

SCARPE, POLO O BICICLETTE, IL MADE IN ITALY RESTA SOTTO PRESSIONE

Lo yuan che si rivaluta non incanta le imprese «E' tutto come prima»

Il segnale «è buono», ma il divario di competitività con la Cina resta grande. Gli orafi: speriamo aumenti la loro domanda. Confagri: insistere sull'export

analisi

Marco Sodano

I diplomatici si dicono soddisfatti. A Bruxelles, il commissario Ue al Commercio Peter Mandelson commenta il contenuto politico della decisione di Pechino, che ha sganciato la sua moneta - lo yuan - dal dollaro rivalutandola del 2,1%. «È un passo avanti verso l'assunzione di maggiori responsabilità internazionale». Sarebbe il caso, dice, di riconoscere questi sforzi. Però i bicchieri mezzi pieni sono anche mezzi vuoti: e infatti Mandelson ammette che la rivalutazione «non avrà effetti immediati o significativi. Nessun effetto non è una buona notizia».

Anche l'economia italiana apprezza lo sforzo ma si trova al punto di prima: in difficoltà. Con la rivalutazione dello yuan al 2,1% il divario di competitività - 30, 50, forse anche 70 per cento - resta enorme. Alberto Forchielli, direttore dell'Osservatorio Asia e docente di economia all'Università di Bologna, taglia corto: «Il 2% non si commenta neanche. Ipotizziamo che nel futuro immediato si arrivi al 10, anche al 15%. Gli effetti resterebbero minimi. La Cina importa ed esporta grandi quantità di merci, quindi la rivalutazione peserà sulla differenza tra import ed export. Al 15% l'aumento dei prezzi per i produttori cinesi sfiorerebbe i cinque punti: la distribuzione è in grado di ammortizzare il colpo». Nell'immediato, continua Forchielli, pagano i grandi compratori - i «buyers» - americani: aziende come Walmark, che a Pechino acquista merci per 18 miliardi di dollari l'anno (e infatti ieri a Wall Street è stata punita). «Invece ci guadagneranno - conclude l'economista - gli altri paesi con costo del

QUANDO IL MARCHIO TRIONFA

(La classifica Best Global Brands 2005, l'annuale ricerca condotta da Interbrand dei marchi più redditizi dell'economia mondiale. Fra le prime dieci posizioni stabili, con nuovo ingresso della finlandese Nokia)

Gli italiani fra i primi centotrenta (tra i primi 50): Prada, Bulgari e Armani (new entry)

VALORE (mld \$) NAZIONE

■ Coca Cola	67,5	Stati Uniti
■ Microsoft	59,9	Stati Uniti
■ Ibm	53,3	Stati Uniti
■ General E.	46,9	Stati Uniti
■ Intel	35,5	Stati Uniti
■ Nokia	26,4	Finlandia
■ Disney	26,4	Stati Uniti
■ McDonald's	26,0	Stati Uniti
■ Toyota	24,8	Giappone
■ Marlboro	21,1	Stati Uniti

lavoro molto basso: India, Filippine, Bangladesh, Centroamerica e Europa dell'est.

