

## Cina strategica per auto e macchinari

Luca Orlando

A Marchionne certamente questa strada non piacerebbe. L'ipotesi di una guerra commerciale contro Pechino cadrebbe infatti proprio nel momento di massima gloria per l'auto italiana in Cina, in grado lo scorso anno di raddoppiare gli acquisti dal nostro Paese, proiettandoli a 1,6 miliardi. E rendendo la Cina per questo comparto il quarto mercato estero di sbocco, per la prima volta davanti al Regno Unito. Uno scatto eclatante (a gennaio però il trend non è replicato) anche se non isolato, con l'**export** tricolore in grado nel 2017 di lievitare del 22,2% per toccare il nuovo record storico di 13,5 miliardi di euro. Numeri decisamente interessanti, che portano la Cina a insidiare da vicino il Belgio, che solo per una manciata di milioni mantiene la settima piazza tra i nostri maggiori mercati di sbocco. Un

irrigidimento commerciale potrebbe naturalmente anche frenare gli acquisti da Pechino, che tuttavia negli ultimi anni hanno decisamente rallentato il passo. Tra il 1997 e il 2007 lo tsunami della globalizzazione ci ha evidentemente penalizzato: a fronte di esportazioni verso la Cina triplicate a 6,8 miliardi, le nostre importazioni si sono impennate di oltre cinque volte da 3,9 a 21,7 miliardi. Trend diverso nel decennio successivo, con l'Italia in grado di più che raddoppiare i propri valori esportati mentre le vendite di prodotti cinesi nel nostro Paese crescevano solo del 31%, stabilizzando dunque il disavanzo commerciale: dai 15,4 miliardi del 2007 ai 14,9 odierni. Un deficit per la verità non omogeneo, perché se è vero che in elettronica e apparati elettrici, tessile e abbigliamento, chimica, gomma-plastica e prodotti in metallo gli acquisti sono di gran lunga superiori alle vendite, ci sono una manciata di aree in cui l'Italia mantiene chiaramente vantaggi differenziali, visibili nella produzione di un avanzo a nostro favore. Accade ovviamente nell'auto (importiamo 100 milioni di euro all'anno) ma anche nell'area vasta dei macchinari e delle attrezzature: qui vendiamo a Pechino beni per 3,9 miliardi, ne acquistiamo per 3,3. Anche se la nostra quota di mercato nei macchinari cinesi è ancora limitata, è evidente come l'upgrade produttivo e qualitativo in atto in Cina



non possa che favorire le nostre produzioni, competitive soprattutto per attività customizzate e di nicchia, lontano dalle grandi serie e dallo standard. Altra area in attivo è l' alimentare, con ampi margini di crescita, visto che ad oggi vendiamo solo 400 milioni di euro all' anno, un'inezia se rapportata ad 1,4 miliardi di persone. Platea sterminata che gradualmente accede a nuovi livelli di ricchezza e fasce di consumo, dove il **Made in Italy** ha evidentemente grandi chance da giocare. Nel 2017 in Cina abbiamo guadagnato quote di mercato rispetto all' Unione Europea, cresciuta cinque punti meno di noi. Una guerra commerciale non arriverebbe per noi nel momento ideale. © RIPRODUZIONE RISERVATA.