

Compagni, usciamo dal guscio La Cina vuole comprarsi il mondo?

GOING OUT STRATEGY. Wen Jiabao lancia una nuova fase. Massimizzare il valore strategico delle riserve valutarie. Le società di Stato sono incoraggiate a espandersi all'estero accapparandosi i marchi migliori nei servizi e nell'industria. Ecco perché berremo birra e guideremo macchine cinesi.

DI ROMEO ORLANDI

■ Washington. Il premier cinese, Wen Jiabao, ha dato il crisma ufficiale a una movimento ineludibile: l'uscita della Cina dal proprio guscio. Lo ha fatto durante un incontro con i diplomatici cinesi, affermando che «dovremmo realizzare velocemente una 'going out strategy' combinando l'uso delle nostre riserve con l'intraprendenza verso l'estero delle aziende». In realtà si tratta di un processo già in atto. Negli ultimi 7 anni l'entità degli investimenti cinesi all'estero è aumentata di 30 volte, raggiungendo i 40 miliardi di dollari. Ora si tratta di dare un valore strategico a questo enorme flusso: dopo essere stata protetta per secoli dalla Grande Muraglia, la Cina comprende che deve scavalcarla perché nella globalizzazione è costretta ad espandersi. Le grandi società di stato, ormai rivolte con

disinvoltura verso profitti inediti, sono incoraggiate ad acquisire asset all'estero. Finora hanno operato sui terreni finanziari e delle materie prime; ora dovranno diversificare gli impieghi e rivolgersi anche alle industrie ed ai servizi. La stessa direzione è delineata ora per la giovane industria cinese, inesperta dei mercati ma audace e senza venature ideologiche. La seconda novità è l'attenzione verso i paesi maturi, le cui cancellerie alternano speranze e timori.

Prima della crisi una domanda sembrava ironica e retorica: come riesce un paese dal reddito pro capite medio ad avere le più grandi riserve internazionali? Come ha fatto la Cina ad accumulare nei suoi scrigni l'astronomica cifra di 2.132 miliardi di Usd? La risposta è relativamente semplice, disarmante come l'uovo di Colombo: è sufficiente inanel-

lare attivi commerciali ed attrarre investimenti stranieri. Nessuno più della Cina è in grado di vendere all'estero, non esiste altro paese in grado di allettare meglio le aziende che intendono delocalizzare. Gli investimenti interni vengono finanziati dai risparmi dei cittadini, così le riserve sono libere di muoversi sui mercati. Fino all'estate del 2008 sembrava normale un paradosso: i consumatori di Main Street si indebitavano con il futuro, spendendo i



soldi della frugalità contadina cinese. Era un meccanismo perverso che tuttavia rendeva tutti contenti, soprattutto la Federal Reserve. La middle class viveva al di là delle proprie forze e la Cina acquistava porzioni di America. I dollari del deficit commerciale ritornavano infatti verso Washington e compravano Treasury Bonds, finanziando il deficit federale. Era un gioco a somma zero: il valore dei giocattoli cinesi equivaleva a quello dei titoli di Stato; i primi allietavano i consumi, i secondi arricchivano l'altra sponda del Pacifico.

Può la Cina continuare a essere la fabbrica del mondo, un immenso capannone industriale al servizio delle multinazionali e dei consumatori? La risposta che trapela dalle indicazioni di Wen è negativa. Finora i vantaggi della titanica macchina produttiva sono stati minori per la Cina. I margini rimangono alle aziende che apongono il loro marchio sulle merci cinesi, le vendono con un marketing sofisticato, con un uso sapiente dei canali commerciali. In Cina rimane la committenza, l'industria, l'inquinamento; nell'Occidente do-



minano la finanza ed il controllo. È una situazione non più sostenibile, soprattutto se si hanno le risorse per contrastarla. Cosa succede se, nella crisi, le riserve cinesi non vengono considerati una bizzarra statistica, ma un leva di sviluppo? È ipotizzabile che il governo tenga per sé le decisioni politiche. Saranno suo compito l'acquisizione delle risorse minerarie e la trattativa con Washington. La Casa Bianca teme che la Cina dia corso al suo intendimento di sostituire il dollaro come moneta per i pagamenti internazionali. Mentre Wen calibra gli acquisti del biglietto verde, sollecita a nuove iniziative i suoi compatrioti capitalisti. L'affermazione di marchi cinesi potrebbe essere un primo risultato. Non ne esistono infatti tra quelli più conosciuti. Il più grande esportatore mondiale non ha connotati riconoscibili e le sue merci vengono associate a bas-

sa qualità. Le grandi aziende nipponiche e coreane sono invece molto più affermate e riescono ad imporre i loro prodotti. In alternativa i capitali cinesi potrebbero acquisire le catene distributive - dove risiedono i profitti - e anche le aziende straniere. Immetterebbero liquidità in cambio di competenza manageriale, abitudine alla concorrenza, sofisticazione nella vendita. La Cina potrebbe uscire dunque da una dimensione puramente quantitativa dello sviluppo ed avventurarsi in terreni finora inesplorati e forse più rischiosi. È dunque del tutto verosimile che berremo birra e guideremo auto cinesi. Contemporaneamente assisteremo alla sinizzazione di colossi distributivi oppure all'acquisto di marchi prestigiosi del Made in Italy. Il luogo di produzione non sarà più un indicatore di qualità, in linea con principi ed i risultati della globalizzazione.