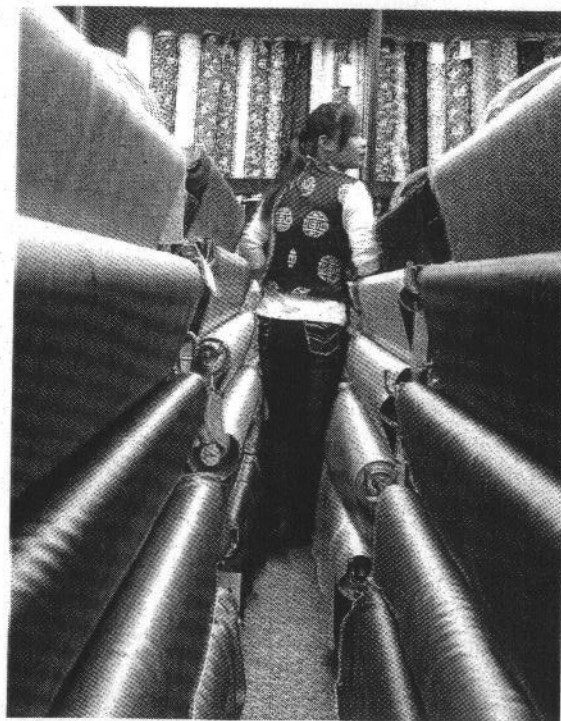
I cinesi patiranno qualche rincaro e l'Occidente si prende una soddisfazione morale. Gli italiani pesano lo sforzo. Apprezza Germano Buzzi, direttore dell'associazione degli orafi di Valenza - oltre seicento imprese associate - : «Noi paghiamo le materie prime in dollari, come tutti nel mondo. In astratto lo sganciamento dello yuan è una cosa buona: aumentano, pur se di poco, i costi per un concorrente. In prospettiva dovrebbe aumentare anche la capacità di spesa dei cinesi». D'altra parte, osserva Buzzi, c'è chi sostiene che lo yuan è svalutato del 40, 50 per cento: «Se si arrivasse a tanto, allora si che la musica cambierebbe. Nei prodotti di alta gioielleria noi non abbiamo paura di nessuno».

Gli affari sono affari, e gli imprenditori amano farli in libertà. Apprezza lo yuan libero Marco Bognone, patron di Robe di Kappa, attivo nel tessile e quindi esposto alla concorrenza di Pechino: «L'economia cinese è così influente nel resto del mondo che non potevano non accettare un confronto leale anco-

MENO PEGGIO I CONTI EXTRA-UE

Prosegue la dinamica negativa dell'Italia negli scambi commerciali con l'estero. A giugno il paese ha accusato un deficit commerciale verso i paesi al di fuori dell'Unione europea di 150 milioni di euro a fronte di un passivo di 25 milioni di euro registrato a giugno dello scorso anno. Lo comunica Istat. Osservando che su base annua le importazioni dagli stessi paesi sono cresciute dell'8,2 per cento mentre le esportazioni sono aumentate del 7 per cento. La buona notizia, in questo contesto difficile, è che il deficit di giugno è il più basso finora nell'anno.

randosi all'andamento della finanza, non al dollaro. Gli effetti? Positivi sul piano strategico, poco rilevanti su quello pratico, almeno nel breve periodo». A Bognone non manca l'ironia: «Diciamo che il confronto si fa più sportivo. Nel lungo periodo i listini prezzi ne risentiran-



Il tessile è uno dei settori nei quali la concorrenza cinese s'è sentita più forte

no un po', ma questa è l'unica strada per moderare la sproporzione di competitività con la Cina. Gli affari restano affari. E le biciclette? Stefano Viganò, direttore marketing della Bianchi: «La situazione non consente grandi recuperi, però il segnale è buono. Non soffriremo nei prodotti di fascia alta, per i quali usiamo componenti nostrani. In quella mediobassa, viceversa, ci sono pezzi cinesi». Andrà però peggio agli americani, grandi concorrenti degli italiani nel mondo del pedale, dal momento che «anche per i modelli di punta comprano i componenti a Taiwan», chiude Viganò.

Rossano Soldini, presidente dell'associazione dei calzaturifici italiani non usa mezzi termini: «Un 2% di rivalutazione è aria fritta». Secondo Soldini la divisa cinese era sottovalutata di circa il 50%. Anzi, l'obiettivo della Cina era «di tipo mediatico». E hanno raggiunto il loro scopo. Per sentire un respiro di sollievo dal calzaturiero, chiosa Soldini, servirebbe una rivalutazione del 30 per cento. O, perché no, del 50. Gli agricoltori contano soprattutto sulle prospettive di apertura del mercato cinese. «La liberalizzazione si

può leggere nelle due direzioni - commenta il presidente di Confagricoltura Federico Vecchioni - . Intanto per il momento lo sganciamento è più simbolico che reale, visto che lo yuan dipende ancora dal paniere della banca centrale cinese. Speriamo che quest'apertura ci aiuti a migliorare la penetrazione sul mercato cinese con i nostri prodotti di alta qualità. Sta accadendo, per esempio, con il prosciutto».

