



COMPETITIVITÀ/1 | IL «MADE IN ITALY» TRA ATTACCO E DIFESA

CHIUDIAMO IL RUBINETTO DEI FALSI

L'Europa protegge solo le sue grandi lobby. Così il dumping selvaggio e le contraffazioni cinesi rischiano di affossare le imprese italiane. Come dimostra il caso della Cimberio di Novara, assediata in Perù.

di MARCO FORTIS •



La ripresa dell'industria italiana è stata forte nel biennio 2005-2006. Così che persino alcuni tra i declinisti più convinti hanno cambiato parere e, sia pure con un po' di faccia tosta, ora tessono le lodi del made in Italy e dei distretti. Eppure per parecchio tempo si è mistificata la realtà dell'economia del nostro Paese, accusando le imprese di scarsa capacità di crescita dimensionale, internazionalizzazione e innovazione.

Ci si accorge adesso che non è così, e appare chiaro che mentre molti sui mass media e ai convegni predicavano male, le aziende facevano in silenzio il loro dovere e sul campo razzolavano bene: infatti, pmi e distretti hanno puntato su prodotti a più alto valore aggiunto e le quote di mercato del made in Italy appaiono oggi più solide di quanto si pensasse; inoltre per numero di brevetti di design comunitari

depositati nel 2006 e per capacità di export nei mercati emergenti del mondo l'Italia si colloca, tra i Paesi europei, seconda solo alla Germania. Persino la Fiat, che pareva agonizzante, dopo la «cura Marchionne» ha ripreso a macinare risultati; infine gli studi di Mediobanca-Unioncamere (Mb-Uc) hanno evidenziato che non esiste un problema di «declino da nanismo» e che anzi il cosiddetto «quarto capitalismo» manifatturiero italiano (fatto da 4 mila medie imprese e da poche centinaia di grandi imprese fino a 2 miliardi di euro di fatturato) ormai produce da solo un prodotto interno lordo superiore a quello dell'intera industria svedese.

I distretti industriali, dal canto loro, appaiono globalmente in recupero e il loro export aggregato lo scorso anno è arrivato a toccare un nuovo massimo storico. In moltissimi casi, le vendite all'estero hanno fatto registrare tassi di crescita a



IL LIBRO VERDE E IL COMMERCIO
Una linea di produzione di rubinetti a Shanghai: l'export selvaggio cinese di elementi contraffatti sta affossando le vittime su tutti i mercati. A sinistra, Peter Mandelson, commissario Ue al Commercio: a suo dire, contro la Cina l'antidumping è solo una mossa

due cifre, sia tra i distretti dell'alimentare e dell'arredo-casa sia tra quelli della meccanica e persino della moda.

LA CONFERENZA DI AREZZO. Di questi e altri elementi di vivacità del tessuto produttivo italiano si è parlato a metà gennaio ad Arezzo, nella conferenza nazionale sui distretti promossa dalla **Fondazione Edison** e dalla locale Istituzione dei distretti aretini: un'occasione in cui è stato sottolineato pure l'importante contributo dato dalle banche popolari allo sviluppo del territorio italiano. Dopo tanto pessimismo, sarebbe dunque facile concludere che tutto è bene quel che finisce bene, ma non è così.

Infatti, nonostante i successi, è importante essere consapevoli del fatto che ci sarà ancora da soffrire parecchio sui mercati internazionali perché la competizione globale è durissima. Va bene «giocare



in attacco», ma non scordiamoci la «difesa». In particolare, occorre non abbassare la guardia su minacce assai gravi per l'industria manifatturiera italiana quali la concorrenza sleale e la contraffazione.

Tre episodi, di varia natura ma dalle conseguenze egualmente preoccupanti, sembrano emblematici. Primo episodio. Forse pochi sanno che sul sito della Commissione europea da qualche tempo è comparso un *Libro verde* intitolato «Gli strumenti europei di difesa commerciale in un'economia globale in mutamento». Datato 6 dicembre 2006, il testo la dice lunga sulla grande forza lobbistica esercitata sugli ambienti della Commissione dagli importatori del Nord Europa e dalle grandi multinazionali che hanno pesantemente delocalizzato all'estero. Infatti nel *Libro verde* si pretende di dimostrare che il vero interesse dell'Europa non è più quello dei produttori europei, ma di chi ha de-

localizzato e che quindi non sarebbe più giusto applicare sanzioni e dazi antidumping contro Paesi che pure ci fanno concorrenza sleale perché così si rischierebbe di danneggiare anche aziende europee.

