione di questo segmento della filiera). Ciò è vero anche per la propaggine omegnese-gravello-nese del distretto novarese-valsesiano della rubinetteria e per il distretto delle pietre ornamentali, dove le piccole imprese sono la totalità e sono in grave crisi a causa della concorrenza cinese. Il distretto della floricoltura è, invece, ancora in fase embrionale: è da augurarsi che la globalizzazione non soffochi l'intraprendenza dei suoi piccoli operatori.

In questo scenario, crescita dimensionale e internazionalizzazione sono ricette che solo pochi possono seguire. Ad esempio **Bialetti**, Alessi, Lagostina. Nessuno, invece, nell'indotto del casalingo può farlo, né tantomeno le piccole rubinetterie, le cave o i vivaisti. E per quanto riguarda i brand, solo i già citati big dei casalinghi ne possiedono di affermati.

Se, dunque, la strada è quella della delocalizzazione, dell'outsourcing e della sopravvivenza solo dei marchi più affermati non è difficile prevedere per il Vco un futuro di sofferenza, anche se alla fine la provincia, pur

con grossi sacrifici occupazionali, potrà avere la soddisfazione di vedere sopravvivere ed eccellere nel mondo globalizzato alcuni campioni distrettuali. In ciò il Vco non sarà poi tanto diverso da altri distretti in cui le imprese più grandi (Luxottica, Safilo, **Marcolin**, Natuzzi, Nicoletti, Zegna, Golden Lady, **Csp International** ecc.) restano competitive, mentre le piccole soccombono.

Resta, però, un problema di fondo. Le nostre imprese più piccole sono davvero diventate improvvisamente dei "brocchi" nello scenario globale? Che cos'è oggi la competitività? Poter godere di condizioni di mercato del lavoro preottocentesche e di un cambio della moneta svalutato artificialmente come fa la Cina? Questo non è evidentemente un problema di competitività delle nostre Pmi, bensì di rapporti di forza della geopolitica, ma purtroppo finora né l'Italia né la Ue sono state capaci di arginare il crescente strapotere cinese: l'Italia per lo scarso peso politico e per l'assenza di una strategia sufficientemente condivisa a difesa del made in Italy; la Ue per le resistenze interne dei grandi gruppi multinazionali che già hanno delocalizzato in Cina.

Quanto alla capacità del Vco di attrarre investimenti, qui le ombre prevalgono sulle luci. Per una Bialetti che ha trovato un importante azionista bresciano che la sta guidando con successo nella sfida globale c'è il caso dell'Acetati: la politica locale sta facendo di tutto per demotivare con stop ambientali un importante azionista alessandrino. È un grosso sbaglio perché non si può immaginare che il Vco possa sopravvivere senza l'industria, vivendo solo di turismo. Anche in questo settore, del resto, il morso della globalizzazione si sta già facendo sentire.

**MARCO FORTIS**

Vicepresidente Fondazione Edison

