

— IL PROFESSOR FORTIS RISPONDE A FELLI&TRIA SUL MADE IN ITALY CHE TIRA —

L'impatto della Cina c'è, per questo l'export dell'Italia vale ancora di più

Al direttore - Nell'articolo "Glosse a Forte", pubblicato da Ernesto Felli e Giovanni Tria il 1° agosto sul Foglio, si sostiene che il sottoscritto, con il suo recente studio dedicato al boom dell'export italiano e al nuovo indicatore di competitività messo a punto da UNCTAD e WTO, abbia in qualche modo modificato il suo pensiero circa il pericolo della concorrenza asimmetrica cinese per l'industria manifatturiera italiana: tema che ha ispirato anche il libro di Giulio Tremonti "Rischi Fatali", pubblicato nel 2005. Si argomenta altresì che la "linea di pensiero" Tremonti-Fortis si sia oggi spostata più sull'inflazione energetica e alimentare provocata dalla Cina che non sugli aspetti di competizione sleale nei commerci. Ma in realtà non è affatto così.

Il mio pensiero è esattamente identico a quello di 7-8 anni fa quando per primo cominciai a parlare dei dumping e della contraffazione asiatica. E sono le cifre a supportarmi. Infatti, tra il 2001 e il 2005 i settori italiani dell'abbigliamento-moda e dell'arredo-casa hanno visto complessivamente erodersi il loro surplus commerciale di quasi 10 miliardi di euro, principalmente a causa della concorrenza asimmetrica di Pechino, incluso un formidabile dumping valutario e forme anomale di sostegno all'export. Solo negli ultimi due anni questa emorragia, che con i suoi effetti indotti ci è costata una perdita di circa 0,1-0,2 punti di pil all'anno, si è parzialmente arrestata. Nello stesso tempo il deficit commerciale bilaterale dell'Italia verso la Cina è salito dai circa 4 miliardi di euro del 2001 a più di 15 miliardi nel 2007: un "buco" solo di poco inferiore a quello che il nostro paese ha con l'intera Opec, nonostante che il prezzo del petrolio sia arrivato a massimi storici. E' dunque del tutto evidente che avevo ragione quando, ad inizio di questo decennio, invitavo a guardare con attenzione al fenomeno del "pericolo cinese" per i nostri settori manifatturieri ed auspico che l'Italia, nel contesto europeo, si attivasse per adottare nei riguardi della Cina non misure protezionistiche, bensì di legittima difesa previste dagli stessi trattati internazionali (come dazi antidumping e quote temporanee) di fronte ad evidenti pratiche commerciali scorrette e "predatorie".

Allo stesso tempo, con il collega Quadrio Curzio in un editoriale sul Sole 24 Ore nel marzo del 2003 proponemmo che fosse introdotto il marchio obbligatorio sul paese di provenienza per i prodotti importati da paesi extra Ue: una misura di correttezza verso i produttori industriali europei e di trasparenza verso i consumatori fatta propria dalla Confindustria e dal governo italiano e successivamente perfezionata dalla Commissione Ue ma non ancora approvata dal Consiglio dei ministri dei paesi membri (ove occorre

una maggioranza qualificata) anche perché tale misura è molto osteggiata dalla lobby degli importatori e della grande distribuzione del nord Europa.

E' sufficiente fare un viaggio a Prato

Il mio pensiero sulla Cina non è mai minimamente cambiato in questi anni come dimostra la sequenza di articoli in proposito da me pubblicati sul Sole 24 Ore, Economy, il Messaggero e altri organi di informazione. E per accorgersi di quanto sia stato forte l'impatto della concorrenza cinese sulla nostra industria e sui nostri distretti è sufficiente fare un viaggio nei centri tessili, orafi, calzaturieri, della sedia e dei divani di Prato, Biella, Vicenza, Arezzo, Barletta, Manzano o della Murgia: tutte aree dove l'export in questi anni è calato spesso a tassi a due cifre. Ciò non significa che l'economia italiana, grazie al boom di altri settori (principalmente la meccanica e l'alimentare-vini), non sia riuscita nel suo complesso a reagire alla concorrenza asiatica e ad ottenere i brillanti risultati evidenziati dalle nostre recenti analisi e dagli indici Unctad/Wto. Ciò è un grande merito del "made in Italy" e delle sue "4 A". Ma si tratta di risultati ottenuti non certo grazie all'apertura del "grande" mercato cinese: un tema oggetto di una insopportabile retorica in questi anni, quasi che la Cina dovesse diventare un Eldorado per le nostre imprese, mentre è diventata soprattutto la "fabbrica del mondo", permettendo all'occidente e al Giappone di avvantaggiarsi di una enorme disponibilità di manodopera a basso costo, aggirando i propri vincoli interni sull'ambiente, sulla sicurezza e sulle normative sul lavoro, ma innestando anche i semi dell'attuale inflazione "asiatica".

La Cina, anche se tenderà a produrre da sé quasi tutto ciò che le occorre (come già fece il Giappone), è sicuramente un mercato importante in prospettiva per i paesi avanzati, ma non per ora. Ci guadagnano al momento soprattutto singoli grandi gruppi multinazionali (ad esempio Volkswagen-Audi) e anche italiani (ad esempio Zegna o Danieli) più che le nostre nazioni nel loro complesso. Prova ne è che persino la grande Germania esporta in Cina solo la metà di ciò che esporta in Austria, così come l'Italia esporta in Cina solo la metà di ciò che esporta in Svizzera. Ma allora in che aree si è diretto il boom del nostro export? Soprattutto verso l'est europeo, i paesi arabi e del Mediterraneo, oltre che verso la vecchia Europa. Confermiamo così anche un'altra nostra previsione, espressa già 4-5 anni fa, e cioè che l'export italiano verso la Cina diventerà più o meno grande in valore come quello attuale verso un paese "medio" come la Spagna forse solo dopo il 2020.

Marco Fortis

Università Cattolica e Fondazione Edison