UN BEL PO' DI PROTESTE. Poiché il documento è articolato sotto forma di un questionario, ci sembra importante che dal governo italiano e dalle nostre imprese arrivino tempestivamente al commissario al Commercio internazionale Peter Mandelson un bel po' di proteste su questo approccio sfacciatamente «antimanifatturiero» che danneggerebbe fortemente il nostro Paese. Non dovrebbero esserci infatti dubbi su quello che è il primario interesse dell'Europa e soprattutto dell'Italia, un Paese che nei settori tipici del made in Italy realizza ogni anno un surplus commerciale di 100 miliardi di dollari, evidentemente fatto da

imprese che producono, creano posti di lavoro e pagano le tasse entro i nostri confini e non all'estero.

Secondo episodio. È di metà gennaio la notizia, riportata dal *Sole 24 Ore*, che in Cina è stata bloccata la vendita di parecchi prodotti griffati, tra cui quelli di grandi aziende italiane come Armani, Zegna, **Max Mara**, in quanto ritenuti non conformi alle normative cinesi sulla salute, l'igiene e la sicurezza. La notizia ha dell'incredibile se si pensa con quanta leggerezza l'Europa invece tolleri che entrino nell'Unione europea prodotti di origine cinese non solo in palese dumping ma anche non rispondenti agli standard europei. Per di più, l'Europa tergiversa da anni sull'introduzione dell'obbligatorietà del marchio di origine sui prodotti importati, bloccata dal veto incrociato dei «soliti noti» Paesi del Nord, ed è così ormai l'unica area al mondo nella quale i consuma-

► tori non possono conoscere il Paese in cui sono stati fabbricati i prodotti che acquistano.

IL CASO CIMBERIO. Terzo episodio. Una media impresa italiana, la Cimberio di Novara, una di quelle 4 mila medie imprese italiane censite da Mediobanca che tutti celebrano, sta lottando da sola in Perù contro l'import selvaggio dalla Cina di valvole e rubinetti contraffatti. Lo scorso anno ne sono arrivati in Perù circa 1 milione di pezzi. Pochi sono stati sinora gli aiuti che la Cimberio ha avuto dall'Italia (però ai primi di febbraio il **ministro del Commercio internazionale, Emma Bonino**, si è mosso, e l'ambasciatore a Lima ha avviato una verifica, ndr), mentre la diplomazia cinese ha fatto sentire tutto il suo peso. Ciò nonostante la Cimberio, che in Perù è da anni leader di mercato, non si è mai

PARADOSSI
Nulla si può
in Perù
contro
chi registra
marchi
con la parola
«Italia»

persa d'animo e da sempre spende ingenti risorse in processi: ha fatto bloccare merci e container alle dogane, è riuscita a tutelare in varie occasioni il proprio marchio Cim. Nulla ha però potuto contro la pretesa di aziende cinesi di registrare

in Perù marchi contenenti la parola Italia o Italy, per esempio, «Walitaly». Col rischio che in futuro non solo la Cimberio ma anche altre imprese italiane si trovino paradossalmente a non poter più utilizzare il marchio «made in Italy» nel mercato sudamericano.

Ai convegni sarebbe forse ora di parlare di più di questi che sono i veri problemi delle aziende, non della loro presunta perdita di competitività. Tutti speriamo che le 4 mila medie imprese italiane censite da Mb-Uc possano diventare 8 mila tra dieci anni. Ma se le lasciamo sole a combattere contro le potenti lobby degli importatori e dei Paesi emergenti rischiamo di vederle diminuire anziché crescere. ■

* vicepresidente della **Fondazione Wilson** e docente di economia industriale all'Università Cattolica di Milano