

Segue dalla prima

DALL'INVIATO Vincenzo Vasile

Tempi di «miracolo», miracolo cinese. Su cui pesa, almeno da noi, l'ombra della preoccupazione e del sospetto. L'ultimo incontro di Ciampi con il «miracolo cinese» è del 3 marzo scorso.

Il presidente della Camera di commercio di Como portò al presidente, in visita alla città che rappresenta la nostra «capitale della seta», un polemico regalo: la «cra-vatta italiana» fabbricata, per l'appunto, a Pechino e venduta a prezzi stracciati sulle bancarelle di Firenze. Prezzi che nessun produttore italiano può permettersi, simbolo di una minaccia incombente. La Cina dei «cloni» consumistici tra la gente che «fa impresa» e che lavora in Italia è stato forse l'unico aspetto davvero sconcertato e sentito nel profondo: fino a suscitare un «movimento» diffuso, vezzeggiato dagli ambienti della maggioranza, leghisti e non, incline a risforderare misure di iper-protezionismo: chiudiamo le frontiere?, s'è letto sui giornali.

Del resto, l'immagine economica della Cina è impiccata a un luogo comune che la considera essenzialmente come un temibile invasore dei mercati esteri. Pericolo giallo. E bisogna dire che qualche conferma di questo tormento può venire da una breve scorrianda turistico-

co-consumistica che abbiamo fatto presso uno dei grandi «centri commerciali» sparsi per la grande metropoli. Quello che abbiamo visitato si trova a fianco del mercato cittadino del pesce, ed è avvolto da un terribile odore. Il mega-store è munito, su ciascuno dei suoi cinque piani, di una formidabile scorta di polizia, che impressiona e stupisce in questo, che è l'unico Paese al mondo che dopo l'11 settembre sia ancora immune dall'ossessione del terrorismo: sbarcando all'aeroporto, in cinque minuti si possono sbrigare tutte le formalità di sicurezza e di dogana.

Ciampi qui, al centro commerciale, non ce lo porteranno. Non vedrà le migliaia di cravatte, molto simili a quella che gli fu mostrata a Como, e giacche, e borse, e orologi, un po' di tutto, griffati con «false» firme italiane, che però forse alludono a furbastre delocalizzazioni di tanto «made in Italy»: roba esposta sugli scaffali a prezzi ridicoli, suscettibili di ulteriori sconti fino al 50 per cento, solo che si sappia «trattare». Al nostro polso da ieri sera, per

## CIAMPI a Pechino

In questi anni di follia berlusconiana in cui è stata minacciata la chiusura delle frontiere contro il «pericolo cinese», il Paese si è rivolto a ditte tedesche, inglesi e francesi

Ora il viaggio del presidente della Repubblica ha l'obiettivo di rimettere in moto una serie di trattative per incoraggiare le esportazioni finora limitate

# L'Italia non ha ancora scoperto la Cina

Negli investimenti è al 23° posto. Ciampi in visita ufficiale a Pechino. Con lui anche Montezemolo

### Il made in Italy in cerca di spazio

**PECHINO** Nel 2003 fra i paesi clienti della Cina, l'Italia è risultata essere l'undicesimo partner commerciale mondiale ed il quinto fra i Paesi dell'Unione Europea, con una quota di mercato dell'1,52%. Fra i fornitori cinesi, invece, il Belpaese è il diciassettesimo su scala globale ed il terzo a livello comunitario. A trainare le vendite di made in Italy in Cina sono i macchinari, le attrezzature ed i prodotti elettrici (58% delle nostre esportazioni), l'abbigliamento, le calzature, i gioielli ed i prodotti farmaceutici. Per l'azienda Italia, quindi, gli spazi di crescita all'interno dell'enorme mercato cinese, il più grande dei prossimi decenni, sono molti. Basta guardare agli elevati tassi di crescita registrati dalla Cina negli ultimi anni: dal 1989 al 2002, la crescita del pil è stata in media dell'8%. E nel 2003, anno della Sars, è stata del 9,1%, il livello più alto dal 1987. Per quest'anno si stima che il pil salirà dell'8,4%. Il tasso di disoccupazione è risultato pari al 10,1% nel 2003 (9,8% previsioni 2004), mentre la bilancia commerciale ha registrato un attivo di 25,6 miliardi di dollari, che dovrebbero salire a 28,8 quest'anno. Ma non basta: le importazioni cinesi, lo scorso anno, sono aumentate addirittura del 40%.



