

Forchielli: «Batterli sui tempi di consegna»

Spostamento della produzione dall'Europa all'Asia e perdita di posti di lavoro. Per Alberto Forchielli, esperto di economia internazionale, sono queste le prime conseguenze del libero mercato che da ora in poi caratterizzerà il settore tessile e calzaturiero. L'opinione giunge da chi, i mercati asiatici, li conosce da tempo e li tiene d'occhio quotidianamente.

Forchielli è infatti presidente della società Sourcing solutions, che dal 2002 aiuta le imprese italiane ad investire in oriente, mentre dal giugno 2004 è alla guida di Osservatorio Asia, realtà imprenditoriale-academica votata a far conoscere le potenzialità di un'area commerciale in netto sviluppo. «A trarre vantaggio dalla liberalizzazione - commenta Forchielli - sarà soprattutto la Cina, seguita da India e Bangladesh. Va anche detto che per attutire le proteste levatesi a livello mondiale, la Cina ha annunciato che metterà dei dazi sull'export. Penalizzerà dunque le proprie esportazioni per non incrinare i rapporti commerciali con i Paesi occidentali e per evitare che questi ricorrano a misure cautelative nei suoi confronti, come

l'innalzamento dei dazi o la reintroduzione di quote per l'import».

Forchielli smentisce inoltre l'ipotesi, avanzata da alcuni, secondo cui la liberalizzazione contribuirà a diminuire il problema della contraffazione. «Da quel punto di vista - ci spiega - non cambierà niente, si è sempre fatta e si continuerà a farla anche nel settore tessile». Cosa consigliare quindi a quelle aziende già da anni in ginocchio? «Le alternative sono poche - conclude -. Bisogna puntare su produzioni a maggior valore aggiunto, anche se l'Asia è ormai in grado di affrontare produzioni complesse. D'altra parte è quasi antistorico che maglifici a basso livello siano ancora operativi qui da noi. La ricetta? Delocalizzare la produzione cercando alleanze in Asia, puntare sul marchio, sulle lavorazioni non replicabili e sulla flessibilità della gamma. Determinante è anche la capacità di saper battere la concorrenza sui tempi di consegna. L'Asia è infatti spiazzata su questo fronte. Per riordinare merce dalla Cina ci vuole un mese. Soddisfare i clienti in tempi più rapidi può rivelarsi un'arma vincente». ▲