

Dazi al contrario, chi beneficia della riduzione delle tariffe cinesi

DI MARCO MARAZZI*

Nel bel mezzo della guerra commerciale iniziata da Trump la Cina riduce di nuovo i dazi su circa 1.500 prodotti di consumo all'importazione, con punte di riduzione del 60%. È la seconda riduzione in meno di 7 mesi. Quella entrata in vigore il 1° luglio però è ben più sostanziale e tocca vari prodotti che interessano anche l'Italia e l'Europa in generale: non dimentichiamo infatti che, data la natura del mercato unico, le esportazioni da un altro Paese Ue possono beneficiare anche aziende italiane. Si comincia da abbigliamento, calzature e copricapi per arrivare a utensili da cucina e prodotti per fitness; le tariffe su questi prodotti sono state ridotte di circa la metà. Quelle su frigoriferi e lavatrici invece sono state ridotte fino all'8% rispetto alle precedenti aliquote che variavano tra il 10 e 30% a seconda dei prodotti. Un abbassamento si è verificato anche su alimenti come prodotti dell'acquacoltura e della pesca e sulle acque minerali. I dazi su alcuni prodotti della cosmetica, come prodotti per i capelli, profumi, prodotti per l'igiene della bocca e preparazioni da barba e deodoranti, sono stati ridotti al 3%. Per questi prodotti restano però alcuni ostacoli dovuti a barriere non tariffarie (licenze, omologazioni) che comunque sono stati risolti in parte almeno negli ultimi anni. Scendono a zero poi dazi su 27 voci all'interno dei prodotti farmaceutici, tra cui medicinali a base di penicilina e insulina. Per quanto riguarda invece il settore automobilistico, c'è stata un'ulteriore riduzione per gli autoveicoli per trasporto di merci e persone, dal 25% al 15%, mentre a telai, carrozzerie e altre parti per autoveicoli si applica un'aliquota unica del 6%. Le importazioni di autovetture continuano comunque a essere soggette alla consumption tax, che varia a seconda della cilindrata, e a un sistema di licenze all'im-

portazione su cui bisognerà ancora lavorare negli incontri bilaterali Ue-Cina. Vediamo prima l'impatto potenziale sull'export italiano. La categoria dell'abbigliamento e accessori è una tra quelle al cui interno si trova il numero maggiore di articoli che hanno beneficiato dalla riduzione dei dazi (ben 132 codici per indumenti e accessori di abbigliamento a maglia e 167 per quelli diversi dalla maglia). L'export verso la Cina per queste due tipologie di prodotti è cresciuto da 557 a 620 milioni, quindi la riduzione va a incidere su un trend già di per se positivo. Altra categoria che beneficia di riduzioni è quella dei prodotti a base di carne, pesce o crostacei, dove pure l'export italiano è più che raddoppiato tra il 2016 e il 2017. E quella dei prodotti farmaceutici, dove l'export italiano è cresciuto dai 533 milioni del 2016 ai 543 del 2017. Nel settore dei cosmetici il nostro Paese ha esportato poco (circa 60 milioni nel 2017, ma in crescita del 50% rispetto al 2016). In quello dei prodotti fitness Technogym è già leader del mercato e ha visto le proprie vendite crescere del 30% nel 2017. Finalmente nel settore automobilistico, comprese parti e componentistica, si è arrivati a oltre 1,8 miliardi di export nel 2017, rispetto agli 1,1 miliardi del 2016. Difficile poi stimare quanta della componentistica italiana finisce in automobili tedesche che poi vengono riesportate verso la Cina. Meno entusiasmante per le aziende straniere invece è la riduzione dei dazi all'importazione di elettrodomestici, in quanto la Cina domina già il mercato attraverso una forte espansione all'estero di aziende come Haier e Hisense. Inoltre molti produttori stranieri come Whirlpool Siemens e anche l'italiana

Candy sono già presenti nel Paese con proprie unità produttive. I vantaggi maggiori deriveranno alle brand di lusso nel settore come Miele, che riescono a vendere a prezzi molto elevati prodotti percepiti come il top dai nuovi ricchi cinesi. Quali sono le motivazioni dietro questa riduzione? La Cina ha dato segnali di voler stimolare i consumi interni come strategia di crescita alternativa ad una basata sugli investimenti. Di recente però è cresciuto sempre più il focus su consumo di alta qualità e quindi anche la domanda per prodotti importati. Infine il Paese ha comunque voluto offrire un gesto distensivo a fronte di una guerra commerciale che sembra cresca di tono ogni giorno. Mentre infatti riduce i dazi su questi prodotti, la Cina ne impone altri come reazione a quelli messi dagli Usa su una lunga lista di prodotti cinesi. Nel valutare l'impatto della riduzione dei dazi su imprese italiane ed europee che esportano in Cina va quindi tenuto conto anche delle modalità con cui queste aziende riforniscono il mercato cinese. Se lo fanno per esempio da loro fabbriche in Usa, potrebbero essere colpite indirettamente dalla guerra dei dazi tra i due giganti, come sanno bene le case automobilistiche tedesche Bmw e Daimler che producono in America anche per il mercato cinese. In generale però, a meno che l'Ue non decida di seguire gli Usa in questa guerra che non si può vincere e che minaccia invece di incrinare per sempre la fiducia e la collaborazione reciproca anche su temi più importanti, la riduzione dei dazi cinesi avrà senz'altro benefici per i nostri esportatori. Come rilevato di recente, l'Italia non ha ancora sfruttato tutte le potenzialità del mercato cinese in quanto esporta più verso il Belgio che la Cina, quindi si può solo migliorare. (riproduzione riservata)

*presidente di Easternational