Il presidente della Repubblica italiana Carlo Azeglio Ciampi al suo arrivo a Pechino

Foto Ansa

diciotto euro, provenienti da una originaria richiesta di cinquanta, c'è un orologio «uguale», ma proprio «uguale», a quello che figura nel catalogo originale, che ci viene mostrato, per poter scegliere tutte le opzioni offerte dalla nostra premiata ditta «Panera»: un «Luminor gmt automatico». I turisti italiani più estrofiti si accontentano, invece, dei finti «Rolex», che in media stanno sui trenta euro. Vogliamo dire che il problema delle imitazioni e delle clonature esiste. Riguarda sia i consumi di massa, sia le cravatte baggiane, ma effettivamente

**Sono in programma nei prossimi 10 anni 55mila km di autostrade e appalti per 22mila km di ferrovie**

te di seta pura, vendute a Como o sulla spiaggia di Fregene, così come alcuni prodotti «di nicchia», sostituibili con una certa verosimiglianza da questi oggetti «made in China», che - tutti giurano - sono copie ben fatte e perfettamente funzionanti.

Bisognerà, insomma, che ci si dia una regolata. Per il bene di tutti. L'altro giorno, conversando in un'intervista collettiva con i giornalisti cinesi, il nostro presidente ha fatto saggiamente osservare che la recente adesione della Repubblica Popolare Cinese al Wto, vale a dire l'Organizzazione internazionale del Commercio, dovrà auspicabilmente corrispondere all'apertura di una nuova stagione di «rispetto delle regole del mercato internazionale», per la Cina una svolta. Ieri sera forse abbiamo colto qualche traccia di questa scadenza, che diviene operativa dal prossimo primo gennaio, quando i frenetici commessi dei reparti dediti «ai «cloni» invitavano con mimica efficace i clienti a pronunciare a bassa voce i nomi dei «marchi» desiderati, per timore di

blitz della polizia, che si sono fatti più frequenti, proprio in coincidenza con l'ammissione della Cina nel Wto.

Ma non è solo questa la nuova Cina. Pechino è irrisconoscibile a chiunque l'abbia visitata dieci anni fa: è piena di «Macdonald» e di fast food specializzati nel pollo fritto a stelle e strisce, è un'immensa platea di consumi estero-fili, con milioni di giovani che navigano su Internet, anche se ci sono restrizioni governative all'accesso ai siti di notizie, e sono assetati di musica, film e Occidente. C'è una Cina che ama i vestiti, la musica, i computer, i videogame. Sotto agli alberghi-grattacielo, che sono sorti attorno a piazza Tienanmen negli ultimi cinque anni, abbiamo visto «metallari» dai capelli rossi, punk e minigonne. E Pechino è intasata, ancor più che da noi, da milioni di macchine, brutta in un traffico infernale, che ci è stato in parte risparmiato solo in questo fine settimana. Ieri pomeriggio per la pausa del week-end la gente appariva come placata, e in un'atmosfera di grande armonia ab-

biamo visto centinaia e centinaia di pechinesi radunarsi sotto i portici accanto al grande Tempio della pace celeste, a suonare violini a una sola corda e intonare cori. E la tradizione che convive con una svolta sempre più profonda nelle abitudini e nei consumi. Svolta che può darsi epocale. Nel 2003 sono stati 22 milioni i cinesi che sono andati in vacanza all'estero, ed erano il doppio rispetto all'anno precedente. Chissà domani. «The Economist» ha previsto che andando di questo passo, l'esplosione dell'economia cinese nel giro di cinquant'anni equivarrà alla scoperta di altre quattro Americhe. L'aumento del prodotto interno lordo viaggia per ora sull'8-9 per cento. E anche se il totale del Pil è pari a poco più di quello del Benelux e il reddito medio pro-capite annuo è di appena mille dollari, la proiezione al futuro di tutti gli indicatori economici ci dice che dobbiamo immaginarci grandi, spettacolari cose. La Cina è una grande occasione, un immenso affare Sono in programma nei prossimi dieci anni 55mila

chilometri di nuove autostrade, appalti per 22mila chilometri di ferrovie.

