

Lo scettico

«Premiati solo i big e i grandi marchi»

Fortis: un'illusione pensare di far crescere il Pil del 3% l'anno vendendo all'ex Celeste impero

La Cina porterà sicuramente grandi successi, ma solo ad alcune, poche, imprese. Non sarà, invece, la soluzione per l'economia italiana nel suo complesso. Anzi.

«Se qualcuno si illude di far crescere il proprio Pil del 3% all'anno vendendo ai cinesi, si sbaglia di grosso». Marco Fortis, economista, vice presidente della Fondazione Edison e docente all'Università Cattolica di Milano, ne è profondamente convinto, e da tempo. «Ho una grande ammirazione per questo Paese: gli mancavano solo i capitali e nel momento in cui le multinazionali americane, giapponesi e inglesi glieli hanno forniti, è partito a razzo. Ma, da un punto di vista macroeconomico, pensare di uscire dal rischio di deflazione con la domanda dei mercati emergenti è una illusione».

La Cina, dice Fortis, «va bene per le grandi imprese, per chi ha marchi forti o è tecnologicamente molto avanzato. Per brand come Zegna, Tod's, Bulgari, Ferrari. Per imprese iperspecializzate come la Ima di Bologna che è leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine automatiche per confezionare prodotti farmaceutici, di tè o caffè. O, per fare un esempio tedesco, per macchine come la Audi. Per tutto questo tipo di aziende la Cina è una sfida formidabile, e certamente devono aggredirne il mercato e cercarne di conquistare la maggior parte di quote possibile. Ci mancherebbe altro che le poche aziende che ci sono rimaste non perseguano questa strada. Altra cosa, però, è di-

re che in questo modo potremo ricostruire la ricchezza che, come Paese, stiamo perdendo. Non dimentichiamo, infatti, che nel 1999 tra i Paesi esportatori di manufatti la Cina era il sesto al mondo, mentre oggi è il primo in assoluto».

Fortis sottolinea che «mentre una volta i grandi sentieri di sviluppo delle aziende coincidevano con quelle della propria nazione, oggi in un mondo globalizzato il 5 per cento delle aziende di un Paese fa fortuna su un mercato che distrugge l'economia del proprio Paese. Chi è bravo — spiega — ce la fa. Ma se un Paese, anziché avere 10 mila aziende di successo ne ha 10, non ha fatto un gioco a somma positiva». Anche la Germania, sostiene il vice presidente della Fondazione Edison, «sta, troppo in fretta, illudendosi» sulle prospettive offerte dalla Cina. E il segno che le cose potrebbero non andare come si pensa si ha con «tutto questo parlare dello yuan che deve rivalutarsi. Significa che finalmente si sta iniziando a capire cosa potrebbe succedere. Fino a quando lo diceva l'Italia nessuno lo prendeva in considerazione. Adesso, invece, si è visto che i cinesi vincono gli appalti dall'Europa dell'Est all'Africa e quindi tutti chiedono di rivalutare la moneta cinese».

Secondo l'economista, che è un attento studioso dei distretti economici italiani, e dunque delle piccole e medie imprese italiane, insomma, non basteranno i successi di alcune imprese a fare della Cina il nuovo Eldorado. «Ci sono molti più ricchi da noi che in

Cina. Siamo noi, insieme agli spagnoli, agli americani e agli inglesi che compriamo l'export tedesco, non i cinesi. Basta guardare quante Audi o BMW si vedono girare solo in Lombardia».

C'è un altro elemento che fa creare a Fortis che si debba essere prudenti sulla Cina. Ed è che «ora che ha i capitali seguirà uno sviluppo tipicamente asiatico, come il Giappone: esclusi alcuni prodotti di lusso, per il resto produrrà tutto ciò che le serve, esattamente come il Giappone che da noi acquista solo alcuni prodotti di lusso. Ma in Cina sarà moltiplicato per 10». «Finora — conclude il vice presidente della Fondazione Edison — l'unico "nuovo" Paese cui guardare è la Russia: è un mercato molto più aperto e non dotato di concorrenti. Ha smesso di comprare durante la crisi, ma adesso si sta riprendendo».

M. S. S.



Marco Fortis Vice presidente Fondazione Edison

Lo sviluppo delle aziende non coincide più con quello del proprio Paese