Luigi Ratto, imprenditore lombardo titolare della Elco, produce piccoli motori elettrici. Lavora in Italia, Canada, Brasile e Cina. Anche per lui «conseguenze zero»: del resto «l'Europa diceva che per vedere qualche effetto si doveva arrivare al 30%». E anche Ratto apprezza la «buona volontà». L'economia italiana, insomma, aspetta un yuan del tutto sganciato, libero di muoversi solo in base alle sollecitazioni del mercato. Aspetta soprattutto che i cinesi, produttori instancabili, dimostrino altrettanta abilità nell'aprendere l'arte - ancora tutta occidentale - del consumare. Infine la cronaca di Borsa: lo yuan ha chiuso il primo giorno di flessibilità contro il dollaro a 8,111.

SISTEMA MODA

Zegna contento a metà «Il tessile non si salva sperando nel cambio»

intervista

ALL'ALTRO capo del telefono una voce digitale saluta dicendo «Ni hao». La comunicazione resta sospesa per qualche attimo, poi la linea suona libera e Paolo Zegna risponde. «Sono appena sbarcato da Tokyo, dove stamattina abbiamo presentato la Fiera Unica di Milano: avrebbe dovuto vedere quanto interesse c'è per noi da queste parti...» racconta il presidente del Sistema Moda. Grandi mercati, grandi possibilità: «Loro puntano sul prezzo, ma la qualità farà la differenza. Gli imprenditori italiani lo hanno capito. E' difficile, ma possiamo farcela».

Lo yuan libero e rivalutato del 2 per cento aiuta?

«Si tratta d'un segnale. Era atteso eppure sembrava non voler arrivare mai. Fanno così, i cinesi, se li metti sotto pressione si ritraggono. Hanno deciso a sorpresa. E' una mossa che dimostra come stiano diventando consapevoli della loro responsabilità di grande potenza economica mondiale».

Un segnale, va bene. Ma quanto vale?

«C'è chi dice che il riequilibrio richiede una rivalutazione del 30%. Non credo che sia un obiettivo realistico. Una delle forze di Pechino è la capacità di pianificare. In questo momento è rischioso avventurarsi a prevedere dove vogliono arrivare. Non so nemmeno se si andrà, in tempi brevi, oltre al 2 per cento».

E' una misura valutaria che risolve qualche problema?

«Non cambia nulla. Le questioni che c'erano ieri, ci sono anche oggi. Non possiamo affidarci alla rivalutazione dello yuan. La partita si gioca sul rispetto delle regole commerciali internazionali, sulla diffusione dell'etichetta di origine, e sul tritico dell'offerta fondata su credibilità, servizio e tempi di consegna. E' su questifronti che si gioca la salvezza della moda italiana».

Come è andata la prima parte del 2005?

«Non è stata molto differente dallo scorso anno. Abbiamo in qualche misura beneficiato della ripresa del dollaro, ma il mercato interno - e in questo comprendo anche l'Europa - è fermo. Siamo cercando di aumentare la penetrazione nelle piazze più lontane, oltreoceano. L'accoglienza è stata buona, e tuttavia ci vorrà tempo».

Niente ripresa, dunque. E' un peccato...

«Chi va bene, va bene. Gli altri sono in difficoltà. Per superare la crisi è necessario un salto dimensionale per le imprese, cosa difficile da immaginare nel breve termine. Sono in troppi ad essere troppo piccoli. E questo è un grave handicap». [m. zat.]



Paolo Zegna