L'ha capito l'Europa, e buona ultima nella comitiva della Ue sta arrivando l'Italia. C'è, infatti, un altro luogo comune da sfatare: la Cina economicamente non s'è solo americanizzata. Non sono gli Usa e gli altri Paesi orientali gli unici partner. Anzi, l'Europa con 140 miliardi di interscambio complessivamente figura al secondo posto dopo gli Usa, avendo scavalcato il Giappone. Ma l'Europa, lo sa bene Ciampi, rischia di essere un nome,

**Molti Paesi Ue hanno capito la grande occasione già da tempo, ora nella comitiva arriva anche l'Italia**

un'indicazione geografica. Non tutti gli europei si sono mossi, non gli italiani. Negli investimenti in Cina l'Italia fa la parte della Cenerentola, è al ventitreesimo posto, dietro la Malaysia. Quando in questi anni di follia berlusconiana c'era a Roma chi mostrava i muscoli della minaccia di chiusura delle frontiere contro il «pericolo cinese», la Cina affidava alla tedesca Siemens e alla Svizzera Abb la costruzione di centrali elettriche e linee ferroviarie, alla inglese Thames Water e alla francese Veolia le reti di approvvigionamento idrico. Sugli interscambi poche luci e molte ombre: Lo scorso anno le vendite italiane in Cina sono calate del 4,1%, contro un aumento dell'import del 14,9%. Le potenzialità sono evidenti: dal 1999 l'Italia ha visto aumentare le esportazioni in Cina dell'80%, ma s'è sempre più ridotta la nostra quota di mercato. Per noi rimangono briciole, anche se persino le briciole in un piatto così ricco possono essere, in prospettiva, sostanziose. La copertina del «Time» che annunciò il mese scorso una trionfale visita di Chirac vale come emblema: l'enorme piazza Tienanmen era tappezzata di Ferrari e Maserati. L'Italia si presta, dunque, come simbolo di genialità imprenditoriale, non come partner. Pesano anche negativamente le restrizioni agli ingressi degli stranieri, la famigerata Bossi-Fini. È un fatto che Pechino in due anni ha raddoppiato i suoi laureati, tre milioni che si preparano ad affrontare l'economia globalizzata, e intanto in Italia ne ospitano appena 800, sì, ot-to-cto-to!, contro i 60.000 cinesi accolti nelle università inglesi, 50.000 nelle tedesche, 40.000 in Francia, 35.000 in Irlanda.

La visita di Ciampi coincide con un risveglio di interesse, seppur tardivo. La Confindustria di Montezemolo accompagnerà l'evento con una serie di «trattative» e confronti mirati e con un «forum» italo-cinese che si svolgerà l'8 dicembre a Shanghai. Saranno presenti i dirigenti dei nostri gruppi industriali maggiori: la stessa Fiat potrebbe scommettere con maggior coraggio su questo immenso mercato per cercare una via d'uscita alla crisi del mercato interno. Le delegazioni accompagnate da 4 ministri, compreso il neo-capo della diplomazia Gianfranco Fini, verranno accolte in grande pompa. Ma come nella favola la Cenerentola italiana dovrà darsi una mossa, prima che scada la fatidica mezzanotte.

**VERSO IL 3° CONGRESSO NAZIONALE DEI DS**



www.dsonline.it

Da Pesaro a Roma:

**PER VINCERE. LA SINISTRA CHE UNISCE**



**APPUNTAMENTI CON PIERO FASSINO DOMENICA 5 DICEMBRE**

Roma ore 12.00  
FORUM NAZIONALE  
DELLA SINISTRA GIOVANILE  
Hotel Ergife, via Aurelia 617/619

**Abbadia San Salvatore (SI)**  
ore 15.00  
Congresso DS

Coordinamento nazionale Mozione Fassino "Per vincere, la sinistra che unisce"  
00184 Roma - via Palermo, 12 Tel. 06/6711353  
www.dsonline.it mail mozionefassino@dsonline.it